

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Disamping itu bank dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah dan pembayaran lainnya. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>2</sup>

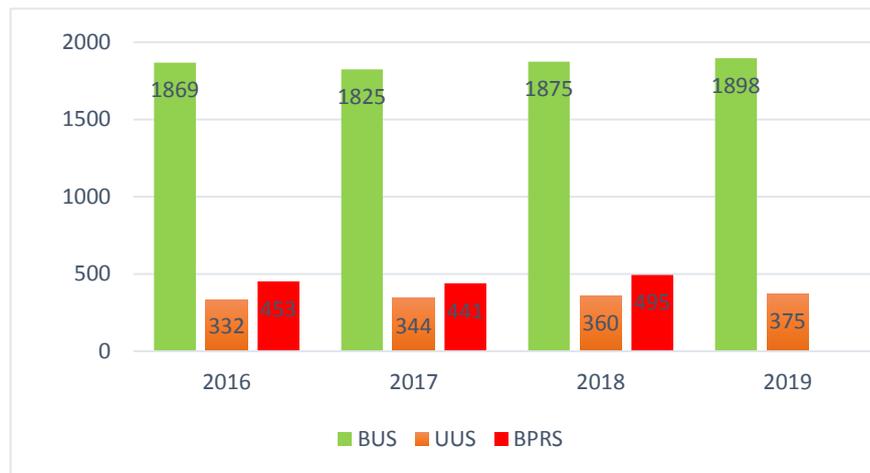
Ada dua jenis bank yang ada di Indonesia yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri bank syariah yaitu tidak menerima atau membebankan bunga kepada nasabah. Akan tetapi menerima dan membebankan bagi hasil serta imbalan lain yang sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan. Dalam kegiatannya baik bank konvensional maupun bank syariah, masing-masing memiliki fasilitas produk, cara mempromosikan serta hal-hal lain untuk menarik minat calon nasabah dalam hal penyimpanan dana maupun penyaluran dananya di bank.

---

<sup>2</sup> Kasmir, *Badan dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), hal.23

Kegiatan pelayanan, bauran pemasaran dari bank yang dinilai menjadi faktor mendasar dalam mendorong keputusan nasabah dalam menabung di suatu bank, serta pengetahuan calon nasabah juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Perbankan syariah sebagai lembaga keuangan berbasis syariah, dengan landasan hukum Islam yang bertolak dari unsur riba ditimbang akan melahirkan keseimbangan sistem ekonomi karena dihilangkannya antara lain unsur *gharar* (spekulasi dan ketidakpastian). Hal ini dapat dilihat pada tahun 1998 sewaktu Indonesia mengalami krisis moneter, dapat dilihat bahwa Bank Muamalat Indonesia merupakan Bank Syariah pertama di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1993 tidak terlalu terkena dampak dari krisis moneter yang melanda Indonesia. Selanjutnya kesuksesan perbankan syariah semakin terlihat jelas setelah bermunculan bank-bank syariah lain seperti Bank Syariah Mandiri yang juga mampu bertahan terhadap krisis ekonomi yang melanda Indonesia. Keberhasilan ini merupakan hasil dari pengaplikasian prinsip dan sistem yang berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits sebagai pedoman dalam pengoperasiannya.



Sumber: Data Statistik OJK Tahun 2019

Data statistik OJK pada tahun 2019 menunjukkan bahwa perbankan syariah mengalami perkembangan pesat yang dapat dilihat dari jumlah jaringan kantornya. Dalam empat tahun terakhir jumlah jaringan kantor perbankan mengalami peningkatan tetapi pada tahun 2017 BUS mengalami penurunan dari 1869 kantor menjadi 1825 kantor, tetapi pada tahun 2018 mengalami peningkatan kembali menjadi 1875 kantor dan pada akhir bulan Agustus 2019 meningkat menjadi 1898 kantor.<sup>3</sup> Berdasarkan data perkembangan jaringan kantor perbankan syariah yang semakin berkembang pesat maka, hal ini berarti masyarakat sudah mempertimbangkan keberadaan perbankan syariah dan memberikan kepercayaan untuk menjadi nasabah bank syariah.

Sebelum seseorang mengambil keputusan untuk melakukan transaksi di perbankan syariah, biasanya seseorang tersebut terlebih dulu mengenali kebutuhan atau masalahnya. Untuk selanjutnya seseorang akan

<sup>3</sup><https://www.ojk.go.id/en/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Default.aspx> diakses pada 19 Desember 2019

mencari informasi sebanyak-banyaknya. Informasi ini dapat dicari melalui berbagai media seperti bacaan, internet, teman atau yang lainnya. Setelah pencarian informasi biasanya seseorang melakukan evaluasi atas informasi yang didupatkannya untuk menentukan produk mana yang cocok digunakan untuk kebutuhannya dalam bertransaksi. Selanjutnya keputusan untuk membeli produk yang akan digunakannya.

