

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Nama Perbankan Syariah sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat dalam era modern seperti saat ini. Keberadaan Perbankan Syariah merupakan salah satu upaya dalam mendukung kegiatan ekonomi melalui lembaga keuangan yang berbasis syariah. Bank Syariah yang pertama kali didirikan di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992 yang di prakarsai oleh Majelis Agama Indonesia (MUI).

Undang-undang No. 21 tahun 2008 menyebutkan bahwa Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.² Bank syariah merupakan wujud dari permintaan pasar yang membutuhkan lembaga keuangan yang memenuhi prinsip syariah dan sistem perbankan yang halal.

Sebagai landasan dasar hukum dalam kegiatan operasionalnya, perbankan syariah beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam dengan berpedoman Al-Qur'an dan Hadist. Karena ketaatan pada prinsip Qur'ani akan memberikan jaminan keadilan dan keseimbangan yang dibutuhkan perbankan serta akan menjaga aktivitas pada jalur yang benar.

² Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 16.

Sehingga umat islam benar-benar menjadi umat yang unggul. Seperti yang terdapat dalam surah Ali-Imran [3]: 110;

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ
الْفَاسِقُونَ

Artinya: “Kamu (umat islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah...”.³

Menurut Qadri Azizy, *Khayr Ummah* akan terwujud jika tiga syarat terpenuhi: yaitu, *pertama* mampu mengajak kebaikan setelah mampu menunjukkan prestasi kebaikan, *kedua* mencegah kemungkaran setelah sanggup dan mampu menghindari kejelekan dan ketidakteraturan, serta yang *ketiga* beriman kepada Allah. Tiga kriteria tersebut menjadi landasan berdirinya Bank Syariah dalam kegiatan operasionalnya.⁴

Perkembangan jumlah perbankan syariah di Indonesia yang terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan BPRS ditunjukkan tabel berikut:

³ Ahsin Sakho Muhammad dan Zarkasi Afif, *Mushaf Famy....*, hlm. 64.

⁴ Muhammad Ardy, *Konsepsi Al-Quran dan Al-Hadist Tentang Operasional Bank Syariah*, Jurnal Iqtishodan, Vol. 4 No. 1, April 2014, hlm. 30. (Diakses 11 Maret 2021, Pukul 19.06 WIB)

Tabel 1. 1
Perkembangan Perbankan Syariah Tahun 2018-2020

Kelompok Bank	Tahun		
	2018	2019	2020
BUS			
Jumlah Bank	14	14	14
Jumlah Kantor	1.875	1.919	2.034
UUS			
Jumlah Bank	21	21	21
Jumlah Kantor	354	381	392
BPRS			
Jumlah Kantor	327	453	465
Total Kantor	2.556	2.753	2.891

Sumber: Statistik Perbankan Syariah 2018-2020⁵

Di tengah perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia yang pesat, masih banyak tantangan yang harus diselesaikan agar Perbankan Syariah bisa mempertahankan dan meningkatkan kualitas pertumbuhannya. Karena sebagian besar umat muslim ada yang tetap menabung di Bank Konvensional. Banyak juga yang berpendapat bahwa bank syariah atau lembaga keuangan syariah hanya sekedar perbankan konvensional yang ditambah label syariah.

Tabel 1. 2
Perkembangan Jumlah Nasabah Dana Pihak Ketiga BUS dan UUS tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah Nasabah
2018	24.334.556
2019	27.015.606
2020	30.537.385

Sumber : Statistik Perbankan Syariah 2018-2020⁶

⁵Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah*, dalam <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Default.aspx>, (Diakses pada 10 November 2021, pukul 18.27).

⁶*Ibid.*

Tabel 2.1 menunjukkan perkembangan jumlah nasabah pada bank syariah sejak tahun 2018 yang mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Akan tetapi jumlah tersebut belum sebanding dengan jumlah penduduk muslim di Indonesia per-2020 yang mencapai 229,6 juta jiwa atau sekitar 87,2% dari total penduduk Indonesia. Artinya minat penduduk muslim untuk menjadi nasabah di bank syariah masih tergolong rendah.

