

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi Islam saat ini di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Bisa dilihat sejak terbentuknya perbankan syariah pada tahun 1992, adanya pertumbuhan perbankan syariah akan tumbuh semakin pesat, meski hal tersebut masih kalah jika dibandingkan dengan perbankan konvensional.¹ Hingga Agustus 2019 jumlah aset yang dimiliki oleh bank umum dan unit usaha syariah telah mencapai lima puluh tujuh triliun rupiah sedangkan dari komposisi DPK pada bulan yang sama mencapai angka empat puluh empat triliun rupiah.² Hal tersebut berbeda dengan tahun 2015, yaitu jumlah aset bank syariah sebesar dua puluh triliun rupiah dan nilai DPK sebesar lima belas triliun rupiah, sehingga dari tahun 2015 hingga Agustus 2019 terjadi peningkatan 273% pada aset dan 282% pada dana pihak ketiga.³

Berdasarkan data dari Bank Indonesia, Perkembangan perbankan syariah selama satu tahun terakhir, sampai dengan bulan Oktober 2019 menunjukkan hasil yang cukup menggembirakan. Perbankan syariah mampu tumbuh sebesar 37%, sehingga total asetnya menjadi Rp174,09 triliun. Pembiayaan dari perbankan syariah juga telah mencapai Rp135,58

¹ Azizah Khairun Nisa, *Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan EBanking Terhadap Minat Bertransaksi ulang secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Study Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah KC TanjungKarang, (Lampung: Skripsi tidak diterbitkan, 2018) hal.30.*

² www.bi.go.id dikases Rabu 19 Agustus 2020.

³ Ani Nur Faidah, Samsul Anam, "Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Perilaku Memilih Lembaga Keuangan Syariah Dengan Sikap Terhadap Produk Sebagai variabel Intervening", *EL-Qist*, vol 08, No.01, 2018, hal.1525-1526

triliun (tumbuh sebesar 40,06%.) dan penghimpunan dana menjadi Rp134,45 triliun (tumbuh sebesar 32,06%).⁴ Jelas hal hal ini menunjukkan sebuah pencapaian keberhasilan bagi industri perbankan syariah.

Sejalan dengan perkembangan bank syariah yang pesat, pola dan sistem pembayaran terus mengalami perubahan. Perkembangan sistem pembayaran didorong oleh semakin besarnya volume transaksi yang dilakukan oleh masyarakat, peningkatan resiko, kompleksitas transaksi, dan perkembangan teknologi itu sendiri.⁵ Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peranan uang tunai menjadi alat pembayaran non tunai yang lebih efisien dan efektif, seperti halnya pengaplikasian kartu ATM.⁶

Perkembangnya teknologi memberikan kemudahan bagi nasabah melakukan transaksi dimana saja, salah satunya melalui jasa pembayaran yang disebut *Automatic Teller Machine* (ATM). Dengan ATM, nasabah bisa melakukan transaksi keuangan dengan mudah.⁷

Menurut Muhammad (2002) ada lima atribut penting penting yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih bank yaitu: lokasi ATM yang mudah dijangkau, ketersediaan ATM di berbagai lokasi, layanan ATM 24 jam, reputasi bank, dan ketersediaan tempat parkir yang memadai. Sebagi

⁴ www.ojk.co.id dikases 19 Agustus 2020

⁵ Eka Wirajuang Daurrohmah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BNI Syariah KC Yogyakarta Terhadap Penggunaan Kartu Debet*, (Yogyakarta: Skripsi tidak diterbitkan,2015) hal.45.

⁶ Direktorat Akunting dan Sistem Pembayaran Bank Indonesia dengan Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB, *Persepsi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat dan Lembaga Penyedia Jasa Terhadap Sistem Pembayaran Non Tunai*, *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah* Vol.10.No.1,2006, hal.98.

