

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi perkembangan lembaga keuangan berbasis Syariah semakin pesat, hal inipun sejalan dengan perkembangan lembaga keuangan yakni Perbankan Syariah yang kini juga mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan kesadaran masyarakat muslim akan riba yang secara tegas dilarang dalam Al quran (Ilmi, 2002: 1) perkembangan perbankan Syariah tentunya akan semakin membuat masyarakat memiliki pilihan untuk menentukan keputusannya dalam menyimpan dananya.

Perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991. Pada awal berdirinya perbankan syariah hingga tahun 1998 dapat dikatakan mengalami perkembangan yang lambat. Hal ini diakibatkan karena belum adanya landasan hukum yang mendukung sistem operasional bank syariah. Sistem perbankan di Indonesia sendiri diatur dalam UU No. 7 Tahun 1992 yang belum menjelaskan adanya landasan operasional perbankan syariah. Namun, kemudian UU No. 7 Tahun 1992 direvisi melalui UU No. 10 Tahun 1998 yang menjelaskan tentang konsep perbankan bagi hasil. Undang – undang tersebut diatur dengan rinci, landasan hukum serta jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-Undang

tersebut juga memberi arahan bagi bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah (Ascazrya, 2008:5). Perbankan Islam atau lebih dikenal dengan perbankan syariah dikenal sebagai bank yang tidak menerapkan sistem bunga seperti bank konvensional lainnya, melainkan “bagi hasil“. Bukan hanya berdimensi materi yaitu juga material karena akan berdampak pada 2 pertanggungjawaban seseorang di dunia dan di akhirat kelak. Oleh karena itu, dalam pengelolaan ekonomi syariah ini kita mengenal beberapa sifat atau karakter yang harus dimiliki oleh seorang yang diberi amanah, yaitu; shiddiq, tabligh, amanah, istiqomah, dan fathanah (Ghuufron, 2005).¹

Mengikuti jejak Bank Muamalat Indonesia, tidak sedikit bank konvensional yang juga membuka pelayanan jasa Perbankan Syariah. Sebut saja Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah, Bank Mega Syariah, Bank Syariah Bukopin, BRI Syariah, CIMB Niaga Syariah dan lain-lain. Di samping bank-bank besar berskala nasional, usaha keuangan Syariah di tingkat mikro juga tumbuh pesat di berbagai daerah. Saat ini terdapat 11 Bank Umum Syariah di Indonesia, 23 unit usaha Syariah, dan 151 bank perkreditan rakyat Syariah (Abdullah, 2002: 47). Sedikitnya ada 4 hal yang menjadi tujuan pengembangan Perbankan yang berdasarkan prinsip Syariah Islam, yaitu (1) memenuhi kebutuhan jasa Perbankan bagi masyarakat yang tidak dapat menerima konsep bunga; (2) terciptanya dual banking system di Indonesia yang mengakomodasikan baik Perbankan

¹Abdul Ghofur Ansori, “*Sejarah Perkembangan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia dan Implikasinya Bagi Praktik Perbankan Nasional*”, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. II, No. 2 (Desember, 2008), 161.

konvensional maupun Perbankan Syariah yang akan melahirkan kompetisi yang sehat dan perilaku bisnis yang berdasarkan nilai-nilai moral; (3) mengurangi risiko sistemik dari kegagalan sistem keuangan di Indonesia; (4) mendorong peran Perbankan dalam menggerakkan sektor riil dan membatasi spekulasi atau tidak produktif karena pembiayaan ditujukan pada usaha-usaha yang berlandaskan nilai-nilai moral (Idat, 2005:3). Salah satu perbankan syariah yang membuka dual system di Indonesia adalah PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

Berikut beberapa jaringan kantor individual perbankan syariah tahun 2017:

