

Abstrak

Skripsi dengan judul “Peran Pengetahuan, Religiusitas, Promosi Dan *Brand Image* Untuk Menarik Minat Menabung Santri Pada Produk Simpanan Pelajar Bsi (Studi Kasus Pondok Pesantren Putri Walisongo Cukir Jombang” yang ditulis oleh Cika Afrita Dewi, NIM. 12401193019, Jurusan Perbankan syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dibimbing oleh Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si.

Pesantren merupakan lembaga pendidikan keagamaan yang memiliki ciri khas tersendiri dan juga berbeda dengan lembaga pendidikan lainnya. Berbicara tentang santri Pondok Pesantren Putri Walisongo yang terletak di Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Penulis termotivasi untuk melakukan penelitian ini untuk mengetahui mengenai Peran Pengetahuan Religiusitas Dan Promosi Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Pada Produk Simpanan Pelajar.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana pengetahuan santri dalam memahami minat menabung pada produk simpanan pelajar, Bagaimana pengetahuan religiusitas berpengaruh terhadap santri dalam menabung pada simpanan pelajar, Bagaimana promosi yang di rasakan oleh santri tentang simpanan pelajar, Bagaimana *brand image* tabungan santri terhadap santri pondok pesantren putri walisongo, Bagaimana minat santri dalam menabung pada simpanan pelajar atas pengetahuan religiusitas, promosi, dan *brand image* pada Bank Syariah Indonesia

Pendekatan penelitian adalah kualitatif dengan jenis studi kasus. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Penyajian dan analisis data berupa kata-kata atau penjelasan tertulis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles dan Huberman, yaitu kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan temuan dilakukan dengan cara uji kredibilitas, uji transferabilitas, uji dependabilitas dan uji konfirmabilitas.

Hasil penelitiannya adalah Peran pengetahuan menabung santri pada produk simpanan pelajar sangatlah membantu untuk mendukung santri menabung pada produk simpanan pelajar, Peran religiusitas pada produk simpanan pelajar sangatlah membantu para santri dalam mencari jati dirinya sendiri, beberapa santri mempunyai keyakinan untuk menabung di produk simpanan pelajar, Peran promosi pada produk simpanan pelajar sangatlah membantu para santri untuk mengetahui bagaimana produk yang ada pada simpanan pelajar, Peran pengetahuan *brand image* terhadap minat menabung santri pada produk simpanan pelajar kehadirannya sangatlah membantu dimana santri mengetahui produk simpanan pelajar tanpa bunga dan tanpa riba, Peran pengetahuan minat menabung santri pada produk simpanan pelajar, khususnya sangat membantu santri untuk mengajarkan menabung sejak dini khususnya pada pondok pesantren putri walisongo.

Kata kunci : Pengetahuan, Religiusitas, Promosi Dan *Brand Image* Minat Menabung Santri

Abstract

Thesis with the title "The Role of Knowledge, Religiosity, Promotion and Brand Image to Attract Students' Interest in Saving in Bsi Student Savings Products(Case Study of Putri Walisongo Islamic Boarding School Cukir Jombang" written by Cika Afrita Dewi, NIM. 12401193019, Department of Islamic Banking, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, supervised by Dr. Binti Nur Asiyah, M.Sc.

Islamic boarding schools are religious educational institutions that have their own characteristics and are also different from other educational institutions. Talking about the students of the Putri Walisongo Islamic Boarding School located in Cukir Village, Diwek District, Jombang Regency. The author was motivated to conduct this research to find out about the Role of Religiosity Knowledge and Promotion of Santri About Islamic Banking on Students' Interest in Saving in Student Savings Products.

The formulation of the problem in this research is how is the knowledge of students in understanding the interest in saving on student savings products, how does religiosity knowledge affect students in saving on student savings, how is the promotion felt by students about student savings, how is the brand image of students' savings towards Islamic boarding school students Putri Walisongo, How is the interest of students in saving on student savings on knowledge of religiosity, promotion, and brand image at Bank Syariah Indonesia

The research approach is qualitative with a case study type. In this study data collection was carried out by interview, observation and documentation methods. Presentation and analysis of data in the form of words or written explanations. The data analysis technique used in this study is the Miles and Huberman model, namely data condensation, data presentation and drawing conclusions. Checking the validity of the findings is carried out by means of a credibility test, transferability test, dependability test and confirmability test.

The results of his research are that the role of knowledge of saving students in student savings products is very helpful to support students saving in student savings products, the role of religiosity in student savings products is very helpful for students in finding their identity, some students have the confidence to save in student savings products, the role promotion of student savings products is very helpful for students to find out how the products are in student savings, the role of brand image knowledge on students' interest in saving on student savings products is very helpful where students know about student savings products without interest and without usury, the role of knowledge of interest in saving students on student savings products, especially very helpful for students to teach saving from an early age, especially at the Putri Walisongo Islamic Boarding School

Keywords: *Knowledge, Religiosity, Promotion and Brand Image Students' Interest in Saving*