⁷ Bastian Amanullah, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking*” *journal of Business Administration* vol 1, No 2,2014, hal.150-152.

bentuk usaha mempertahankan nasabah, bank harus bisa memilih bentuk kebijakan maupun teknologi yang tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.⁸

Tabel 1.1
Jumlah Alat Pembayaran dengan Kartu (APMK) yang beredar

No	Bulan	Kartu kredit	Kartu ATM	Kartu ATM + Debet
1	Agustus 2019	16.918.991	7.680.771	117.893.810
2	September	16.970.178	7.784.025	119.230.315
3	Oktober	16.970.178	7.871.649	118.763.609
4	November	16.998.701	7.740.339	119.640.264
5	Desember	17.033.436	7.824.091	120.779.614
6	Januari 2020	17.111.633	8.005.396	122.942.692
7	Februari	17.229.091	8.102.178	124.597.095

Sumber: www.bi.go.id tahun 2020

Tabel diatas menjelaskan besarnya jumlah pengguna alat pembayaran dengan kartu (APMK) yang cenderung naik.⁹ Namun saat ini layanan ATM perbankan syariah masih jarang ditemukan oleh nasabah. Nasabah enggan menggunakan ATM perbankan syariah karena kartu ATM berbasis syariah melakukan penarikan uang tunai di ATM lainnya dikenai tarif. Hal ini disebabkan karena ketersediaan unit ATM perbankan syariah itu terbatas. Padahal pertumbuhan perbankan syariah semakin maju.¹⁰

Menurut kotler (2002) motivasi dan persepsi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi suatu keputusan penggunaan nasabah terhadap

⁸ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Erlangga,2001), Hal.54.

⁹ Sanniyah Rannah Nurjanah, *Pengaruh Motivasi, Persepsi, Pembelajaran dan Brand terhadap Penggunaan ATM di BNI Syariah Kc Yogyakarta*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak diterbitkan, 2017) hal.43.

¹⁰ Putri Andriani, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna ATM BNI Syariah Cabang Yogyakarta*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak diterbitkan, 2018) hal.55.

ATM Perbankan Syariah.¹¹ Kotler (2002) mengemukakan bahwa keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dialami konsumen. Menurut Kotler selain faktor motivasi dan persepsi keputusan juga dipengaruhi oleh faktor kepercayaan dan lokasi.¹²

Kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.¹³ Kepercayaan nasabah sangat penting dalam proses transaksi jasa perbankan, salah satunya adalah saat menggunakan layanan ATM perbankan syariah.

Volume transaksi masyarakat semakin meningkat, hal ini juga didorong semakin bertambahnya kebutuhan masyarakat. Penggunaan *Automatic Teller Machine* (ATM) sebagai sarana pembayaran sudah merupakan kebutuhan pokok hampir di setiap kegiatan masyarakat. Hal ini juga didorong oleh semakin bermunculannya *online shop* di kalangan masyarakat.¹⁴

¹¹ Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia* (Jakarta: Erlangga, 2002) hal.180.

¹² *Ibid.*, hal.200.

¹³ Muhammad Habibi dan Achmad Zaky, "*Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah*" (Jakarta: Skripsi Tidak diterbitkan, 2018) hal.60.

¹⁴ Delima Sari Lubis, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemanfaatan ATM bagi Nasabah Perbankan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)*, (Lampung: Skripsi Tidak diterbitkan, 2019) hal.33.

Bank Indonesia pada saat ini tengah berupaya untuk mewajibkan penggunaan teknologi *chip* pada kartu ATM atau kartu debit untuk meminimalkan timbulnya kejahatan (*fraud*) pada kartu ATM atau kartu debit Hal ini merupakan salah satu upaya Perbankan dalam memelihara nasabah sehingga semakin memupuk kepercayaan nasabah terhadap dunia perbankan. Kepercayaan nasabah dapat ditingkatkan dari berbagai aspek, sehingga ini dapat dijadikan peluang perbankan dalam meningkatkan jumlah nasabah.¹⁵

Fakultas Ekonomi Syariah merupakan salah satu Fakultas di IAIN Tulungagung yang menyediakan 4 prodi di tahun 2016. Prodi tersebut yaitu Perbankan syariah yang di tahun 2016 mempunyai mahasiswa sebanyak 446, Ekonomi Syariah sebanyak 592 mahasiswa Akuntansi Syariah sebanyak 196 mahasiswa dan Manajemen Zakat dan Wakaf (MAZAWA) sebanyak 33 Mahasiswa. Adanya Prodi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung di harapkan mampu mengajak masyarakat untuk melakukan kegiatan perekonomiannya sesuai dengan syariat islam. Semakin tinggi pemahaman perbankan syariah, maka semakin tinggi pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah. Maka hal ini juga mendorong keputusan Mahasiswa dalam menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) bank Syariah sebagai sistem pembayaran.

¹⁵ Apriliya Dwi Aggraini, *Pengaruh Kepercayaan, Manfaat dan Perilaku Nasabah Terhadap Penggunaan Fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Bank Syariah* (Tulungagung: Skripsi Tidak diterbitkan, 2015) hal.20.