Tabel 1.1
Jaringan Kantor Individual Bank Syariah Tahun 2019

No	Bank Umum Syariah	KC	KCP	KK	Total
1	PT Bank Aceh Syariah	26	89	27	142
2	PT Bank BPD Nusa Tenggara Barat	13	27	4	44
3	PT Bank Muamalat Indonesia	82	152	57	291
4	PT Bank Victoria Syariah	9	4	-	13
5	PT Bank BRI Syariah	53	216	12	281
6	PT Bank Jabar Banten Syariah	9	55	2	66
7	PT Bank BNI Syariah	68	213	14	295
8	PT Bank Mandiri Syariah	129	428	53	610
9	PT Bank MegaSyariah	27	34	5	66
10	PT Bank Panin Dubai Syariah	13	4	-	17
11	PT Bank Syariah Bukopin	12	7	4	23
12	PT Bank BCA Syariah	14	12	18	44
13	PT Bank Tabungan Pensiun Nasional Syariah	1	-	-	1
14	PT May Bank Syariah Indonesia	24	2	-	26

Sumber: Data jaringan Bank Umum Syariah dari OJK 2019

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa Bank Muamalat Indonesia menjadi Bank Umum yang memiliki Kantor Cabang (KC) dengan jumlah 82, Kantor Cabang Pembantu (KCP) sebanyak 152 dan Kantor Kas (KK) sebanyak 57. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa

Bank Muamalat Indonesia dapat menjadi bank pilihan masyarakat yang kredibilitasnya bagus dan mudah ditemui di setiap kota.

Melihat persaingan di industri perbankan dan jasa keuangan saat ini yang semakin intensif, menuntut Bank harus memahami kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Karena setiap bank akan bersaing untuk merebut hati para nasabah Bank yang mampu menciptakan nilai yang unggul, maka akan dipilih oleh nasabah. Perusahaan yang unggul dalam menciptakan nilai akan memiliki kinerja bisnis yang unggul. Pemberian nilai yang unggul kepada nasabah dapat dilakukan melalui penyediaan produk dan jasa yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Sehingga, jika Bank mampu mewujudkannya terus-menerus, maka akan terwujud sebuah kinerja bisnis dalam jangka panjang atau berkelanjutan, yang memungkinkan perbankan dapat berperan optimal dalam pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang.

Perusahaan yang berupaya menciptakan produk dan jasa yang memiliki nilai unggul, sangat diperlukannya sebuah manajemen pemasaran yang baik. Karena, manajemen pemasaran sebagai salah satu fungsi dalam perusahaan yang harus dikelola dengan baik untuk mendukung kinerja bisnis.

Dengan berpegang teguh pada nilai-nilai yang terdapat pada Al-Qur'an dan Hadist, Nabi Muhammad SAW sebagai teladan, seorang pedagang memiliki sifat kejujuran, kesabaran, keberanian, kebijaksanaan, dan berbagai perilaku terpuji lainnya, yang melakukan bisnis secara

profesional. Nilai-nilai tersebut menjadi suatu landasan yang dapat mengarahkan untuk tetap dalam koridor yang adil dan benar. Landasan atau aturan-aturan inilah yang menjadi suatu syariah atau hukum dalam melakukan bisnis.

Kesadaran terhadap pentingnya menggunakan konsep pemasaran dalam bisnis mendorong Bank lebih fokus terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah. Bank perlu mendengarkan kebutuhan dan harapan nasabah dan berusaha menciptakan produk-produk baru sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka.

Dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih baik, salah satu cara perusahaan agar produk dan jasanya memiliki nilai unggul, dapat dikenal dan digunakan oleh konsumen adalah dengan cara memberikan pengetahuan tentang produk kepada nasabah. Pengetahuan nasabah sangat diperlukan untuk membangun pemikiran bahwa menabung di perbankan syariah lebih mudah dan pastinya dananya akan terjamin keamanannya. Jika nasabah mempunyai pengetahuan yang luas dan berwawasan tinggi, produk yang dipilih pasti yang terbaik pula guna untuk membantu dalam perencanaan keuangan di masa depan.

Pengetahuan nasabah memiliki peranan yang sangat penting. Pengetahuan nasabah bukan hanya dianggap sebagai pengetahuan yang biasa atau lebih pengetahuan umum saja. Tetapi lebih dari itu pengetahuan nasabah merupakan faktor yang berguna untuk nasabah itu sendiri dan juga berguna orang lain yang menginginkan untuk menyimpan

dananya. Pendapat Buchari tentang pengetahuan adalah segala sesuatu yang dimiliki oleh seseorang guna untuk membantu dalam proses pemenuhan produk yang akan digunakan.

