

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah merupakan instrumen penting dalam memperlancar jalannya pembangunan perekonomian suatu bangsa. Saat ini perbankan syari'ah telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syari'ah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Terwujudnya sistem perbankan syari'ah yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam rangka keadilan, tolong-menolong menuju kebaikan guna mencapai kemaslahatan masyarakat yang mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan¹

Lembaga Keuangan Syariah mempunyai karakteristik umum dan landasan dasar operasional secara keseluruhan adalah pada prinsip bagi hasil (*profit sharing*) atau prinsipnya berdasarkan kaidah *al-mudarabah*. Hal ini yang menjadi ciri khas dan membedakannya dengan lembaga keuangan konvensional. Dalam aplikasinya, konsep penyertaan modal menjadi pembeda antara keduanya. Selain itu, lembaga keuangan Syariah tidak menggunakan

¹ Zainudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 8.

pranata bunga untuk menutup biaya operasional dan mendapatkan keuntungan dari jasa keuangan.²

Produk lembaga keuangan Syariah tidak berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, yaitu bertumpu pada penyediaan jasa simpanan dan pinjaman (pembiayaan). Ada banyak produk penghimpunan dan penyaluran dana yang secara teknis-finansial dapat dikembangkan sebuah lembaga keuangan syariah. Hal ini dimungkinkan karena sistem Syariah memberi ruang yang cukup untuk itu. Namun dalam praktek, sebagian besar lembaga keuangan Syariah masih membatasi diri dengan beberapa produk saja yang dianggap aman dan profitable.

Produk yang paling umumnya selalu ada di produk perbankan syariah untuk menarik nasabah untuk menabung dan utang adalah melalui produk mudharabah dan murabahah. Mudharabah menurut istilah fiqh ialah akad perjanjian (kerja sama usaha) antara kedua belah pihak, yang salah satu dari keduanya memberi modal kepada yang lain supaya dikembangkan, sedangkan keuntungannya dibagi antara keduanya sesuai dengan ketentuan yang disepakati³, sedangkan murabahah dalam Maskur dan Fitria Ibn Rusyd mengartikan bahwa murabahah sebagai jual beli barang pada barang asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.⁴

² Nurul Widyaningrum. *Model Pembiayaan BMT dan Dampaknya bagi Pengusaha Kecil* (Bandung: Akatiga 2002) hal 41.

³ Heru Maruta, *Akad Mudharabah, Msyarakah dan Murabahah serta Aplikasinya Dalam Masyarakat*, <https://media.neliti.com/media/publications/314771-akad-mudharabah-musyarakah-dan-murabahah-452e5de8.pdf>

⁴ Maskur Rosyid dan Fitria, *Mudharabah dan Murabahah, Pengaruh Terhadap Laba Bersih BUS*

Dalam upayanya menghimpun dana, produk dengan prinsip bagi hasil mudharabah lebih diminati dengan pertimbangan tidak terlalu beresiko, mengingat kapasitasnya sebagai mudarib, serta relatif lebih mudah dalam penerapannya. Sedangkan dalam upaya menyalurkannya kembali dalam bentuk pemberian pembiayaan pada nasabah, produk Murabahah lebih dikedepankan dengan alasan produk tersebut mampu memberikan jaminan perolehan keuntungan yang memadai berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak pada saat perjanjian dilakukan.

Kesadaran terhadap pentingnya perbaikan produk Murabahah dan memberikan informasi yang jelas serta dapat memenuhi keinginan konsumen atau nasabah merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan produk-produk lembaga keuangan Perbankan Syariah. Murabahah merupakan produk pembiayaan perbankan syariah yang dilakukan dengan mengambil bentuk transaksi jual beli (*bai* atau *sale*). Namun murabahah bukan transaksi jual beli biasa antara satu pembeli dan satu penjual saja sebagaimana yang kita kenal didalam dunia bisnis perdagangan diluar Perbankan Syariah.

Menurut Arif dalam Maskur dan Fitria pada perjanjian murabahah, bank pembiayaan membeli barang atau aset yang dibutuhkan oleh nasabahnya dengan membeli terlebih dahulu barang itu dari pemasok barang dan setelah kepemilikan barang itu secara yuridis berasal dari tangan bank, kemudian bank tersebut menjualnya kepada nasabah dengan menambahkan satu *mark-up* / margin atau keuntungan dimana nasabah harus diberitahu oleh bank tentang berapa harga beli bank dari pemasok dan menyepakati berapa besar *mark-up* /

margin yang ditambahkan keatas harga beli bank tersebut. Dengan kata lain, penjual barang oleh bank kepada nasabah dilakukan atas dasar *cost-plus profit*.⁵

Dasar hukum akan adanya produk murabahah ada dalam Al-Qur'an An-Nisa : 29 sebagai berikut,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ

مِّنكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ

Firman Allah yang artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu*” (QS. An-Nisaa:29).⁶

Berdasarkan ayat tersebut, maka murabahah merupakan upaya mencari rezki melalui jual beli. Murabahah adalah jual beli berdasarkan suka sama suka antara kedua belah pihak yang bertransaksi.