ATM bukan lagi hal yang baru di kalangan masyarakat khususnya mahasiswa. IAIN Tulungagung adalah salah satu kampus yang memiliki kerja sama dengan perbankan, khususnya dalam pembayaran SPP semester mahasiswa. SPP semester masih bisa dibayarkan secara langsung di bank yang bersangkutan maupun dibayarkan melalui ATM. Namun Transaksi Pembayaran Masih dilakukan di Bank Konvensional Maupun ATM Konvensional. Terkhusus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sangat diharapkan dapat menjadi salah satu penggerak dari pengoptimalisasian sistem pembayaran melalui fasilitas perbankan syariah. Hal ini dikarenakan transaksi menggunakan ATM Syariah juga sama memiliki banyak keuntungan dan kelebihan.

Karena mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah mempelajari tentang Bank Syariah sehingga cenderung untuk menggunakan ATM di Bank Syariah. Meskipun, Pandangan mahasiswa terhadap Bank Syariah mempunyai persepsi yang berbeda-beda. Peneliti tertarik mengambil obyek penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam karena alasan, yaitu pemahaman mahasiswa terhadap produk-produk serta aplikasi yang ada di perbankan syariah sehingga memotivasi mahasiswa untuk memutuskan menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah. Peneliti mengambil lokasi di kampus IAIN Tulungagung karena keberadaan obyek dan penulis yang berada di kampus tersebut.

Dari latar belakang di atas peneliti ingin menguji apakah Faktor Motivasi, Persepsi, Kepercayaan dan Lokasi mempengaruhi keputusan Nasabah dalam menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah. Maka dari latar belakang tersebut penulis mengambil judul. **“Pengaruh Motivasi, Persepsi, Kepercayaan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah (Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung Pengguna ATM Bank Syariah)”**

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada penelitian ini berisi tentang, identifikasi dan inventarisasi sebanyak-banyaknya kemungkinan yang dapat diduga sebagai masalah, sehingga diperoleh penjelasan tentang kemungkinan-kemungkinan cakupan yang dapat muncul dalam penelitian, Identifikasi masalah pada penelitian ini:

1. Variabel terikat dari penelitian ini adalah pada variabel keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah, sedangkan variabel bebas penelitian ini dibatasi pada variabel Motivasi, Persepsi, Kepercayaan, dan Lokasi.
2. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

3. Dari penelitian ini dapat dilihat ada tidaknya pengaruh antara Motivasi terhadap keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah.
4. Dari penelitian ini dapat dilihat ada tidaknya pengaruh antara Persepsi terhadap keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah.
5. Dari penelitian ini dapat dilihat ada tidaknya pengaruh antara Kepercayaan terhadap keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah.
6. Dari penelitian ini dapat dilihat ada tidaknya pengaruh antara Lokasi terhadap keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah.
7. Dari penelitian ini dapat dilihat ada tidaknya pengaruh antara Motivasi, Persepsi, Kepercayaan, Lokasi terhadap keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah Motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah ?
2. Apakah Persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah ?

3. Apakah Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah ?
4. Apakah Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah ?
5. Apakah Motivasi, Persepsi, Kepercayaan dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh Motivasi terhadap keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah.
2. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh Persepsi terhadap keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah.
3. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah.
4. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh Lokasi terhadap keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah.
5. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh Motivasi, Persepsi, Kepercayaan, dan Lokasi terhadap keputusan Mahasiswa FEBI IAIN

Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Sebagai tambahan referensi tentang kajian dengan tema yang sama yaitu “Pengaruh Motivasi, Persepsi, Kepercayaan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah (Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung)”.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Lembaga Bank Umum Syariah

Sebagai sumbangsih pemikiran atau masukan bagi lembaga terkait keputusan Nasabah untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah.

b. Bagi Akademik

Memberikan kontribusi bagi perpustakaan IAIN Tulungagung, agar hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai tambahan referensi di perpustakaan kampus serta sebagai bahan perbandingan bagi peneliti lain di kemudian hari. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan akan kesamaan teori yang di dapat di kampus dengan penerapan dimasyarakat yang sebenarnya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan referensi peneliti lanjutan untuk tema yang sama dengan pengakajian sebelumnya dan dapat menjadi acuan dasar dalam memulai penelitian selanjutnya.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah

1. Ruang Lingkup

Objek penelitian yang digunakan adalah mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung. Untuk mengetahui seberapa besar faktor Motivasi, Persepsi, Kepercayaan, dan Lokasi dapat mempengaruhi keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah.