Pengetahuan nasabah mempunyai peran penting dalam mempengaruhi perilaku pembelian. Konsumen yang mempunyai pengetahuan yang selalu berhubungan dengan lembaga keuangan syariah. Sehingga, pengetahuan nasabah digunakan oleh nasabah untuk mengevaluasi suatu produk ketika nasabah tidak memiliki pengetahuan yang cukup baik tentang suatu produk. Konsumen akan cenderung memilih produk yang sudah terkenal dan digunakan oleh banyak orang dari pada produk yang belum dikenalnya.

Tabel 1.2
Top Brand Kategori Perbankan Syariah

Merek	<i>Top brand Index</i>							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Bank Syariah mandiri	38,20%	27,30%	32,90%	27,40%	31,50%	26,10%	27,60%	21,20%
BRI Syariah	18,90%	30,30%	21,60%	28,50%	26,44%	22,90%	27,50%	29,10%
BNI Syariah	8%	21%	13,90%	13,50%	15,90%	15,20%	27,00%	20,00%
Bank Muamalat	17,30%	13,90%	15,80%	10,10%	10,10%	13,30%	4,20%	4,70%
BCA Syariah	-	-	3,20%	9,50%	3,60%	3,80%	6,50%	15,40%

Sumber : www.topbrand-award.com, diakses pada 19 Mei 2020

Tabel 1.2 diatas menunjukkan persentase *top brand award* Bank Syariah dari tahun 2012-2019. Pertumbuhan lembaga perbankan syariah semakin meningkat dan persaingan di industri perbankan syariah juga

semakin ketat, yakni terlihat pada persentase *top brand award* Bank Syariah pada tahun 2012, diraih oleh Bank Syariah Mandiri dengan persentase sebesar 38.2% dan posisi keempat diraih oleh BMI dengan persentase sebesar 17.3%. Pada tahun 2019 diraih oleh BRI Syariah dengan persentase sebesar 29,1% dan posisi kelima diraih oleh BMI dengan persentase sebesar 4,7%.

Selain pengetahuan nasabah, dalam menarik nasabah untuk menabung yang memiliki nilai unggul, juga sangat diperlukannya sebuah promosi. Karena dengan memaksimalkan kegiatan promosi yang lebih baik, hal itu akan menentukan keberhasilan suatu perusahaan.

Kegiatan promosi perlu mendapatkan perhatian yang lebih karena promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Sebaik apapun kualitas suatu produk apabila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan pelanggan tentang sasaran perusahaan.

Promosi dapat dilakukan dengan efektif pada pasar sasaran, jika Bank mampu memahami perilaku dan proses pencarian informasi yang dilakukan nasabah sebelum mengambil keputusan. Perilaku dalam mencari informasi dan memilih media merupakan hal yang sangat penting

dipahami pengelola Bank agar dapat memilih media informasi yang efektif dan menyusun pesan promosi yang tepat dan efisien.²

Selanjutnya untuk mencapai suatu keberhasilan, Bank juga perlu memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah. Karena, dengan adanya kualitas pelayanan akan membuat nasabah menjadi lebih nyaman aman dan betah untuk melakukan transaksi di bank tersebut. pelayanan karyawan yang ramah akan memberikan kenyamanan bagi para nasabahnya. Seperti halnya jika nasabah mengalami kesulitan dalam bertransaksi maka secara tanggap karyawan akan bertanggung jawab membantu menyelesaikan sampai selesai. Lalu karyawan bersungguh-sungguh dalam melayani nasabah menjadi peran penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik. Kualitas pelayanan yang baik harus diimbangi dengan pengetahuan karyawan yang memadai akan produk – produk yang akan di bank. Hal tersebut juga akan meminimalisir berpindahanya nasabah ketempat lain.

Salah satu Bank Muamalat Indonesia yang ada di Kediri yaitu PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang lokasinya berada di Jl Sultan Hasanudin No.26, Dandangan, Kec. Kediri, Kota Kediri, Jawa Timur 64122. Dengan letak lokasi di pusat kota kediri yang strategis, lebih memudahkan masyarakat untuk menjangkaunya. Kehadiran Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri merupakan solusi bagi umat

² Eva Nurhaliza, IAIN Tulungagung, *Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar*:2019

Islam dalam memenuhi kebutuhan umat terhadap lembaga keuangan yang bebas riba, namun tetap menguntungkan.

