

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menabung merupakan tindakan yang disarankan oleh agama Islam, karena dengan menabung berarti seseorang telah mempersiapkan diri untuk perencanaan jangka panjang untuk kehidupan masa depannya sekaligus untuk berjaga-jaga menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan nanti. Di Indonesia terdapat dua bank yaitu bank syariah dan bank konvensional. Dalam era ini banyak masyarakat lebih cenderung menabung di bank konvensional, karena masyarakat belum begitu paham mengenai bank syariah bahkan ada yang belum mengenal bank syariah.¹

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi menjadi perantara bagi pihak yang kelebihan dana dan pihak yang membutuhkan dana untuk kegiatan usaha atau kegiatan yang lainnya sesuai hukum Islam. Bank syariah memiliki sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya.²

Sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka *dual-banking system* atau sistem perbankan ganda sesuai dengan kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Sistem

¹ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 153

² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm. 25

perbankan syariah dan perbankan konvensional bersinergi mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.

Penerapan sistem perbankan ganda ini diadakan karena kedua sistem antara perbankan syariah dan konvensional cukup berbeda. Mulai dari sumber hukum, sistem operasional, sampai sistem keuntungan yang ditawarkan. Berdasarkan prinsip bank syariah seperti halnya bank konvensional, bank syariah memiliki fungsi utama sebagai lembaga intermediasi (*intermediary institution*). Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya kegiatan perdagangan.

Bank syariah beroperasi atas dasar konsep bagi hasil. Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebankan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman. Bank syariah dapat menjalankan kegiatan usaha untuk memperoleh imbalan atas jasa perbankan lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.³

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini cukup baik. Namun meskipun menunjukkan perkembangan yang signifikan dari pertumbuhan aset, namanya relatif belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Persaingan dunia bisnis perbankan di Indonesia semakin lama semakin gencar yang salah satunya ditandai dengan banyaknya jumlah bank yang beroperasi. Saat ini semakin banyak juga bank-bank konvensional yang

³ Slamet Wiyono, *Cara Mudah Memahami Akuntansi Perbankan Syariah Berdasar PSAK dan PAPS*, (Jakarta: Grasindo, 2005), hlm. 75

membuka UUS (Unit Usaha Syariah) baik dengan membuka baru atau mengonversi cabang-cabangnya menjadi BUS (Bank Umum Syariah) baru. Untuk bersaing dengan bank konvensional, bank syariah juga harus mengembangkan produk-produk serta fasilitas dan pelayanan yang diberikan kepada nasabah agar mereka mengetahui keberadaan bank syariah.

Anggapan masyarakat yang masih menganggap bahwa menabung di bank syariah sama saja dengan menabung di bank konvensional itu merupakan suatu masalah yang harus dipecahkan. Menabung di bank syariah memiliki hikmah tersendiri bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah muslim khususnya umat Islam yang menginginkan hadirnya bank syariah dan paham bahwa riba itu dilarang dalam Islam. Sehingga bank syariah menjadi salah satu alternatif bagi semua umat muslim dalam menabung maupun melakukan pembiayaan tanpa adanya keraguan.

Ketika suatu bank sudah memiliki produk, maka masyarakat perlu tahu dengan kehadiran produk tersebut, seperti manfaat, harga, dimana diperoleh dan kelebihan produk dibandingkan produk pesaing.⁴ Produk bank syariah identik dengan produk-produk yang mengandung unsur syariah, sedangkan peruntukannya juga sebetulnya dapat digunakan oleh semua masyarakat yang mempunyai hak dan pilihan atas bank dan produknya. Dalam menjalankan operasinya bank syariah mempunyai 4 fungsi, salah satunya adalah sebagai amanah untuk melakukan investasi dana-dana yang dipercayakan oleh pemegang rekening investasi atas dasar prinsip bagi hasil yang sesuai dengan

⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 175

kebijakan investasi bank. Dari beberapa operasional tersebut kemudian diturunkan menjadi produk-produk bank syariah yang secara garis besar dapat dikelompokkan ke dalam produk pendanaan, produk pembiayaan dan produk jasa perbankan.

Masalah utama yang dihadapi lembaga keuangan syariah saat ini adalah bagaimana perusahaan dapat menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang. Hal ini dikarenakan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan bank syariah itu sendiri. Masyarakat masih mengira bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional, apalagi mereka yang tinggal di pedesaan.