Konsep Murabahah dalam Lembaga Keuangan Syariah terutama perbankan syariah adalah untuk melakukan jual beli tapi hanya sekedar *hilah* atau trik untuk menghalalkan riba. Mereka mengatakan bahwa maksud dan tujuan sebenarnya transaksi murabahah adalah untuk mendapatkan uang tunai, sebab kedatangan nasabah ke LKS/bank syariah sebenarnya adalah untuk mendapatkan uang tunai. Transaksi murabahah termasuk jual beli *inah* yang diharamkan. Jual beli inah adalah pinjaman ribawi yang direkayasa dengan praktik jual beli. Bank syariah dalam melakukan transaksi murabahah, menjual

⁵ *Ibid.*,

⁶ Departemen Agama Al-Qur'an dan Terjemahan hal. 53.

barang yang tidak atau belum dimilikinya , dimana pihak bank syariah dan nasabah berjanji untuk melakukan transaksi murabahah.⁷

Selain produk yang didesain semenarik mungkin untuk para nasabah, Perbankan juga harus mempertimbangkan kualitas dari produk-produk tersebut juga, karena bagaimana pun setiap nasabah pasti menginginkan kualitas yang baik baik itu kualitas pelayanan maupun produk dan kepercayaan terhadap perbankan. Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan Dimas Sahindra kualitas pelayanan, dan kualitas dari produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah di BMT Al-Aqobah Pusri Palembang⁸.

Variabel yang mempengaruhi keputusan memilih produk adalah kualitas pelayanan. Menurut Kasmir, mengemukakan bahwa “Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan atau nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon”.⁹ Tindakan yang dilakukan untuk memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan.

⁷ Ah Azharuddin Latif, Konsep dan Aplikasi Akad Murabahah pada Perbankan Syariah di Indonesia (jurnal), hal : 5-7

⁸ Dimas Sahindra, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah Pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang, SKRIPSI, 2017.

⁹ Teuku Aliansyah, dkk, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh”, *Jurnal Manajemen*, Vol. 1 No.1, November, hal. 33.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan memilih produk murabahah adalah kualitas dari produk murabahah sendiri seperti apa. Kualitas produk saat ini sangat diperhatikan oleh nasabah. Nasabah menginginkan kualitas produk yang terbaik pada produk-produk yang telah dibeli. Kualitas produk Menurut Orville, Mullins, Boyd dan Larrache apabila dalam suatu perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam persaingan pasar, maka perusahaan harus mengerti aspek-aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing.¹⁰

Faktor yang ketiga mempengaruhi keputusan nasabah yaitu kepercayaan. Kepercayaan merupakan suatu kemauan atau keyakinan nasabah untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kerja yang positif.¹¹ Dalam sebuah bisnis, untuk membangun dan mempertahankan hubungan jangka pendek maupun panjang, kepercayaan adalah salah satu faktor yang sangat mempengaruhi. Kepercayaan mampu meminimalisir risiko menggunakan layanan, oleh karenanya dapat dianggap sebagai konsekuensi dari evaluasi positif dari layanan dan keputusan Konsumen. Disisi lain, bahwasannya kepercayaan konsumen di perusahaan merupakan sikap loyalitas

¹⁰ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek*, Pasuruan : CV Qiara Media, 2019, hal. 16

¹¹ Gatot Yulianto dan Purwanto Waluyo, "Pengaruh Keefektifan Komunikasi, Kualitas Teknikal, Kualitas Fungsional dan Kepercayaan Pada Komitmen Keterhubungan Bandara Ahmad Yani Semarang", *Telaah Manajemen*, Vol.1 Edisi 3.2004, hal. 349

untuk Konsumen yang berorientasi relasional, kepercayaan dan komitmen merupakan kunci anteseden sebuah keputusan nasabah.¹²

Faktor-faktor diatas menjadi pertimbangan suatu perbankan syariah untuk menentukan keputusan dan langkah-langkah kedepanya. Salah satu bank syariah yang bertahan ditengah krisis ekonomi adalah Bank Muamalat Indonesia, Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk terbaru Bank Muamalat Indonesia, bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang melalui strategi pemasaran yang terarah dengan mewujudkan visi dan misinya.