Sesuai dengan Visi Bank Muamalat Indonesia yaitu “Menjadi bank syari’ah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui ditingkat regional. Misi Bank Muamalat Indonesia yaitu membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.³ Sehingga, PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri perlu untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitasnya dalam berbagai hal, karena hal tersebut juga akan berpengaruh terhadap perkembangan jumlah nasabahnya.

Alasan peneliti melakukan penelitian di PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yakni karena PT Bank Muamalat Indonesia merupakan Bank Syariah pertama yang sudah berdiri sejak tahun 1992 dan Bank Muamalat Indonesia adalah satu-satunya Bank syariah di Indonesia yang tahan terhadap krisis moneter yang melanda Indonesia tahun 1997-1998. PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri adalah Bank yang memiliki citra yang baik dan bank yang dengan menggunakan prinsip syariah dalam transaksinya dan sudah berdiri cukup

³<http://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi> di akses pada tanggal 05 januari 2020 pukul 10.00 WIB

lama yakni sejak tanggal 15 Maret 2004. PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri memiliki produk-produk tabungan yang sangat bermanfaat dan sesuai kebutuhan nasabahnya, dan dilengkapi aplikasi *mobile banking* untuk memudahkan nasabahnya. Salah satu produk unggulannya yakni tabungan iB muamalat haji dan umrah. Selain itu, dikarenakan persaingan usaha di industri perbankan yang sangat ketat seperti sekarang ini. Dan masih banyak masyarakat sekitar yang belum mengenal adanya bank tersebut baik keberadaan maupun produknya.

Jadi, bank perlu untuk memahami keinginan dan kebutuhan nasabahnya dengan menyediakan produk dan jasa yang kiranya nasabah memahami akan produk tersebut dan juga sudah banyak yang memakai produk tabungan tersebut. Selain itu, kegiatan promosi yang lebih ditingkatkan supaya masyarakat tertarik menggunakan produk bank tersebut, dapat memberikan motivasi menabung kepada masyarakat, sehingga masyarakat memiliki pengetahuan yang lebih. Strategi promosi juga bisa membantu percepatan dalam pembentukan pengetahuan akan suatu produk. Kemudian, menyusun kualitas pelayanan yang baik supaya masyarakat merasa tertarik, nasabah merasa nyaman, puas, dan untuk meminimalisir berpindahannya nasabah ke tempat lain.

Meskipun lokasi PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri berada di tengah kota di pinggir jalan, dapat dijangkau dengan mudah serta dekat dengan lembaga instansi dan pusat belanjaan. Namun dari lokasi yang luas dan jumlah penduduk yang tergolong padat, masih

banyak dari masyarakat sekitar yang belum mengenal adanya bank tersebut, baik keberadaan ataupun produknya. Hal ini dikarenakan masyarakat yang kurang pengetahuan terhadap produk bank tersebut dan juga yang berada di pelosok desa, motivasi untuk menabungnya rendah atau suatu keadaan yang lainnya.

Dalam proses keputusan memilih suatu produk, perilaku dan dinamika perilaku nasabah sangat penting untuk dipahami pengelola Bank agar dapat menyusun strategi yang tepat. Pemahaman pengelola Bank terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah ini dapat dilakukan melalui riset pemasaran mengenai perilaku nasabah.⁴ Pasar yang dihadapi oleh perusahaan adalah pasar konsumen, sehingga konsumen mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam menentukan terjadinya suatu keputusan untuk memilih suatu produk.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri”**.

⁴*Ibid.*, hal. 8

B. Identifikasi Masalah

Penelitian pengetahuan nasabah, promosi, dan kualitas pelayanan ini mengambil tempat di PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri, penentuan tema dan lokasi tersebut didasarkan pada:

Pengetahuan nasabah : dalam penelitian ini akan melihat pengetahuan yang di peroleh nasabah terhadap keputusan menabung. Karena seorang nasabah yang mempunyai pengetahuan tinggi tentunya tidak hanya digunakan untuk menabung saja, melainkan dipergunakan untuk transaksi lainnya semisal digunakan untuk tranfer uang dan tentunya yang bisa mendapatkan bonus dari menabung di lembaga keuangan.