Sebagian penduduk muslim masih menganggap bank syariah sama saja seperti bank konvensional pada umumnya. Padahal perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional dapat dilihat dari sistem dan prinsipnya. Bank syariah dalam operasionalnya memperoleh keuntungan bagi hasil dari penyaluran dana kepada nasabah yang terdiri dari beberapa akad seperti pembiayaan jual beli (*Murabahah, Salam, Istisna*), pembiayaan bagi hasil (*Mudharabah dan Musyarakah*), dan pembiayaan sewa (*Ijarah dan Qard*). Sedangkan pada bank konvensional, selisih pada bunga simpanan yang diberikan kepada nasabah dibandingkan dengan bunga pinjaman atau kredit yang disalurkan menjadi keuntungan utamanya.

Bank syariah memiliki masalah utama yang harus dihadapi yakni bagaimana perusahaan dapat menarik minat seseorang menjadi nasabah. Minat menurut Kartini Kartono merupakan suatu momen yang cenderung terarah secara intensif pada suatu obyek yang dianggap penting. Minat sendiri sangat erat kaitannya dengan kepribadian dan selalu mengandung unsur perasaan dan kemauan.⁷

⁷Kartini Kartono, *Psikologi Umum*, (Bandung: Mandar Maju, 1998), hlm. 112

Menurut Siti Rahayu Haditono, minat seseorang dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor dari dalam (intrinsik) dan faktor dari luar (ekstrinsik). Faktor dari dalam yang mempengaruhi yakni sifat pembawaan sedangkan faktor dari luar yakni keluarga, sekolah, atau lingkungan. Faktor keinginan dari dalam dan dari luar merupakan faktor yang menentukan terjadinya suatu minat. Minat dari dalam seperti rasa senang dan tertarik pada suatu kegiatan, perhatian atau tindakan terhadap suatu aktifitas.⁸

Semakin ketatnya persaingan usaha antar bank dalam menarik minat seseorang menjadi nasabah mendorong timbulnya berbagai sistem usaha dan jenis produk yang menjadi keunggulan kompetitif. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Echchabi dan Aziz, fasilitas dan produk bank syariah yang kurang menarik menjadi alasan mengapa nasabah tidak tertarik pada bank syariah. Di Maroko, keuntungan pribadi menjadi faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan bank syariah.⁹

Produk menurut Kotler dan Keller merupakan segala sesuatu yang ditawarkan di pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan termasuk barang fisik, jasa, acara, pengalaman, tempat, orang, *property*, informasi, organisasi dan ide.¹⁰

⁸ Siti Rahayu Haditono, *Psikologi Perkembangan*, (Yogyakarta: Psikologi UGM, 1998), hlm. 189

⁹Rahmawati dan Maimun, *Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di DI Yogyakarta*, Jurnal *Economia*, Vol. 14, No. 1, April 2018, hlm. 86. (Diakses 11 Maret 2021, Pukul 19.15)

¹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 4.

Produk menjadi faktor penting dalam kelangsungan bank syariah. Segala sesuatu yang ditawarkan dapat memuaskan keinginan nasabah disebut dengan produk. Produk di bank syariah terdiri dari penghimpunan dana, pembiayaan dan juga jasa.

Saat ini di samping produk-produk yang sudah ada juga diluncurkan produk-produk yang baru. Hal tersebut terjadi karena adanya perubahan selera nasabah, teknologi dan persaingan yang semakin ketat. Hal ini membuat bank syariah menciptakan berbagai keragaman produk dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Keanekaragaman atau inovasi produk-produk perbankan syariah menjadi daya pikat nasabah memilih bertransaksi di bank syariah.¹¹

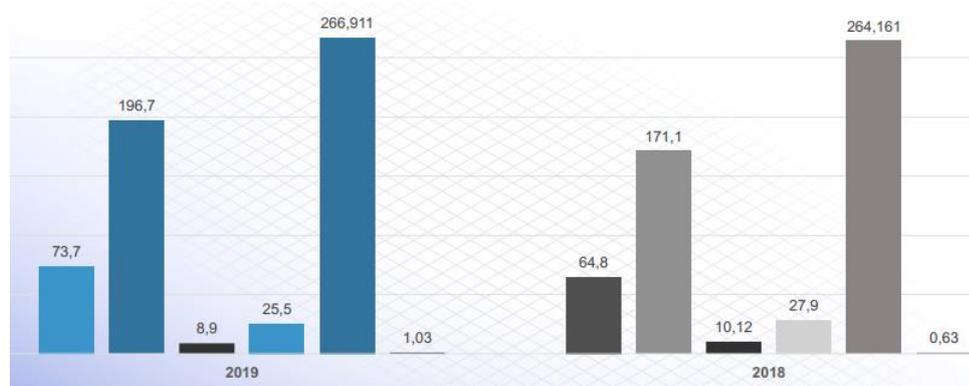
Keragaman produk yang dimiliki perbankan syariah yang masih minim diketahui oleh masyarakat menjadi tantangan tersendiri untuk bank syariah dalam mengenalkan produknya. Fakta ini diketahui ketika penulis melakukan survey ke beberapa masyarakat yang belum menggunakan bank syariah. Menurut mereka, kurangnya pengetahuan tentang keragaman produk yang ada di bank syariah menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah.

