

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank merupakan salah satu yang mempunyai peran penting dalam perekonomian suatu Negara sebagai perantara keuangan. Bank memiliki fungsi yaitu menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Di Indonesia saat ini bank syariah berkembang sangat pesat, ada beberapa faktor yang menyebabkan bank tersebut pesat diantaranya memiliki penduduk muslim terbanyak¹. Berdasarkan UU Perbankan Syariah Indonesia No. 21 tahun 2008, disebutkan bahwa bank terdiri dari dua jenis yaitu bank konvensional dan bank syariah². Bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional yang terdiri atas Bank Umum Konvensional dan Bank Perkreditan Rakyat.

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS)³. Prinsip syariah tersebut berpedoman pada Al-Qur'an dan juga Al-Hadist. Prinsip berdasarkan Al-Qur'an memberikan keadilan dan juga keseimbangan yang dibutuhkan oleh

¹ Muhammad, *Manajemen Baitul Maal Tanwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2002), hal. 223

² Rizal Yaya, et. *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), hal. 22

³ *Ibid.*, hal. 22

bank syariah dan menjaga aktivitas dalam hal yang benar, seperti Q.S. Ali-Imran Ayat 110

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ
بِاللَّهِ قُلْ وَلَوْ أَنَّمَنِ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِمَّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمْ الْفَاسِقُونَ

Artinya: “Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, diantara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik”⁴.

Bank di Indonesia perkembangannya sangat signifikan. Untuk meningkatkan perkembangan tersebut, salah satunya bank syariah memiliki strategi. Yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan, promosi, pengetahuan, dan lokasi yang baik kepada masyarakat khususnya mahasiswa perbankan syariah untuk menabung di bank syariah. perkembangan setiap tahunnya jumlah bank syariah bertambah, hal ini dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah
Bank Syariah di Indonesia
Tahun 2017-2019

Tahun	Kantor Cabang	Kantor cabang Pembantu	Kantor Kas
2017	471	1.176	178
2018	478	1.199	198
2019	480	1.243	196

Sumber : Statistik Perbankan Syariah 2017-2019, 2020

⁴ Tim Majelis Diktilitbang dan LPI dan PP Muhammadiyah, *1 Abad Muhammadiyah: Gagasan Pembaruan Sosial Keagamaan*, (Jakarta: Buku Kompas, 2010), hal. 351

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa perkembangan jumlah Bank Syariah dari tahun 2017 sampai tahun 2019 mengalami peningkatan. Pada tahun 2017 BUS memiliki jumlah kantor cabang sebesar 471, kantor cabang pembantu sebesar 1.176, kantor kas sebesar 178. Pada tahun 2018 mengalami peningkatan kantor cabang berjumlah 478, kantor cabang pembantu berjumlah 1.199, kantor kas berjumlah 198. Pada tahun 2019 kantor cabang berjumlah 480, kantor cabang pembantu berjumlah 1.243, kantor kas berjumlah 196.⁵ Meningkatnya perbankan tidak hanya didukung oleh sumberdaya manusia yang profesional dan memiliki pengalaman yang bagus mengenai sistem perbankan. Tetapi juga minat masyarakat memilih produk bank syariah, dari situ akan banyak yang ingin menjadi nasabah bank syariah.

Meningkatnya jumlah nasabah bank syariah di Indonesia ini menandakan bahwa semakin banyak jumlah dana tabungan di bank syariah. Sehingga banyak masyarakat yang minat untuk menabung di bank syariah. Selain karena banyak produk yang dimiliki bank syariah tetapi juga faktor kualitas pelayanan dan juga promosi yang diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat. Perkembangan jumlah nasabah bank syariah di Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut.