Promosi : dalam hal ini peneliti akan melihat seberapa besar pengaruh promosi dalam suatu lembaga keuangan syariah terhadap keputusan nasabah menabung. Dan bagaimanakah dampak dari promosi yang kurang tepat dan maksimal.

Kualitas Pelayanan : dalam hal ini peneliti akan melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan lembaga keuangan syariah terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Kualitas pelayanan merupakan faktor penentu dari lembaga keuangan itu sendiri apakah bisa memberikan pelayanan yang terbaik atau tidak kepada nasabah. Ketika seorang karyawan memberikan kualitas pelayanan yang kurang baik kepada nasabah pasti itu akan berpengaruh dengan keputusan nasabah di lembaga tersebut dan akan berdampak pada penurunan nasabah tabungan.

Keputusan Menabung : dalam penelitian ini akan melihat seberapa besarkah pengaruh dari pengetahuan nasabah yang dimiliki nasabah dan yang dilakukan untuk memanfaatkan pengetahuan yang ada untuk memperoleh bonus diinginkan dari lembaga keuangan, pengaruh promosi di lembaga keuangan syariah dan pengaruh baik tidaknya kualitas pelayanan diberikan terhadap keputusan menabung nasabah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka perumusan masalah yang akan penulis kemukakan pada penelitian ini adalah:

1. Apakah pengetahuan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
2. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah di PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
4. Apakah pengetahuan nasabah, promosi, kualitas pelayanan sama- sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang rumusan masalah di atas, tujuan yang hendak dicapai penulis dalam penelitian adalah:

1. Untuk menguji apakah pengetahuan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
2. Untuk menguji apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
3. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
4. Untuk menguji apakah pengetahuan nasabah, promosi, kualitas pelayanan sama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?

E. Kegunaan Penelitian

Setelah penelitian ini selesai dilakukan, di harapkan akan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, di antaranya sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori, untuk memperkaya wawasan keilmuan

khususnya yang berkaitan dengan pengetahuan nasabah, promosi, dan kualitas pelayanan.

2. Secara Praktisi

a. Bagi lembaga Keuangan Syariah

Temuan ini di harapkan dapat berguna sebagai acuan untuk membuat kebijakan- kebijakan selanjutnya dalam menghadapi masalah terkait pengetahuan nasabah yang dimiliki nasabah masih rendah tentang keputusan tabungan, meningkatkan kemampuan promosi yang tepat sasaran dan juga memuaskan bagi nasabah, dan mengoreksi baik tidaknya kualitas pelayanan yang diberikan karyawan bank terhadap nasabah khususnya nasabah tabungan di PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

b. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung

Penelitian ini di harapkan dapat menambah sarana informasi dan referensi dalam karya- karya ilmiah serta sebagai sumbangsih keustakaan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung atau pihak lain yang membutuhkan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan atau literature yang berkaitan dengan pengetahuan nasabah, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini terfokus pada variabel – variabel penelitian antara lain, variabel bebas atau variabel independen (X) dan variabel terikat atau dependen (Y). Terdapat 3 variabel bebas (X) yaitu Pengetahuan Nasabah (X1), Promosi (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan terdapat 1 variabel terikat (Y) yaitu Keputusan Nasabah Menabung (Y).

2. Keterbatasan Penelitian

Karena adanya keterbatasan waktu, dana, tenaga, dan teori- teori, serta data yang diperlukan peneliti maka peneliti memberi batasan penelitian. Objek penelitian yang digunakan adalah PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Dalam penelitian ini akan membatasi ruang lingkup permasalahan pengetahuan nasabah, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung.

Tujuan adanya pembatasan masalah adalah untuk menghindari tidak terkendalinya bahasan yang berlebihan terhadap penelitian tetap fokus pada variabel- variabel yang diteliti.

G. Penegasan Istilah

Penegasan istilah dimaksudkan untuk memberikan penjelasan mengenai judul penelitian supaya tidak terjadi kesalahpahaman dan salah

penafsiran ketika memahami judul penelitian. Dalam penelitian ini penegasan istilah terdiri dari dua, antara lain penegasan konseptual dan penegasan operasional.

