

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang masalah**

Semakin berkembangnya peran perbankan dalam kehidupan sehari-hari. Menuntut perbankan untuk menyesuaikan dengan kehidupan masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam. Khususnya dalam hal akad dan produk perbankan yang disesuaikan dengan prinsip Islam atau yang lebih dikenal dengan bank Syariah. Sistem perbankan syariah di Indonesia mayoritas menggunakan bentuk *dual-banking system* sebagai alternatif jasa perbankan yang lengkap guna pemenuhan kebutuhan masyarakat Indonesia. Maka, hal tersebut menjadi peluang yang besar bagi perkembangan bank syariah di Indonesia.

Semakin pesat perkembangan perbankan syariah diberbagai daerah di nusantara saat ini. Dapat menjadi angin segar bagi perkembangan perbankan syariah itu sendiri. Perkembangan bank syariah juga pernah mengalami pasang surut dalam menjajaki kiprahnya mengambil posisi di tengah-tengah masyarakat yang menggunakan bank konvensional. Perlu diketahui juga, bahwasannya lembaga keuangan syariah dulu pernah menjadi bank yang ada dan sudah berdiri pada tahun 1992. Sedikit mengulang sejarah singkat awal mula peradaban bank syariah di Indonesia. Yaitu bermula dari berdirinya bank syariah pertama dan yang mengawali kiprahnya di Indonesia yaitu bank muamalah. Bank yang awal mulanya ada, namun belum banyak masyarakat yang berminat

melakukan transaksi dengan bank syariah tersebut. Sampai akhirnya keberadaan bank muamalah yang mulannya asing dengan masyarakat lambat laun mampu unjuk gigi. Dan saat ini bank muamalah mampu mempermak diri menjadi bank syariah yang dapat diterima oleh masyarakat. Hingga menjadi pelopor berdirinya bank-bank syariah lainnya, seperti bank BRI Syariah, bank Mandiri Syariah, bank BNI Syariah dan bank-bank syariah lainnya.

Jika dikaitkan dengan perkembangan perbankan syariah saat ini, maka, perlu diketahui bahwasannya perbankan Syariah merupakan segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan bank syariah sebagai lembaga perantara jasa keuangan, yang tugas pokoknya adalah menghimpun dana dari masyarakat.<sup>1</sup> Oleh karena itu, peran perbankan syariah sangat penting bagi masyarakat. Khususnya dalam rangka menyimpan harta / kekayaan. Harta merupakan sesuatu yang dicenderung oleh naluri manusia dan dapat disimpan sampai batas waktu yang dibutuhkan.<sup>2</sup> Jika dikaitkan dengan perkembangan perbankan syariah saat ini, terdapat UU yang khusus mengatur tentang perbankan syariah yaitu terdapat dalam UU No. 21 tahun 2008.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Veithzal Rivai, Arviyan Arifin, *Islamic Banking*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010) hal 679.

<sup>2</sup> Qomarul Huda, *Fiqih Mu'amalah*, (Yogyakarta: Sukses Offset, 2011) hal 12.

<sup>3</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

Perkembangan perbankan syariah yang semakin pesat hingga saat ini. Tidak hanya mempengaruhi aktivitas perbankan masyarakat Indonesia saja namun, juga pihak yang terlibat dalam pembuatan kebijakan mengenai perbankan syariah dan unit usaha syariah. Sebagaimana kita ketahui, guna memudahkan dalam rangka pengawasan terhadap transaksi keuangan syariah. Maka, Bank Indonesia selaku bank sentral republik Indonesia mengeluarkan kebijakan baru terkait pengalihan wewenang. Dimana, per tanggal 31 Desember 2013, seluruh data dan informasi terkait perbankan akan beralih ke Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Selama masa peralihan, Bank Indonesia akan tetap menampilkan data dan informasi perbankan sampai dengan 31 Desember 2014.<sup>4</sup> Dengan pengalihan wewenang tersebut, maka regulasi mengenai perbankan syariah menjadi lebih fokus dan tertata. Berdasarkan hal tersebut, peneliti mengambil beberapa data dari OJK yang berkaitan dengan perkembangan perbankan syariah di Indonesia sebagai berikut:

**Tabel. 1.1**

**Tabel Perkembangan Perbankan Syariah Tahun 2015 - 2018**

<b>Indikator</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Jumlah Rekening Pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga	18.481.911	22.198.718	25.836.223	27.563.572
Total Aset	296.262	356.504	424.181	433.521
Total Kantor	2.747	2.654	2.610	2.638
Total ATM	3.716	3.259	2.728	2.782

Sumber: Data statistik perbankan syariah OJK Agustus 2019<sup>5</sup>

Dalam perkembangannya, sebagaimana data diatas perkembangan bank syariah sudah lebih baik dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

<sup>4</sup> <https://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah/Default.aspx>, diakses tanggal 21 Oktober 2018, pukul 07.29.