Salah satunya Bank Muamalat Indonesia sudah menyabet penghargaan dari Profil Bank Kediri Majalah *Economic Review dan Perbanas Institute*, yaitu peringkat 1 kategori buku 2 dengan aset Rp 25 triliun dari Anugerah Perbankan Indonesia VI-2017 (APBI).¹³ Bank Muamalat yang kini dapat ditemui disetiap kota, memudahkan nasabah dalam mengaksesnya. Khususnya di kota Kediri, Salah satu bank syariah yang ada di Kediri adalah Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Dan berikut adalah tabel pertumbuhan jumlah nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri :

¹² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor, Ghalia Indonesia, 2002), hal. 135-136.

¹³<http://ekonomi.kompas.com/read/2017/08/24/130409926/bank-muamalat-raih-penghargaan-bank-syariah-terbaik>, diakses pada 10 Maret 2021 pukul 15.32 WIB.

Tabel 1.1
Pertumbuhan Jumlah Nasabah dan Pembiayaan
Bank Muamalat Kantor
Cabang Kediri Tahun 2016-2020 (dalam jutaan)

Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Pembiayaan
2016	4.950	59.695.000.000
2017	5.487	64.645.000.000
2018	6.355	71.000.000.000
2019	7.045	82.658.000.000
2020	7.985	102.546.000.000

Sumber : Laporan Keuangan Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri 2016-2020¹⁴

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri sampai dengan akhir tahun 2020, bank mengalami pertumbuhan jumlah nasabah sebesar 7.985 dibandingkan dengan tahun sebelumnya 2016 dengan jumlah nasabah hanya 4.950. Pertumbuhan tersebut dikarenakan adanya kepercayaan yang diberikan masyarakat terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Kediri. Dimana bank yakin akan terus mampu meningkatkan produk – produk yang ada agar pertumbuhan nasabah di tahun-tahun berikutnya semakin pesat.

Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri selalu berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh melalui pelayanan dan fasilitas yang dimilikinya. Seiring kemajuan ekonomi telah mengakibatkan tingkat persaingan menjadi semakin tinggi sehingga lembaga keuangan yang mampu memberikan kepuasan kepada nasabahlah yang akan memperoleh simpati. Nasabah telah pandai memilah dan memilih produk mana yang memberikan keuntungan lebih, serta pelayanan yang memuaskan. Perilaku

¹⁴ <http://ojk.go.id/kenal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah>, diakses pada tanggal 10 Maret 2021 pukul 08:40 WIB

konsumen atau nasabah memang sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan pembelian atau memilih produk tersebut.

Kajian dalam penelitian ini yaitu membahas mengenai tentang kualitas layanan, kualitas produk, hingga kepercayaan nasabah dalam menarik keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Bagaimana Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri untuk mampu menjaga kepercayaan nasabah dan minat calon nasabah untuk memilih bank Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

Secara umum, produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat dengan mengikuti kebijakan yang telah ditetapkan oleh BMI pusat. Namun aspek lain yang menarik dikaji dari keberadaan Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri yaitu unsur sosiografis masyarakat Kabupaten Kediri, yang merata sebagian besar merupakan penduduk Muslim. Bukan hanya itu saja, kondisi Kabupaten Kediri juga merupakan salah satu kota santri dengan puluhan pondok pesantren yang tersebut di berbagai penjuru.

Kondisi tersebut menjadi sebuah nilai tambah bagi eksistensi Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri untuk mendapatkan konsumen. Dengan sasaran utama yaitu kalangan santri dan keluarga santri pondok pesantren. Hal inilah yang kemudian menjadikan Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri menjadi salah satu lokasi penelitian yang potensial. Letak Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri di tengah kalangan santri, apakah nantinya akan mampu meningkatkan pelayanan hingga kepercayaan calon nasabah hingga mengembangkan eksistensi Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui kualitas layanan, kualitas produk, dan kepercayaan bagi nasabah dapat mempengaruhi kepuasan dan proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah pada nasabah. Dalam jangka panjang proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah nasabah dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran jasa perbankan, koperasi ataupun LKS, sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut dengan memberi judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Proses Keputusan Nasabah Mengajukan Akad Pembiayaan Murabahah di Bank Muamalat Cabang Kediri”**

B. Identifikasi Masalah

Dari pemaparan latar belakang diatas, penulis dapat mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah. Berikut ini adalah identifikasi masalah dari latar belakang diatas yaitu:

1. Kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan Bank KCU Kediri
2. Kualitas dari produk murabahah yang kurang dipromosikan dan ditawarkan dengan menarik
3. Kurang dibentuknya rasa kepercayaan nasabah dalam memilih akad murabahah
4. Kurang cepat dalam memberikan pelayanan kepada nasabah

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan pokok-pokok permasalahan yang akan dilakukan pembahasan pada penelitian ini, yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Cabang Kediri?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Cabang Kediri?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Cabang Kediri?
4. Apakah faktor pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan berpengaruh secara silmutan terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Cabang Kediri?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan signifikan terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Cabang Kediri.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas produk signifikan terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Cabang Kediri.