Adanya bank syariah diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pembiayaan-pembiayaan yang dikeluarkan oleh bank syariah. Melalui pembiayaan bank syariah dapat menjadi mitra dengan nasabah, sehingga hubungan bank syariah dengan nasabah tidak lagi kreditur dan debitur melainkan kemitraan.⁵

Minat digambarkan sebagai keadaan seseorang sebelum melakukan suatu tindakan, yang hal tersebut dapat dijadikan dasar sebagai memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Sedangkan minat menabung nasabah merupakan keinginan yang datang dari diri nasabah untuk menggunakan produk/jasa bank atau melakukan penyimpanan atas uang mereka di bank dengan tujuan tertentu.⁶

⁵ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 8

⁶ Tri Astuti, *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*, Jurnal Nominal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Volume 2, 1 (2013), hlm. 186

Untuk itu dalam upaya menarik minat menabung nasabah, bank syariah harus memerhatikan beberapa faktor yang memengaruhi minat nasabah untuk menabung di bank syariah antara lain pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, *disposable income*, dan pelayanan perbankan syariah. Yang mana, Pengetahuan merupakan informasi yang diketahui oleh manusia. Nasabah akan menggunakan jasa perbankan untuk melakukan transaksi jika mereka memiliki pengetahuan mengenai kelebihan yang ada dalam bank tersebut. Pengetahuan tentang perbankan syariah serta produk-produknya sangat memengaruhi minat nasabah untuk menabung di bank syariah, oleh sebab itu dari pihak perbankan perlu mengadakan sosialisasi kepada para masyarakat untuk menambah wawasan mereka mengenai perbankan syariah.

Menurut Zamrud Widya Pangestika dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi, dan Fasilitas Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung Bank Syariah” menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan fasilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat santri menabung di bank syariah, sedangkan variabel lokasi tidak ada pengaruh terhadap minat menabung santri di bank syariah. Hal ini dikarenakan jika santri tidak mengetahui system bank syariah, produk-produknya, maupun fasilitas-fasilitas yang disediakan maka kemungkinan berminat untuk menabung menjadi berkurang.⁷

Selain pengetahuan konsumen, faktor lain yang perlu diperhatikan adalah promosi. Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan untuk

⁷ Zamrud Widya Pangestika, *Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi dan Fasilitas Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Bank Syariah*, Jurusan Perbankan Syariah IAIN Surakarta, 2019

meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuannya yaitu untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon nasabah.⁸ Dalam kegiatan promosi setiap bank berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Menurut Gitosudarmo dengan diadakannya kegiatan promosi maka masyarakat dapat mengetahui apa saja yang diberikan dan disediakan oleh bank serta dapat menambah minat masyarakat untuk menabung.⁹ Tak dapat dipungkiri, perkembangan bank syariah di Indonesia juga tidak lepas dari peran kampus. Berbagai seminar, diskusi, dan workshop diadakan oleh para civitas akademika dengan tujuan untuk mempromosikan bank syariah kepada mahasiswa.¹⁰

Fasilitas yang disediakan perbankan juga merupakan faktor yang memengaruhi minat nasabah untuk menabung di bank syariah. Nasabah sekarang ini sangat kritis terhadap ketersediaan fasilitas yang ada di bank baik dari tampilan gedung, area parkir, ruang tunggu, dan keamanan. Fasilitas yang tidak kalah penting lainnya adalah fasilitas perbankan itu sendiri yang sangat dibutuhkan oleh nasabah dalam rangka memberikan kemudahan dalam transaksi, mulai dari sarana transfer antar rekening, tarik tunai lewat ATM

⁸ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: ALFABETA, 2011), hlm. 179

⁹ I Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm. 150

¹⁰ Gunawan's, "*Investasi Bank Syariah di Kalangan Mahasiswa*", dalam <https://grelovejogja.wordpress.com/2010/03/30/investasi-bank-syariah-di-kalangan-mahasiswa/>, diakses pada 5 Maret 2020, pukul 05:48 WIB

(Anjungan Tunai Mandiri), kelengkapan ruang tunggu serta fasilitas pendukung lainnya untuk transaksi.¹¹

Menurut Oriesta Dhea Budi Utamy dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah, Promosi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Menabung sebagai Variabel Intervening” menunjukkan hasil bahwa pengetahuan bank syariah, promosi, dan fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank syariah. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti dengan menawarkan untuk membuka rekening bank syariah, dengan cara tersebut diharapkan mahasiswa dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan sehingga memilih bank syariah sebagai perantara menabung. Dalam hal fasilitas semakin mudah, cepat, tertata dengan baik dan mengikuti perkembangan teknologi mutakhir suatu fasilitas maka akan semakin memanjakan nasabah yang dapat membuat rasa kenyamanan bagi mereka, sehingga hal tersebut dapat mendorong minat menabung nasabah untuk menabung di bank syariah.¹²

Disposable income juga memengaruhi minat nasabah untuk menabung. *Disposable income* (pendapatan *disposable*) adalah pendapatan setelah dikurangi pajak dan merupakan pendapatan yang siap untuk dibelanjakan.