⁵Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah tahun 2017-2019*, <https://www.ojk.go.id>, di akses 14 April 2020 Pukul 16.00

Tabel 1.2
Jumlah Nasabah
Dana Pihak Ketiga dan Pembiayaan
Bank Syariah di Indonesia

Jenis Dana	Tahun		
	2017	2018	2019
Dana Pihak Ketiga (DPK)	17.955.556	19.996.197	22.120.609
Pembiayaan	3.543.254	3.722.263	4.113.683

Sumber : Perbankan Syariah 2017-2019, 2020

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa jumlah nasabah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Pada tahun 2017 jumlah nasabah Dana Pihak Ketiga (DPK) sebesar 17.955.556 dan nasabah pembiayaan sebesar 3.543.254. Kemudian pada tahun 2018 jumlah nasabah Dana Pihak Ketiga (DPK) sebesar 19.996.197 dan nasabah pembiayaan sebesar 3.722.263. pada tahun 2019 jumlah nasabah Dana Pihak Ketiga (DPK) sebesar 22.120.609 dan jumlah nasabah pembiayaan sebesar 4.113.683. hal tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah setiap tahunnya meningkat sangat baik.

Pandangan mahasiswa perbankan syariah terkait sistem bank syariah memiliki kesan bahwasannya, bank syariah memiliki banyak produk dan jasa yang tidak ditemukan pada bank konvensional. Prinsip-prinsip bank syariah antara lain wadiah, mudharabah, musyarakah, ijarah, istishna dan tidak adanya bunga melainkan bagi hasil. Keberadaan bank syariah dengan produk yang dimiliki akan menjadi suatu pilihan bagi mahasiswa perbankan syariah

berdasarkan kebutuhan yang mereka inginkan. Faktor pertimbangan agama adalah motivasi yang penting untuk mendorong penggunaan jasa dan juga produk perbankan syariah mempunyai kecenderungan yang sangat kuat.⁶ Pengetahuan tentang perbankan syariah yang diperoleh mahasiswa menjadikan mereka tahu betul mengenai bank syariah tersebut dan juga mereka beranggapan bahwa bank syariah lebih baik dan semakin tinggi kemungkinan untuk memilih bank syariah.

Untuk menarik minat masyarakat khususnya mahasiswa perbankan memiliki persepsi untuk memilih produk. Bank syariah melakukan berbagai strategi untuk menghimpun dana masyarakat. Ada beberapa strategi yang diberikan oleh bank yaitu dengan memperbanyak produk yang ada pada bank tersebut. Mengingat banyak tawaran dari bank lain mahasiswa perbankan syariah selalu membandingkan antara bank syariah dengan bank konvensional, dimana dalam bank syariah lebih menonjol kepada prinsip syariah. Dari hal itu bank selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan guna memenuhi minat masyarakat untuk memilih bank syariah.

Semakin bertambahnya kantor jumlah nasabah pada bank syariah dari tahun ke tahun tersebut menandakan bahwa kualitas yang diberikan bank cukup baik. Sehingga mahasiswa perbankan syariah sangat tertarik dan ingin memilih bank tersebut sesuai dengan yang mereka harapkan. Kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu⁷. Menurut Kotler kualitas

⁶ Silvia Miftakhur Rakhman dan Sri Wahyuni, "Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah", *Jurnal Ekonomi* tahun 2012, hal. 4

⁷ Toni Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*, (Jakarta: PT Indeks, 2011), hal. 11

merupakan “keseluruhan ciri dan juga sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan”.⁸ Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank merupakan suatu bentuk penilaian konsumen atas tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Salah satu kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah yaitu kualitas dalam menjelaskan produk yang ada. Untuk mengukur kualitas layanan Bank Syariah menggunakan 6 atribut antara lain, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *sharia complience* dan *tangible*.⁹

Selain kualitas pelayanan, promosi juga menjadikan faktor yang dapat memengaruhi minat mahasiswa perbankan syariah menjadi nasabah bank syariah. Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan kosumen agar membeli¹⁰. Promosi berdasarkan teori Philip Kotler merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mengomukasikan manfaat dari produknya dan guna meyakinkan konsumen agar membeli.¹¹ Jadi promosi sebagian dari strategi bank syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah. Ketika promosi yang diberikan oleh bank semakin banyak maka akan