<sup>5</sup> <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan>, diakses tanggal 21 Oktober 2018, pukul 06.10.

Namun, kenaikan tersebut masih relatif sedikit. Sehingga masih perlu ditingkatkan lagi. Terutama dalam hal bagaimana perbankan syariah dapat menarik minat nasabah untuk menabung diperbankan syariah. Dan dapat menjadikan bank syariah sebagai solusi dan pilihan utama masyarakat Indonesia khususnya dalam hal transaksi perbankan.

Hal yang masih menjadi permasalahan utama lembaga keuangan syariah. Khususnya dalam hal mengambil hati calon nasabah, sehingga berpengaruh terhadap minat menabung diperbankan syariah. Yakni berkaitan dengan bagaimana bank syariah memasarkan produk atau fasilitas perbankan kepada nasabah atau biasa dikenal dengan istilah strategi pemasaran yang digunakan. Bagaimana mengolah strategi tersebut, supaya perbankan syariah mampu menarik minat calon nasabah dan mempertahankannya agar perbankan syariah dapat bertahan dan terus berkembang.

Untuk mewujudkan tujuan tersebut, maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat masyarakat. Khususnya dalam hal ini berkaitan dengan minat mahasiswa untuk menabung di perbankan syariah. Pada setiap orang, minat berperan sangat penting dalam kehidupannya. Minat mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap orang tersebut. Di dalam belajarpun minat dapat menjadi sumber motivasi yang kuat dalam mendorong seseorang untuk belajar. Minat adalah suatu unsur psikologi yang ada dalam diri manusia yang timbul karena adanya rasa simpati, rasa senang, rasa ingin tahu dan rasa ingin

memiliki terhadap sesuatu. Minat merupakan ciri-ciri keinginan yang dilakukan melalui tindakan seseorang individu yang dicobanya dan ditunjukkan pada hal-hal yang disukainya.<sup>6</sup> Dengan kata lain, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas suasana tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat, bila kepuasan berkurang minatpun berkurang.

Untuk menarik minat menabung di bank syariah. Maka diperlukan adanya strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan langsung dengan kebutuhan konsumen. Khususnya dalam hal mengambil hati calon nasabah untuk menabung di perbankan syariah. Salah satu yang dapat dilakukan perbankan yang berkaitan dengan pemasaran yakni salah satunya menjalankan fungsi perbankan dengan baik. Dimana, perbankan syariah juga dituntut untuk bersikap loyal serta mementingkan kepentingan masyarakat dalam hal ini adalah nasabahnya. Ketika pelayanan bank syariah terhadap nasabahnya baik, maka akan mempengaruhi minat menabung nasabah terhadap bank tersebut. Khususnya dalam hal kepercayaan masyarakat untuk menyimpan uangnya di bank tersebut.

---

<sup>6</sup> Darmadi, *Membaca Yuuk...! Strategi Menumbuhkan Minat Baca pada Anak Sejak Usia Dini*, (Bogor: Guepedia Publisher, 2018) hal 142-143.

Kualitas layanan perbankan lebih menekankan pada kepuasan konsumen.<sup>7</sup> Terutama yang berkaitan dengan keamanan perbankan syariah. Dimana kita tahu, bahwasannya perbankan syariah memiliki daya tahan yang relatif lebih kuat dalam menghadapi krisis ekonomi dan moneter di tahun 1998 s.d tahun 2000 an.<sup>8</sup> Oleh karena itu, daya tahan perbankan syariah lebih unggul dibandingkan dengan perbankan konvensional. Selain itu, kepuasan pelayanan pada konsumen juga dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap loyalitas dan minat nasabah. Ketika nasabah merasa puas, maka secara otomatis loyalitas nasabah juga akan meningkat. Meningkatnya loyalitas nasabah, memberikan dampak positif bagi perbankan. Khususnya dalam hal pemasaran produk perbankan syariah kepada konsumen lainnya.