¹¹ Nurastuti Wiji, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 110

¹² Oriesta Dhea Budi Utamy, *Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah, Promosi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Menabung sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto Tahun Angkatan 2016/2017)*, Universitas Negeri Semarang, 2019

Pendapatan *disposable* yang digunakan untuk menabung merupakan pendapatan yang tersisa karena tidak habis digunakan untuk konsumsi.¹³

Menurut Mohammad Firdaus dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Tingkat *Disposable Income* dan Tingkat Pengetahuan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa UIN Jakarta)” menunjukkan hasil bahwa variabel persepsi, tingkat religiusitas, dan *disposable income* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Selain faktor *disposable income* yang tidak kalah penting adalah dari faktor pelayanan perbankan itu sendiri. Perusahaan jasa tidak dapat terlepas dari sektor pelayanan. Setiap perusahaan memerlukan *service excellence*, yang dimaksud dengan *service excellence* atau pelayanan yang unggul adalah suatu sikap dan cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Secara garis besar ada empat unsur pokok dalam konsep ini yaitu, kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan.¹⁴ Dari keempat konsep tersebut diharapkan dapat menimbulkan rasa puas untuk nasabah dan loyalitas yang besar dari nasabah sehingga nasabah akan setia untuk menggunakan jasa layanan bank syariah.

Menurut Sisca Damayanti dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang X” yang menunjukkan hasil bahwa

¹³ Atik Masruroh, *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Pebankan Syariah: Studi kasus Mahasiswa STAIN Salatiga*, IAIN Salatiga 2015

¹⁴ Fandy Tjitono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), hlm. 58

variabel pandangan islam, pelayanan, dan keamanan berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah di bank syariah. Hal itu dikarenakan perbankan syariah selalu memberikan pelayanan yang baik kepada setiap nasabah, karena baik buruknya pelayanan dapat mempengaruhi nyaman tidaknya seorang nasabah dalam menabung di bank tersebut.¹⁵

Perkembangan industri berbasis syariah ini tidak terlepas dari jumlah penduduk Indonesia yang mayoritasnya muslim. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan. Ia akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi serta mampu menyaring informasi dengan lebih baik.

Mahasiswa sebagai salah satu pangsa pasar yang layak untuk diperhatikan dalam menambah jumlah nasabah perbankan syariah. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung merupakan salah satu perguruan tinggi yang berbasis agama Islam di Kota Tulungagung, dengan jumlah mahasiswa khususnya jurusan perbankan syariah sebanyak 1.683 mahasiswa aktif pada tahun akademik 2019/2020.

Mahasiswa merupakan sasaran yang tepat bagi pihak bank syariah dalam memperbesar perkembangan produknya. Produk tabungan di perbankan syariah sangat dibutuhkan untuk kalangan mahasiswa yang hidup jauh di perantauan. Terutama mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam, jurusan perbankan syariah dianggap lebih mengenal mengenai perbankan syariah.

Namun pada keyatannya para mahasiswa yang mengambil jurusan perbankan

¹⁵ Sisca Damayanti, Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang X, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti, *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa Vol. 9 No. 1*, 2016

syariah juga masih sedikit yang mempunyai rekening syariah. Alasan mereka enggan membuka rekening syariah tetap sama yaitu fasilitas yang kurang memadai seperti ATM, dan keberadaan perbankan syariah yang masih terbatas.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, alasan peneliti memilih faktor tersebut karena ingin mengetahui seberapa besar faktor tersebut memengaruhi minat nasabah menabung di bank syariah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengulas dalam sebuah karya ilmiah yang berjudul **“PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN, PROMOSI, FASILITAS, *DISPOSABLE INCOME*, DAN PELAYANAN PERBANKAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, masalah-masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Perlunya pengembangan pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah dan produk-produknya.
2. Perlunya promosi yang luas bagi pihak perbankan agar dapat dikenal oleh semua kalangan masyarakat.
3. Masih sedikitnya fasilitas perbankan syariah yang dapat memengaruhi minat menabung nasabah di bank syariah.

4. Perlunya pengolahan dana yang baik agar *disposable income* (pendapatan yang harus dibelanjakan) itu masih tersisa untuk ditabung
5. Perlunya pelayanan yang baik sebagai pendorong minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.
6. perlunya pengembangan pengetahuan, promosi, fasilitas, pengelolaan dana yang baik agar pendapatan bisa tersisa untuk ditabung, dan perlunya pelayanan yang baik untuk mendorong minat masyarakat untuk menjadi nasabah dibank syariah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di bank syariah pada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di bank syariah pada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung?
3. Apakah fasilitas perbankan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di bank syariah pada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung?
4. Apakah *disposable income* berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di bank syariah pada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung?