⁸ Philip Kotler, *manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2011), hal. 67

⁹ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hal. 258

¹⁰ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2017), hal. 177

¹¹ Freddi Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2009), hal. 177

menentukan minat untuk menabung. Dengan adanya promosi yang diberikan oleh bank syariah maka mahasiswa perbankan syariah dapat mengetahui produk baru atau berita baru mengenai produk dan jasa bank tersebut. Promosi memberikan dampak yang sangat baik bagi bank guna meningkatkan pendapatan bank dari tahun ke tahun. Promosi yang diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat khususnya mahasiswa perbankan syariah berdampak pada penentuan minat untuk memilih suatu produk tabungan atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya.

Pengetahuan tentang bank syariah merupakan faktor yang penting bagi minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah. Pengetahuan adalah informasi yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman, dan skema interpretasi yang dimilikinya.¹² Menurut Mowen dan Minor pengetahuan merupakan “sejumlah pengalaman dan informasi mengenai produk atau jasa yang dimiliki oleh seseorang atau konsumen”.¹³ Pengetahuan sangat dibutuhkan untuk mengambil keputusan, sedangkan keputusan dibutuhkan adanya minat. Pengetahuan akan terlihat pada diri seseorang dapat komitmen atau setia yang akhirnya akan berpengaruh terhadap cara mahasiswa perbankan syariah berminat menggunakan produk dan juga jasa pada bank syariah.

¹² Nurul Indarti, et al. *Manajemen Pengetahuan : Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014), hal. 14

¹³ Donni Junni, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 130

Lokasi merupakan suatu penentu dari minat masyarakat menabung atau menggunakan jasa bank syariah. Lokasi adalah letak, tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi.¹⁴ Menurut wahyono lokasi perbankan adalah “suatu jaringan dimana nasabah mampu memanfaatkan produk dan jasa perbankan”.¹⁵ Sehingga apabila lokasi bank syariah luas dan mudah dijangkau maka akan mempengaruhi minat menabung. Lokasi yang strategis sangat menentukan suatu usaha yang dijalankan guna untuk memperkuat posisi bersaing, terutama dalam penguasaan wilayah pemasaran. Banyak nasabah yang mempertimbangkan letak lokasi yang nyaman dalam bertransaksi. Letak lokasi yang tidak jauh dan dekat sarana-prasarana juga merupakan pertimbangan nasabah dalam menentukan bank tersebut.

Alasan saya mengambil Variabel kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi karena variabel ini merupakan bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Menurut Kotler *marketing mix* adalah “sekumpulan variabel-variabel marketing, yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar target penjualan yang diinginkan”.¹⁶ Bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu, *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Bauran pemasaran sangat penting digunakan pada perusahaan, khususnya perbankan syariah. Bauran pemasaran digunakan untuk mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk bank syariah.

¹⁴ Render dan Jay Heizer, *Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal. 33

¹⁵ Cindhya Audina Putribasutami, “Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, dan Sosial terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 6, No. 3, 2018, hal. 160

¹⁶ Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: Sah Media, 2019), hal. 138

Mahasiswa merupakan suatu komponen pangsa pasar yang layak dijadikan sebagai pertimbangan bank guna menambah jumlah nasabah bank tersebut. Mahasiswa Perbankan Syariah banyak mengetahui tentang perbankan syariah melalui jalur formal dan juga non formal. Dengan jalur formal yaitu dengan diberikannya mata kuliah tentang banyak hal mengenai perbankan syariah dan juga lembaga keuangan, dari pengertian, perbedaan, produk bank, jasa bank, akad bank, keunggulan bank. Sedangkan dengan jalur non formal mahasiswa perbankan syariah dapat memperoleh informasi dari lingkungan masyarakat.