Dalam sebuah strategi pemasaran perbankan syariah. Terdapat istilah jawa yakni getok tular (informasi dari mulut ke mulut) dalam bahasa inggris disebut *word of mouth*. *Organic word of mouth* adalah *word of mouth* yang terjadi secara alami, orang yang merasa puas pada sebuah produk akan membagi antusiasme mereka. Schiffman dan Kanuk mengemukakan bahwa komunikasi tidak hanya menghubungkan konsumen dengan produsen tetapi juga menghubungkan konsumen dengan lingkungan sosialnya, yaitu komunikasi pemasaran yang berasal dari perusahaan dan berasal dari konsumen. Komunikasi dari mulut ke mulut (*Word of mouth*), memang mempunyai pengaruh suatu rekomendasi dari

---

<sup>7</sup> Agus Eko Sujianto, Rokhmad Subagiyo, *Membangun Loyalitas Nasabah*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung Press, 2014) hal 1.

<sup>8</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010) hal 79.

mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi semakin baik dimata pelanggan, serta laba yang diperoleh akan meningkat.<sup>9</sup>

Dalam penelitian Nugraha dkk mengenai *Word Of Mouth* menyimpulkan bahwa, *Word of mouth* (getuk tular) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,627 atau 62,7% dan koefisien determinasi sebesar 0,394 atau 39,4%.<sup>10</sup> Keputusan pembelian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,418 atau 41,% dan koefisien determinasi sebesar 0,481 atau 48,1%. *Word of mouth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,351 atau 35,1% dan koefisien determinasi sebesar 0,481 atau 48,1%. Keputusan pembelian diketahui dapat menjadi variabel mediator dalam hubungan *word of mouth* dengan kepuasan konsumen. Dibuktikan dengan hasil perhitungan *indirect effect* sebesar 0,262. *Total Effect* (total pengaruh) *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebesar 0,613.<sup>11</sup>

Begitu juga strategi pemasaran melalui mulut ke mulut, antara nasabah bank syariah terhadap calon nasabah. Memberikan keuntungan yang sangat besar bagi perusahaan. Khususnya dalam hal menarik minat

---

<sup>9</sup> Hassel Nogi S. Tangkilisan, *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2007) hal 211.

<sup>10</sup> Finnan Aditya Ajie Nugraha dkk, *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Kober Mie Setan jalan Simpang Soekarno-Hatta nomor 1-2 Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 22 No. 1, (Malang: 2015) hal 5.

<sup>11</sup> *Ibid*, hal 6.

nasabah untuk menabung diperbankan syariah. Dimana kita tahu, pemasaran dari mulut kemulut akan lebih mudah dan efisien dibandingkan dengan menggunakan iklan dan pamflet. Yang notabennya membutuhkan biaya yang lebih mahal, jika melalui iklan dan pamflet. Selain itu, di era modern saat ini. Masyarakat cenderung lebih tertarik untuk mendengar dari mulut ke mulut melalui testimoni nasabah yang bersangkutan langsung dan telah merasakan keuntungan menggunakan perbankan syariah. Dengan begitu, masyarakat akan mudah percaya terhadap produk dan fasilitas perbankan. Bahkan lebih mudahnya, nasabah akan mudah terpegaruh dan percaya apabila yang menyampaikan informasi dari mulut ke mulut berasal dari teman, sahabat karib maupun saudaranya. Sehingga informasi yang disampaikan bisa langsung mengena kepada calon nasabah, dibandingkan jika menggunakan media iklan dan pamflet.