3. Untuk menguji pengaruh kepercayaan signifikan terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Cabang Kediri.
4. Untuk menguji pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan berpengaruh secara silmutan terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Cabang Kediri?

E. Kegunaan Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini yang diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori mengenai perilaku nasabah/konsumen, khususnya tentang proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah nasabah di Bank Muamalat Cabang Kediri.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Pihak Bank

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan bagi pihak Bank Muamalat Cabang Kediri untuk bahan pertimbangan dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah

b. Bagi Stakeholder

Diharapkan bisa memberikan referensi riset terhadap kondisi dan keadaan Bank Muamalat Cabang Kediri sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan keputusan berinvestasi.

c. Bagi civitas atau akademik

Diharapkan sebagai referensi penelitian berikutnya terkait pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah kemudian juga sebagai dokumentasi ilmiah yang bermanfaat bagi pihak kampus.

d. Bagi peneliti lanjutan

Sebagai penambah referensi dan rujukan, dan di harapkan adanya penelitian lanjutan tentang variabel yang belum terdapat di penelitian ini.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi:

- a. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari empat variabel, yaitu:

1) Tiga variabel bebas, X_1 = Kualitas pelayanan, X_2 = Kualitas Produk, X_3 = Kepercayaan

2) Satu variabel terikat, Y = Proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan Murabahah

b. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Cabang Kediri

2. Keterbatasan penelitian, yaitu:

a. Agar penelitian ini tidak meluas, maka peneliti membatasi masalah penelitian yaitu hanya terfokus pada kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah nasabah di Bank Muamalat Cabang Kediri.

b. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer yang diperoleh dari kuesioner nasabah Bank Muamalat Cabang Kediri

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menginterpretasikan judul yang akan diteliti maka diperlukan adanya penegasan istilah agar lebih jelas terarahnya penelitian ini :

1. Definisi konseptual dalam penelitian ini mencakup:

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima. Dalam sumber lain dijelaskan bahwa Kualitas pelayanan

merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen.¹⁵

b. Kualitas Produk (X2)

Menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Definisi produk yang lain menurut Tjiptono adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.¹⁶

c. Kepercayaan (X3)

Menurut Sumarwan, “kepercayaan merupakan kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu”. Mowen dan Minor mendefinisikan, “kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen, dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaat”.¹⁷

d. Proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan Murabahah (Y)

Menurut Baron mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses terjadinya identifikasi masalah, menetapkan tujuan pemecahan, pembuatan keputusan awal, pengembangan dan penilaian

¹⁵ Atep Adya Barata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima*, Jakarta : PT Elex Komputindo, hal. 39.

¹⁶ Fandy, Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI, 1997, hal. 95.

¹⁷ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor, Ghalia Indonesia, 2002), hal. 135-136.

alternatif-alternatif, serta pemilihan salah satu alternatif yang kemudian dilaksanakan dan ditidakanjuti.¹⁸

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi ini disusun menjadi tiga bagian, yaitu: bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir.

a. Bagian Awal

Terdiri dari Halaman Sampul Depan, Halaman Judul, Halaman Persetujuan, Halaman Pengesahan, Motto, Halaman Persembahan, Kata Pengantar, Daftar isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar, Daftar Lampiran, Abstrak.

b. Bagian Utama

Bagian ini terdiri dari enam bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Diuraikan menjadi beberapa sub bab yang meliputi: latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup, dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan berbagai teori, konsep dan anggapan dasar tentang teori dari variabel-variabel penelitian. Diuraikan menjadi beberapa

¹⁸ Robert A. Baron dan Donn Byrne, *social psychology: understanding human interaction*, (Boston: Allyn & Bacon, 1986) hal. 69

sub bab yang meliputi: kajian teori, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini mencakup beberapa sub bab yaitu 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

Dalam bab ini mencakup beberapa sub bab yaitu profil obyek penelitian, pengujian dan hasil analisa data, pembuktian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab ini, pembahasan menjawab masalah penelitian dengan menggunakan hasil analisa data.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini, merupakan rangkaian dari penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan saran.