1. Penegasan Konseptual

Definisi konseptual (konsep) adalah sejumlah pengertian atau ciri yang berkaitan dengan berbagai peristiwa, objek, kondisi, situasi, dan hal lain yang sejenis. Konsep diciptakan dengan menggolongkan dan mengelompokkan objek- objek atau peristiwa yang mempunyai ciri yang sama⁵.

- a. Pengetahuan nasabah adalah segala sesuatu yang diketahui dan dipahami oleh konsumen tentang suatu produk yang dipasarkan yang melekat dan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli.⁶ Oleh karena itu melalui dukungan informasi yang tersedia dapat pula mendorong seseorang untuk melakukan suatu keputusan termasuk didalamnya hal pembelian.
- b. Promosi adalah suatu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.⁷

⁵Muhammad , *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 2017), hlm. 65- 66

⁶Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 159

⁷Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*, (Yogyakarta: ANDI, 2012), hlm. 50

- c. Kualitas pelayanan adalah kemampuan untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dan sesuatu yang memberikan bantuan dengan sepenuh hati untuk memuaskan harapan konsumen atau masyarakat.⁸
- d. Keputusan nasabah adalah proses seseorang melakukan pencarian informasi dan mengevaluasi terhadap merek yang lain sebelum memutuskan pilihan.
- e. Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.⁹
- f. Bank Syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah atau islam.¹⁰

2. Penegasan Operasional

Definisi operasional merupakan definisi variabel secara operasional, secara praktik, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian yang diteliti.¹¹ Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah pengetahuan nasabah, promosi dan kualitas pelayanan.

⁸Wibowo, *Manajemen Kinerja*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 113

⁹Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani 2001), hlm. 153

¹⁰Kementrian Agama Republik Indonesia, *Buku saku Prebankan Syariah*, hlm. 44

¹¹ IAIN Tulungagung, *Pedoman Penulisan Skripsi ...* hlm. 29

Sedangkan variabel terikat (Y) adalah keputusan nasabah menabung di PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

Adapun penegasan operasional pada penelitian ini adalah:

- a. Pengetahuan Nasabah adalah segala informasi yang berkaitan dengan produk perbankan, dimana informasi bisa membantu proses nasabah melakukan transaksi yang diinginkan. Pengetahuan ini juga berpengaruh terhadap mengambil keputusan, tentunya informasi yang dimiliki harus lengkap dan jelas.
- b. Promosi adalah suatu proses dimana yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberi, menyebarkan, memperkenalkan dan membujuk konsumen supaya produknya di tawarkan dapat dikenal banyak orang dan pastinya mempunyai manfaat bagi penggunaannya.
- c. Kualitas Pelayanan adalah kemampuan yang dimiliki oleh seorang karyawan untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dan sesuatu yang memberikan bantuan dengan sepenuh hati untuk memuaskan harapan konsumen atau masyarakat.
- d. Keputusan nasabah adalah proses yang dilakukan oleh seseorang untuk melakukan pencarian informasi dan mengevaluasi terhadap merek yang lain sebelum memutuskan pilihan.
- e. Menabung adalah tindakan yang dilakukan oleh orang guna untuk mempersiapkan diri untuk melaksanakan perencanaan masa yang

akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.

- f. Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah atau islam.

H. Sistematika Pembahasan Skripsi

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan terperinci mengenai penyusunan penelitian ini, berikut diuraikan sistematika penulisan yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian.

- a. Bagian awal berisi tentang halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan dosen pembimbing, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel , daftar gambar, daftar grafik, daftar lampiran , dan abstrak.
- b. Bagian isi terdiri dari:

BAB I Pendahuluan, menguraikan beberapa bagian yaitu latar belakang, indentifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II Landasan Teori, membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian, yang

terdiri dari kerangka teori masing- masing variabel, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III Metodologi penelitian, terdiri dari pendekatan penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitain , serta analisis data

BAB IV Laporan Hasil Penelitian, berisikan tentang deskripsi data dan pengujian hipotesis

BAB V Pembahasan dalam penelitian ini merupakan jawaban dari hipotesis yang diteliti, jumlah dari pembahasan ini sama dengan jumlah hipotesis yang diteliti.

BAB VI Penutup, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan, dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan.

- c. Bagian akhir laporan penelitian ini berisi daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian dan daftar riwayat hidup.