Selain getok tular, minat mahasiswa untuk menabung di perbankan syariah juga dipengaruhi oleh religiusitas yang berasal dari dalam diri manusia itu sendiri. Religiusitas ini, memiliki kendali yang besar, khususnya dalam hal menentukan arah terhadap minat menabung mahasiswa jurusan perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung. Dimana, sensitifitas religiusitas juga merupakan faktor pembentuk perilaku konsumen. Agama islam memiliki tiga aspek utama yakni aqidah, syariah dan akhlak.<sup>12</sup> Oleh karena itu, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT, tidak berperilaku

---

<sup>12</sup> Adiarman Karim, *Bank Islam Edisi Kedua*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2004) hal 2.

buruk, tidak kikir, dan tidak tamak supaya kehidupannya selamat baik di dunia maupun di akhirat. Religiusitas berkaitan dengan ungkapan ekspresi kedalaman seseorang mengenal Allah sang Pencipta. Telah menjadi sunatullah, bahwa setiap manusia hidup dalam suatu kegiatan kerjasama.<sup>13</sup>

Tanpa adanya kerjasama, antara dirinya dengan Allah (*hablumminallah*). Maka, mustahil bagi manusia untuk hidup secara normal. Begitu pula dengan minat menabung yang membutuhkan adanya kerjasama. Kerjasama antara religiusitas dengan minat menabung mahasiswa di perbankan syariah. Ketika hati mengatakan bahwa perbankan syariah akan mampu memberikan kenyamanan bertransaksi. Dikarenakan bank syariah terhindar dari praktik riba dan transaksi yang dilarang agama. Sehingga, hati lebih percaya terhadap bank syariah. Ketika hati sudah percaya, dan merasa yakin, maka akan terbentuk kerjasama yang baik antara religiusitas dengan minat menabung di perbankan syariah.

Minat menabung mahasiswa juga berasal dari dalam diri individu sendiri. Ketika mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung dihadapkan dengan 2 pilihan perbankan yakni antara perbankan syariah dan perbankan konvensional. Maka akan memberikan dampak yang besar bagi individu tersebut. Khususnya dalam menentukan lembaga yang memberikan keuntungan lebih bagi dirinya. Namun, disisi lain, mahasiswa juga dihadapkan pada kenyataan bahwasannya dalam proses

---

<sup>13</sup> Veithzal Rivai, Arifandy Permata Veithzal, dkk, *Islamic Transaction Law in Business*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011) hal 199.

belajar mengajar di kampus. Juga dijelaskan dan banyak dikaji mengenai perbankan syariah dalam pandangan Islam dan syariah. Serta aspek lainnya yang membahas mengenai kekurangan dan hal yang dilarang syariah berkaitan dengan bank konvensional. Sedangkan kita tahu, bahwa IAIN Tulungagung sendiri, dalam transaksi khususnya ketika pembayaran UKT masih menggunakan fasilitas perbankan konvensional. Mengenai realita tersebut, juga memiliki dampak yang besar bagi minat mahasiswa untuk menabung di perbankan syariah.

Dalam sebuah penelitian sederhana, peneliti juga melakukan survei yang berkaitan dengan pengguna rekening perbankan syariah. Khususnya di kalangan mahasiswa. Masih menunjukkan data yang mengecewakan. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil survei sederhana yang menunjukkan bahwa dari 40 mahasiswa perbankan syariah. Hanya 10 orang yang membuka rekening bank syariah. Dan dari 10 mahasiswa tersebut, hanya 8 mahasiswa yang aktif menggunakan transaksi perbankan syariah. Dan 2 orang hanya memiliki rekening bank syariah, namun tidak digunakan untuk transaksi.<sup>14</sup> Dari data tersebut, terlihat bahwasannya minat membuka rekening bank syariah masih minim di kalangan mahasiswa. Sedangkan didalam proses belajar mengajar kita selalu membahas mengenai transaksi perbankan syariah. Sehingga, dapat dikatakan antara minat membuka rekening bank syariah dengan

---

<sup>14</sup> Data diambil dari hasil survei sederhana dari teman-teman kelas K jurusan perbankan syariah semester 7, FEBI IAIN Tulungagung.

religiusitas yang didapat mahasiswa selama proses belajar di FEBI IAIN Tulungagung masih belum menunjukkan hubungan yang baik.