Keputusan merupakan suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisa segala kemungkinan-kemungkinan dari alternatif tersebut bersama konsekuensinya. Setiap keputusan akan membuat pilihan terakhir, dapat berupa pendapat ataupun tindakan. Nasabah dalam membuat keputusan tentunya akan mempertimbangkan segala hal yaitu dengan cara membandingkan antara satu dengan yang lainnya, baik mempertimbangkan dari aspek-aspek seperti produk atau lokasi.

Sebuah kunci untuk menjaga dan mempertahankan minat nasabah menabung di sebuah bank adalah mempertahankan layanan dan respon serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah. Kualitas pelayanan bank yang nantinya menentukan minat nasabah. Pelayanan merupakan hal terpenting bagi tiap-tiap unsur bisnis ataupun usaha untuk mencapai tujuan utama yaitu kepuasan dan kenyamanan konsumen. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan diperlukan manusia secara umum dikelompokkan menjadi dua, yaitu layanan fisis yang sifatnya pribadi dan layanan administratif yang diberikan

oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik organisasi massa atau negara. Dalam rangka mempertahankan hidupnya, manusia sangat memerlukan pelayanan, baik dari diri sendiri maupun melalui karya orang lain.<sup>4</sup>

Pelayanan menjadi salah satu penentu dan perhatian utama dari perusahaan. Perusahaan harus memahami kondisi nasabah dalam memandang mutu dan tingkat mutu yang mereka harapkan. Dengan demikian bank mampu menilai bagaimana pelayanan memiliki peranan penting untuk menambah dan mempertahankan eksistensi bank nya. Kualitas pelayanan merupakan sebuah nilai yang ada pada barang ataupun jasa yang dihasilkan disetiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain.

Bukan hanya pelayanan tetapi bauran pemasaran juga juga berpengaruh bagi keberlangsungan hidup bank Pemasaran merupakan suatu perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu.

mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Hessel Nogi, *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT Grassendo, 2005), hal.208

<sup>5</sup> Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Laks Bang PRESS indo, 2012), hal. 2

Bauran pemasaran (*marketing mix*), merupakan unsur-unsur internal penting yang membentuk program pemasaran sebuah organisasi. Dalam buku yang ditulis oleh Kasmir, mendefinisikan *marketing mix* sebagai perangkat variable-variabel pemasaran terkontrol yang digabungkan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam pasar sasaran. Dalam hal ini, sebagaimana strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh bank syariah dalam memasarkan produknya yang mana saat ini sudah sangat bersaing, dalam menyampaikan maksud dari strategi pemasaran mereka untuk dapat diterima dan dimengerti oleh nasabah. Jadi, bauran pemasaran itu adalah campuran variable-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh bank untuk mendapatkan nasabah. Bauran pemasaran terintegrasi yang terdiri dari beberapa faktor yaitu 4P produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).<sup>6</sup>

Selain promosi yang mempengaruhi minat nasabah adalah pengetahuan. Menurut Rina Fitriani, pengetahuan nasabah merupakan sangat berpengaruh terhadap keputusan menabung. Pengetahuan nasabah penting bagi pemasar karena apa yang di beli, berapa banyak yang dibeli, dimana harus membeli dan kapan membeli, akan tergantung pada pengetahuan nasabah mengenai hal-hal tersebut. Oleh karena itu, pengetahuan nasabah akan memengaruhi keputusan pembelian. Semakin

---

<sup>6</sup> Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, ( Jakarta: Erlangga, 2006), hal. 58

banyak nasabah memiliki pengetahuan maka akan semakin baik nasabah dalam mengambil keputusan.

Kampus IAIN Tulungagung merupakan kampus negeri satu-satunya di Tulungagung. Oleh karena itu kampus IAIN Tulungagung sangat diminati oleh calon mahasiswa yang ingin melanjutkan kejenjang berikutnya, Kampus IAIN tulungagung mempunyai beberapa fakultas, salah satunya adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dimana fakultas tersebut diyakini bisa mengembangkan sistem ekonomi yang berlandaskan syariat-syariat islam dalam penerapannya.

Oleh sebab itu, berdasarkan pemaparan-pemaparan yang telah diuraikan di atas maka topik ini menjadi menarik untuk dibahas. Hal ini lah yang mendorong peneliti mengambil penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, BAURAN PEMASARAN DAN PENGETAHUAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam Angkatan 2016)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah ?
2. Apakah bauran pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah?