2. Keterbatasan Masalah.

Pada penelitian ini penulis akan membatsai obyek yang diteliti, yaitu terbatas pada mahasiswa FEBI angkatan 2016 yang menjadi obyek penelitian. Penelitian ini menitik beratkan keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah yang dipengaruhi oleh banyak faktor. Mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan ATM Bank Syariah maka peneliti hanya memiliki empat faktor yaitu Motivasi, Persepsi, Kepercayaan, dan Lokasi.

G. Penegasan Istilah

1. Secara Konseptual

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.¹⁶

b. Motivasi

Motivasi sebagai satu proses yang menghasilkan suatu intensitas, arah, dan ketekunan individual dalam usaha untuk mencapai satu tujuan. Motivasi merupakan kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu dalam memenuhi beberapa kebutuhan individual.¹⁷

c. Persepsi

Persepsi adalah anggapan secara langsung.¹⁸ Atau proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu indera penglihat, pendengar, peraba, perasa.¹⁹

d. Kepercayaan

¹⁶ Tim penyusun Kamus, *kamus besar bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hal.407.

¹⁷ Robbins, Stephen P, *Perilaku Organisasi* (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2003). hal.208.

¹⁸ Tim penyusun Kamus, *kamus besar bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hal.481.

¹⁹ Slameto, *belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal.122.

kepercayaan adalah kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu.²⁰ Kepercayaan juga diartikan suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu.²¹

e. Lokasi

Lokasi adalah aspek penting dari strategi saluran, lokasi yang bagus memudahkan akses ke tempat usaha menarik banyak nasabah untuk melakukan transaksi. Sedangkan dalam pemasaran bank, lokasi adalah jejaring (*net working*) dimana produk dan jasa bank disediakan dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah.²²

f. Keputusan

keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dialui konsumen.²³

g. Mahasiswa

Mahasiswa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang yang belajar di Perguruan Tinggi.²⁴

h. Bank Syariah

²⁰ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), hal.135-136

²¹ Azizah Khairun Nisa, *Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan EBanking Terhadap Minat Bertransaksi ulang secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Study Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah KC TanjungKarang*, (Lampung: Skripsi tidak diterbitkan,2018) hal.21.

²² Wahjono Sentot 1, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2010),hal.126 .

²³ Philip Kotler, Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia*.(Jakarta:Erlangga,2002).hal.180.

²⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <http://kbbi.web.id/mahasiswa>. Diakses 22 Agustus 2020.

Bank Syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist nabi SAW.²⁵

2. Penegasan Operasional

Secara operasional, faktor-faktor yang dimaksud disini adalah Motivasi, Persepsi, Kepercayaan, dan Lokasi. Dari beberapa faktor-faktor tersebut peneliti akan menguji faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung untuk menggunakan menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank Syariah.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini disajikan dalam 6 (enam) bab, dan di setiap babnya terdapat sub bab. Terdapat sub bab sebagai perincian dari bab-bab tersebut. maka sistematika pembahasan skripsinya seperti berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Untuk memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini, dalam bab pendahuluan ini di dalamnya membahas beberapa unsur yang terdiri dari: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesisi penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, definisi operasional dan sistematika skripsi.

BAB II LANDASARAN TEORI

²⁵ Karim Adiwarmanto, *Bank Islam: Analisa Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hal.297.

Dalam bab ini diuraikan berbagai teori, konsep dan anggapan dasar tentang teori Perbankan Syariah Keputusan Konsumen, *Automatic Teller Machine* (ATM), Faktor Motivasi, persepsi, kepercayaan dan Lokasi, Promosi. Serta penelitian yang terdahulu dan kerangka berfikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini memuat tentang rancangan penelitian (berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dibagian ini memuat diskripsi singkat hasil penelitian (yang berisi diskripsi data dan pengujian hipotesis).

BAB V PEMBAHASAN

Dibagian ini memuat pembahasan mengenai hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP

Pada bab akhir ini dalam skripsi akan memuat tentang kesimpulan dan saran yang ditunjukkan kepada pihak yang berkepentingan dan bagi peneliti selanjutnya.