Berkaitan dengan penelitian sederhana tersebut, peneliti juga mewawancarai kepada beberapa mahasiswa jurusan perbankan syariah yang memiliki dan menjadi pengguna rekening bank syariah. Yang menyatakan bahwa, minat membuka rekening bank syariah yakni awal mulanya karena adanya tuntutan dari dosen pengampu matakuliah untuk membuka rekening bank syariah karena dosen tersebut menyampaikan kelebihan serta menghendaki mahasiswa perbankan untuk melakukan transaksi maupun observasi kepada lembaga keuangan syariah untuk tugas akhir mata kuliah yang diampunya. Selain itu, juga adanya dorongan dari teman dan orang lain yang mengatakan kelebihan menggunakan bank syariah diantaranya bank syariah tidak membebankan biaya bulanan, bahkan jika tabungan lebih dari 1 juta akan memperoleh bagi hasil pada tiap bulannya. Selain itu, pelayanan yang ramah, islami dan tabungan lebih aman dan terhindar dari riba dan lain sebagainya. Serta adanya kesadaran dari diri sendiri untuk membuka rekening bank syariah karena ingin melakukan transaksi yang halal dan terhindar dari transaksi yang dilarang oleh ajaran Islam.<sup>15</sup>

Dari penelitian sederhana tersebut, peneliti menemukan banyak faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk menabung di perbankan syariah. Sehingga, peneliti mengambil variabel yang dianggap

---

<sup>15</sup> Hasil survei sederhana kepada beberapa mahasiswa jurusan perbankan syariah semester 7 yang menjadi pengguna rekening bank syariah.

paling berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. Dalam hal ini, peneliti mengambil variabel *word of mouth* (getok tular) dan variabel religiusitas dalam penelitiannya. Sehingga, berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti mengambil judul Skripsi **Pengaruh Strategi *Word Of Mouth* dan Religiusitas terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung).**

#### **B. Identifikasi Masalah**

Penelitian ini hanya dibatasi dan difokuskan pada masalah *Word Of Mouth* (getok tular) dan Religiusitas yang dianggap sebagai faktor paling berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa jurusan Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung di Bank Syariah. Sedangkan, pentingnya dilakukan penelitian ini adalah untuk mencari tahu dan mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *Word Of Mouth* dan Religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa jurusan Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung di Bank Syariah

#### **C. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yang terjadi dan menjadi fokus penelitian yaitu :

1. Apakah strategi *word of mouth* pada mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah?

2. Apakah religiusitas mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah?
3. Apakah variabel *word of mouth* dan religiusitas mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah?

#### **D. Tujuan penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji apakah strategi *word of mouth* pada mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.
2. Untuk menguji apakah religiusitas mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.
3. Untuk menguji apakah variabel *word of mouth* dan religiusitas mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

## E. Kegunaan penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Secara teoretis.

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan memperkaya khasanah ilmiah serta sebagai bahan masukan sekaligus tambahan pustaka terutama mengenai pengaruh *word of mouth* dan religiusitas mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung terhadap minat menabung di Bank Syariah.

### 2. Secara praktis.

Manfaat penelitian ini Untuk menambah daftar referensi di perpustakaan kampus serta sebagai bahan perbandingan bagi peneliti lain di kemudian hari. Dengan penelitian ini diharap dapat memberikan pengetahuan akan kesamaan teori yang di dapat di kampus dengan penerapan dimasyarakat yang sebenarnya.

### 3. Bagi Peneliti Lanjut

Memberikan gambaran dan informasi yang bermanfaat mengenai pengaruh *word of mouth* dan religiusitas mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung terhadap minat menabung di Bank Syariah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya terutama yang berminat untuk mengkaji tentang “Pengaruh *word of mouth* dan

religiusitas mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung terhadap minat menabung di Bank Syariah”.

#### **F. Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian**

Untuk menghindari salah penafsiran dalam penelitian ini, maka perlu adanya ruang lingkup dan keterbatasan yang diambil dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

##### **1. Ruang Lingkup**

Objek penelitian yang digunakan adalah mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung. Untuk mengetahui seberapa besar faktor *word of mouth* dan religiusitas dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah.