Mahasiswa IAIN Tulungagung merupakan satu satunya perguruan tinggi negeri yang berbasis Islam di Tulungagung. Kampus IAIN Tulungagung terdapat fakultas FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) merupakan fakultas yang cukup banyak diminati mahasiswa. Salah satunya yaitu jurusan Perbankan Syariah, tidak sedikit mahasiswa yang memilih jurusan tersebut dan sekarang ini perkembangannya sangat pesat. Dengan semakin meningkatnya mahasiswa dari tahun ke tahun menandakan bahwa kualitas dari tahun ke tahun pun juga meningkat. Meningkatnya dari tahun ke tahun dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3
Jumlah Mahasiswa Aktif
FEBI IAIN Tulungagung
pada tahun 2016-2019

Jurusan	Tahun			
	2016	2017	2018	2019
PS	1393	1666	1663	1500
ES	1707	2174	2260	2133
AKS	208	533	871	915
MAZAWA	0	0	87	183
MBS	0	190	631	897
MKS	0	116	308	558

Sumber : PD Dikti, 2019

Berdasarkan tabel 1.3 dapat diketahui bahwa jurusan ekonomi syariah dan perbankan syariah sangat diminati. Pada tahun 2019, jumlah mahasiswa perbankan syariah sebanyak 1500 siswa dan jumlah mahasiswa ekonomi syariah sebanyak 2133 siswa. Dilihat dari jumlah mahasiswa, jurusan ekonomi syariah lebih banyak. Tetapi dapat diketahui mahasiswa jurusan perbankan syariah lebih banyak mendapatkan pengetahuan tentang perbankan syariah.

Dari pengetahuan yang dimiliki mahasiswa mengenai perbankan syariah maka banyak dipungkiri bahwasannya mereka memiliki minat menabung di bank syariah. Hal tersebut menandakan bahwa bank mengalami perkembangan. Peneliti mengambil responden mahasiswa perbankan syariah, karena mahasiswa memiliki pengetahuan yang luas mengenai perbankan syariah. Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk mengambil judul

“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menabung di Bank Syariah.”

B. Identifikasi Masalah

Adapun permasalahan yang perlu diidentifikasi dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan, promosi, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah. Adapun batasan pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan, promosi, pengetahuan, lokasi dan minat menabung.

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan pada bank syariah yang diberikan kepada masyarakat khususnya mahasiswa perbankan syariah apakah sudah sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki mahasiswa perbankan syariah terkait kualitas pelayanan pada bank syariah.

2. Promosi

Promosi yang diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat apakah sudah sesuai pengetahuan yang dimiliki mahasiswa perbankan syariah mengenai promosi apakah dapat meningkatkan minat menabung di bank syariah.

3. Pengetahuan

Pengetahuan yang dimiliki mahasiswa perbankan syariah cukup luas sehingga, mahasiswa perbankan syariah berminat menabung di bank syariah.

4. Lokasi

Lokasi bank syariah belum luas, karena masih sulit dijangkau oleh masyarakat pedesaan khususnya.

5. Minat Menabung

Minat menabung mahasiswa perbankan syariah khususnya mahasiswa IAIN Tulungagung masih kurang.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di Bank Syariah?
2. Apakah promosi dapat berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di Bank Syariah ?
3. Apakah pengetahuan dapat berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di Bank Syariah?