5. Apakah pelayanan perbankan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di bank syariah pada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung?
6. Apakah variabel pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, *disposable income*, dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di bank syariah pada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen terhadap minat menabung nasabah di bank syariah pada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat menabung nasabah di bank syariah pada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas perbankan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah pada Jurusan mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.
4. Untuk mengetahui pengaruh *disposable income* terhadap minat menabung nasabah di bank syariah pada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.

5. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan perbankan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah pada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.
6. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, *disposable income*, dan pelayanan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah pada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.

E. Manfaat dan Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman tentang faktor yang mempengaruhi terhadap minat menabung nasabah di bank syariah.

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran di bidang kajian ilmu pemasaran (*marketing mix*).

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi lembaga perbankan syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak lembaga perbankan syariah dalam pengambilan keputusan untuk menawarkan produknya agar dikenal oleh semua masyarakat khususnya mahasiswa serta untuk pihak lembaga agar menyediakan fasilitas yang lengkap di berbagai daerah.

b. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih terhadap penelitian selanjutnya dan sebagai sumbangsih perbendaharaan perpustakaan di IAIN Tulungagung dalam bidang pemasaran syariah.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya dalam tema yang sama.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini hanya terfokus pada pengetahuan konsumen, promosi yang dilakukan pihak perbankan, fasilitas, *disposable income*, serta pelayanan perbankan syariah terhadap minat menabung nasabah di bank syariah. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung Tahun akademik 2019/2020.

G. Penegasan Istilah Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti perlu memberi penegasan istilah dari judul yang peneliti angkat dengan tujuan agar tidak terjadi kerancuan atau ketidaksamaan pemahaman, yaitu:

1. Definisi Konseptual

a. Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap obyek melalui indera yang dimilikinya (mata, hidung, telinga dan sebagainya).¹⁶

b. Promosi

Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen agar membeli produknya.¹⁷

c. Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha.¹⁸

d. *Disposable Income*

Disposable Income adalah pendapatan yang siap dibelanjakan atau dihubungkan oleh rumah tangga.¹⁹

e. Pelayanan Perbankan

Pelayanan perbankan merupakan setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan kepada nasabah untuk memberikan

¹⁶ Program Studi Sistem Informasi FST, Univ. Ma Chung, *Studi Kasus Sistem Berbasis Pengetahuan: Membahas Metode ID3, Naive Bayes dan Certainty Factor*, (Malang: Seribu Bintang, 2018), hlm. 6

¹⁷ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm. 177

¹⁸ Wahyuningrum, *Manajemen Fasilitas*, diakses melalui <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/tmp/C.pdf>, pada tanggal 10 April 2019

¹⁹ Case E. Karl, Fair C. Ray, *Case Fair :Prinsip-prinsip Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm. 31

kepuasan melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.²⁰

f. Minat Menabung

Menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI), minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu; gairah; keinginan. Sedangkan menabung berarti menyimpan uang (di celengan, pos, bank, dan sebagainya). Jadi minat menabung adalah suatu kecenderungan hati atau keinginan manusia untuk menyimpan uangnya di bank maupun di tempat lain.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk memberikan kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak muncul berbagai penafsiran terhadap judul penelitian. Yang dimaksud pengaruh pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, *disposable income*, dan pelayanan perbankan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah adalah seberapa besar pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas perbankan, *disposable income*, dan pelayanan perbankan mempengaruhi minat menabung nasabah di bank syariah.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis menggunakan buku pedoman penulisan skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung (IAIN

²⁰ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 64

Tulungagung). Untuk memudahkan pemahaman, maka penulis membuat sistematika penulisan sesuai dengan buku pedoman skripsi di IAIN Tulungagung. Maka sistematika penulisan proposal skripsi ini terdiri dari enam bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini diuraikan secara garis besar meliputi : Latar Belakang Masalah, Identifikasi dan Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Batasan Penelitian, dan Definisi Operasional.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada kajian teori ini membahas mengenai penjabaran dari dasar teori yang digunakan untuk penelitian meliputi pengertian pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, *disposable income*, pelayanan perbankan dan minat menabung serta pengertian perbankan syariah.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada metode penelitian membahas mengenai jenis dan pendekatan penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, data, jenis data dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian hasil penelitian dan pembahasan ini berisikan tentang hasil penelitian yang telah diteliti, deskripsi data, pengujian hipotesis, pembahasan

berisikan tentang menjawab semua permasalahan yang ada pada rumusan masalah.

BAB V : PEMBAHASAN

Pada bagian pembahasan ini berisikan mengenai jawaban dari masalah penelitian, serta menafsirkan temuan-temuan penelitian menggunakan teori yang sudah ada, dan menjelaskan pembahasan lain dari hasil penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Pada bagian ini berisikan tentang kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca maupun peneliti.