##### **2. Keterbatasan Masalah**

Pada penelitian ini penulis akan membatasi objek yang diteliti, yaitu terbatas pada Mahasiswa jurusan Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung. Penelitian ini menitik beratkan pada minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah yang dipengaruhi oleh banyak faktor. Mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi minat menabung maka peneliti hanya memilih dua faktor yang dianggap paling berpengaruh terhadap minat menabung diperbankan syariah, yaitu faktor *word of mouth* dan religiusitas mahasiswa jurusan Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

## G. Penegasan Istilah

### 1. Penegasan konseptual

Agar pembaca mampu memperoleh kesamaan pemahaman mengenai konsep penting yang termuat dalam judul penelitian ini beserta hal-hal yang akan diteliti, maka peneliti akan mengemukakan istilah-istilah yang akan menjadi kata kunci dari judul penelitian ini. Definisi secara konseptual yang dimaksud dengan pengaruh persepsi dan religiusitas mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung terhadap minat menabung di Bank syariah adalah:

#### a. Pengaruh

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, arti kata pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.<sup>16</sup>

#### b. Strategi

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dicapai.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Kamus besar bahasa Indonesia (kamus KBBI).

<sup>17</sup> Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008) hal 37.

c. *Word Of Mouth*,

*Word Of Mouth* (informasi dari mulut ke mulut) atau yang lebih dikenal dengan getok tular merupakan penyebaran informasi dari satu orang ke orang lainnya secara berurutan.<sup>18</sup>

d. Religiusitas

Religiusitas diartikan sebuah kepercayaan seseorang terhadap adanya kekuatan yang luar biasa (Tuhan) yang mengatur setiap gerak-gerik manusia dan diyakini oleh manusia bahwa segala sesuatu itu ditentukan oleh dzat yang luar biasa tersebut. Reigiusitas juga diartikan sebagai ketaatan formal seseorang dalam menjalankan ibadah agamanya.<sup>19</sup>

e. Minat

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, arti kata minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Minat merupakan ciri-ciri keinginan yang dilakukan melalui tindakan seseorang individu yang dicobanya dan ditunjukkan pada hal-hal yang disukainnya.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Jubilee Enterprise, *Trik Pemasaran Getok Tular Menggunakan Internert*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012) Hal 1.

<sup>19</sup> Alex Palit, *God Bless and You- Rock Humanisme*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017) hal 90.

<sup>20</sup> Darmadi, *Membaca Yuuk...! Strategi Menumbuhkan Minat Baca pada Anak Sejak Usia Dini*, (Bogor: Guepedia Publisher, 2018) hal 142-143.

f. Menabung

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, arti kata minat adalah menyimpan uang (di celengan, pos, bank, dan sebagainya).<sup>21</sup>

g. Perbankan Syariah.

Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>22</sup>

2. Penegasan operasional

Sedangkan secara operasional dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Strategi *Word Of Mouth* dan Religiusitas mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.

**H. Sistematika penulisan skripsi.**

Untuk lebih terarah dalam penyusunan skripsi ini, peneliti membuat sistematika penulisan sesuai dengan masing-masing bab. Peneliti membaginya menjadi 5 (lima) bab, yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab yang merupakan penjelasan dari bab tersebut. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

---

<sup>21</sup> Kamus besar bahasa Indonesia (kamus KBBI).

<sup>22</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

## BAB I. PENDAHULUAN

Pendahuluan, terdiri dari: latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika skripsi.<sup>23</sup>

## BAB II. LANDASAN TEORI

Tinjauan pustaka menerangkan mengenai pengertian bank syariah, minat menabung, *word of Mouth* dan religiusitas mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung, pengkajian penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran teoritik dan hipotesis yang memuat jawaban sementara atas masalah.

## BAB III. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian, berisi tentang jenis dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber data, variable penelitian, skala pengukurannya, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

## BAB IV. HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis).

## BAB V. PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan tentang pembahasan data penelitian dan hasil analisis data.

---

<sup>23</sup> Tim Penyusun buku panduan FEBI IAIN Tulungagung, *Pedoman Penyusunan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Tulungagung*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 201) hal 26.

## BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan pernyataan singkat dan tepat yang disarikan dan hasil penelitian dan pembahasan untuk membuktikan kebenaran temuan atau hipotesis dan terkait dengan rumusan masalah atau tujuan penelitian. Sedangkan, saran dibuat berdasarkan hasil temuan dan pertimbangan peneliti, ditujukan karena para pengelola obyek dan atau subyek penelitian atau kepada peneliti dalam bidang sejenis, yang ingin melanjutkan atau mengembangkan penelitian yang sudah dilaksanakan. Saran merupakan suatu implikasi dari hasil penelitian sehingga keberadaannya harus relevan dengan kegunaan penelitian.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> *Ibid*, hal 35.