4. Apakah lokasi dapat berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di Bank Syariah?
5. Apakah kualitas pelayanan, promosi, pengetahuan, dan lokasi secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di Bank Syariah.
2. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di Bank Syariah.
3. Untuk menguji pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di Bank Syariah.
4. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di Bank Syariah.
5. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, promosi, pengetahuan, dan lokasi secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di Bank Syariah.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik untuk kepentingan ilmiah maupun kepentingan terapan. Kedua manfaat tersebut yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini, berguna sebagai bahan informasi dan pelayanan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Bank Syariah

Dapat bermanfaat bagi bahan untuk evaluasi dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kelancaran dalam menabung di bank syariah.

b. Bagi Akademik

Sebagai sumbangsih perbendaharaan kepustakaan di IAIN Tulungagung.

c. Bahan Penelitian Selanjutnya

Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam kajian yang sama dengan menambar variabel yang berbeda.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup digunakan untuk membatasi suatu masalah penelitian yang akan diteliti. Ada keterbatasan waktu, dana, tenaga, dan teori-teori dari penulis. Adapun batasan penelitian ini adalah:

1. Subyek penelitian ini adalah mahasiswa perbankan syariah IAIN Tulungagung.
2. Penelitian ini hanya mengkaji tentang dimensi kualitas pelayanan, promosi, pengetahuan, dan lokasi.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah definisi yang diambil dari teori dari pakar yang sesuai dengan tema yang diteliti. Adapun istilah konseptual dalam penelitian ini adalah:

a. Pengaruh

Pengaruh merupakan daya yang timbul dari orang atau benda yang ikut membentuk suatu watak dan juga perbuatan seseorang.¹⁷

b. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan yaitu suatu ukuran baik atau tidaknya tingkat jasa yang diberikan dengan harapan pelanggan.¹⁸

c. Promosi

Promosi adalah sebuah kegiatan pemasaran yang harus dilakukan terus menerus untuk mencapai tujuan utama yaitu adanya transaksi pembelian.¹⁹

¹⁷ Tim Penyusun Kamus Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi 3*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hal.849

¹⁸ Sugeng Wahyoedi dan Saporso, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Studi Atas Religitas, Kualitas Layanan, Trust, dan Loyalitas*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hal.35

¹⁹ Joko Salim, *Step by Step Internet Promotion*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), hal. 191

d. Pengetahun

Pengetahuan adalah hasil pengindraan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya (telinga, hidung, mata, dan lain-lain).²⁰

e. Lokasi

Lokasi adalah tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonomi.²¹

f. Minat

Minat adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan.²²

g. Tabungan

Tabungan adalah simpanan dari pihak ketiga kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu.²³

h. Bank syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga tetapi dengan bagi hasil yang dilandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits.²⁴

²⁰ Vito Aurefanda, "Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah: Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam", *Skripsi* 2019. hal. 9

²¹ Michael Adiwijaya, *8 Juru Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), hal. 43

²² Tim Pengembangan Ilmu Pendidikan FIP-UPI, *Ilmu & Aplikasi Pendidikan Bagian 2 Ilmu Pendidikan Praktis*, (Jakarta: IMTIMA, 2007), hal. 63

²³ Thomas Suyanto, dkk, *Kelembagaan Perbankan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), hal. 43

²⁴ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jogyakarta: Ekonisia, 2005), hal. 1

2. Definisi Operasional

Berdasarkan judul secara operasional, bahwa penelitian ini meneliti penerapan kualitas pelayanan, promosi, pengetahuan, lokasi yang dilakukan oleh Bank Syariah kepada mahasiswa perbankan syariah untuk mengetahui minat menjadi nasabah Bank Syariah. Guna untuk menambah nasabah baru maupun nasabah yang dideskripsikan melalui angket.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai skripsi penelitian ini, maka susunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian. Membahas beberapa unsur yang terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan, penegasan istilah, sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Mendeskripsikan tentang pengertian pengertian kualitas pelayanan, pengertian promosi, pengertian pengetahuan, pengertian lokasi, pengertian minat menabung, pengertian bank syariah, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi uraian tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, dan instrument penelitian, teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian, yaitu meliputi deskripsi data dan pengujian hipotesis, dan temuan penelitian.

BAB V HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi pembahasan penelitian.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi uraian tentang kesimpulan peneliti berdasarkan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, serta sasaran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap adanya penelitian.