3. Apakah pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah?
4. Apakah kualitas pelayanan, bauran pemasaran, dan pengetahuan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi nasabah di bank Syariah Tulungagung?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.
2. Untuk menguji pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.
3. Untuk menguji pengaruh pengetahuan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.
4. Untuk menguji variabel kualitas pelayanan, bauran pemasaran, dan pengetahuan secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi nasabah di bank Syariah Tulungagung.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan dapat digunakan sebagai bahan masukan sekaligus tambahan pustaka khususnya bagi perbankan untuk mengetahui kualitas pelayanan,

bauran pemasaran dan pengetahuan yang mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi IAIN Tulungagung

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan daftar referensi di perpustakaan kampus serta dapat digunakan sebagai bahan perbandingan bagi peneliti lain di kemudian hari. Dan diharapkan dengan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan akan kesamaan teori yang didapat di bangku perkuliahan dengan penerapan di masyarakat yang sebenarnya.

### b. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat mengasah kemampuan peneliti dalam menjawab permasalahan nyata dalam kehidupan sehari-hari, terutama yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan pengetahuan yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Serta untuk meningkatkan, memperluas dan mengembangkan pemahaman keilmuan peneliti.

### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran dan informasi yang bermanfaat mengenai pengaruh kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan pengetahuan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah. Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya terutama

yang berminat untuk mengkaji tentang permasalahan yang sama dengan penelitian ini.

## **E. Ruang Lingkup dan Keterbelakangan Masalah**

### **1. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah, dengan menggunakan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). variabel bebas (X) yaitu kualitas pelayanan (X1), bauran pemasaran (X2) dan pengetahuan (X3). Sedangkan variabel terikat (Y) yaitu Keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah.

### **2. Keterbatasan Penelitian**

Dikarenakan adanya keterbatasan waktu, tenaga, biaya, pikiran dan kemampuan yang dimiliki penulis, maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Maka dalam penelitian ini penulis memberikan keterbatasan pada:

- a. Subjek Penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016.
- b. Penelitian ini menitik beratkan pada keputusan untuk menjadi nasabah di bank umum syariah yang dipengaruhi oleh banyak faktor. Mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah maka peneliti mengambil tiga faktor

yang dianggap paling penting yaitu faktor kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan pengetahuan.

- c. Peneliti mengambil sampel penelitian pada mahasiswa IAIN Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016.

## **F. Penegasan Istilah**

### 1. Secara Konseptual

#### a. Kualitas Pelayanan

Menurut Danang Sunyoto, kualitas pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.<sup>7</sup>

#### b. Bauran pemasaran

Bauran pemasaran merupakan variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, yang terdiri dari: produk, harga, tempat dan promosi.<sup>8</sup>

#### c. Pengetahuan

Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (pelajaran). Pengetahuan merupakan hasil dari tahu melalui penginderaan terhadap suatu objek tertentu dan sangat penting terhadap terbentuknya tindakan seseorang.

---

<sup>7</sup> Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untu Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 45

<sup>8</sup> Panji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2007), hal. 191

d. Keputusan

Keputusan merupakan sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli yang dilakukan konsumen. Dapat juga diartikan dengan suatu tindakan seseorang secara sadar dan atas keinginan sendiri.<sup>9</sup>

e. Nasabah

Nasabah merupakan seseorang yang bisa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.<sup>10</sup>

2. Secara Operasional

Merupakan definisi variabel secara praktik secara riil dan secara nyata dalam lingkup objek penelitian. Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji adanya pengaruh kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan pengetahuan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah di bank syariah. Merupakan definisi yang didasarkan pada sifat-sifat hal yang didefinisikan serta dapat diamati.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Dalam sistematika pembahasan ini terdiri tentang isi keseluruhan penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi, sehingga dapat

---

<sup>9</sup> Nirwana, Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa, (Malang: DIONA, 2004), hal.16

<sup>10</sup> <https://kbbi.web.id/nasabah> diakses pada 19 Desember 2019

dengan mudah dipahami oleh pembaca. Adapun isi sistematika pembahasan skripsi ini adalah :

1. Bagian awal terdiri dari : halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.
2. BAB I PENDAHULUAN terdiri dari: latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan masalah, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan skripsi.
3. BAB II LANDASAN TEORI terdiri dari: teori yang membahas variabel/sub variabel pertama, teori yang membahas variabel/sub variabel kedua, teori yang membahas variabel/sub variabel ketiga, dan seterusnya, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.
4. BAB III METODE PENELITIAN terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, analisis data.
5. BAB IV HASIL PENELITIAN terdiri dari: hasil penelitian, yang beridi deskripsi data dan pengujian hipotesis.
6. BAB V PEMBAHASAN berisi tentang: pembahasan data penelitian dan hasil analisis data.

7. BAB VI PENUTUP berisi tentang : kesimpulan dan saran.

Bagian akhir terdiri dari: daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keasliann skripsi, dan daftar riwayat hidup.