Salah satu cara yang paling efektif yang bisa dilakukan oleh bank syariah dalam mengenalkan produknya adalah melalui promosi. Promosi menurut Kotler dan Keller merupakan berbagai cara dalam menginformasikan, mengingatkan, membujuk, dan mengajak konsumen baik

¹¹ Tatik Ernawati, *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah*, (Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015), hlm. 7

secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk.¹² Promosi bisa dilakukan secara langsung maupun melalui media cetak atau media elektronik dan juga melalui internet seperti sosial media. Apalagi pada zaman ini, sebagian masyarakat tidak pernah lepas dari gawainya. Per-2020 saja pengguna internet mencapai 73,7%. Sehingga promosi akan sangat efektif dilakukan melalui internet.

Gambar 1.1
Penetrasi dan Pengguna Internet 2019-2020



Sumber: Laporan Survei Internet APJII 2019-2020¹³

Terdapat tiga elemen yang menentukan keberhasilan suatu promosi, yakni figur dan gaya bahasa pesan yang disampaikan, sifat dan kualifikasi pesan, dan sarana media yang digunakan. Akan tetapi ada yang lebih penting dari sebuah promosi, yakni dari segi etik yang berupa kebenaran dan kejujuran pesan faktual yang disampaikan dalam promosi.¹⁴ Image positif akan terbangun ketika promosi dilakukan dengan prinsip kebenaran dan

¹² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hlm. 219

¹³ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, *Laporan Survei Internet APJII 2019-2020*, <https://apjii.or.id/content/utama/39>, hlm. 17. (Diakses pada 22 April 2022, pukul 13.54)

¹⁴ Muslih, *Etika Bisnis Islami Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2004), hlm. 106.

kejujuran. Prinsip-prinsip promosi dalam Islam seperti dalam firman Allah SWT. dalam QS. Al-Ahzab [33]: 70:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۗ

Artinya: “Wahai orang-orang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar”.¹⁵

Indonesia merupakan Negara yang sebagian besar penduduknya pemeluk agama Islam. Tentunya setiap manusia yang hidup akan selalu dihadapkan dengan berbagai aspek kehidupan, salah satunya adalah aspek ekonomi. Seorang muslim sekalipun akan dihadapkan pada aspek ekonomi. Walaupun begitu, seorang muslim harus tetap memperhatikan apakah kegiatan ekonomi yang dilakukan sesuai dengan syariah islam atau tidak.

Religiusitas merupakan suatu tindakan ibadah yang dilakukan dengan istiqomah, tanpa adanya paksaan dan konsisten yang dilakukan seorang individu demi mengharap ridha-Nya. Artinya religiusitas terjadi karena dorongan dari dalam diri individu sendiri. Adapun menurut James, religiusitas merupakan perbuatan, perasaan dan pengalaman individual dalam berhubungan dengan Tuhan. Sedangkan Peteet mendefinisikan religiusitas sebagai bentuk komitmen untuk meyakini dan mengamalkan suatu karakter dari bagian suatu tradisi.¹⁶

Selain tingkat religiusitas, calon nasabah dalam menentukan dimana ia akan menjadi nasabah akan mencari tahu terlebih dahulu bagaimana reputasi yang dimiliki suatu bank. Calon nasabah akan bertanya pada orang yang pernah menabung di bank tersebut, apakah bank tersebut sudah terkenal atau

¹⁵ Ahsin Sakho Muhammad dan Zarkasi Afif, *Mushaf Famy...*, hlm. 427.

¹⁶ Ahmad Rusydi, *Religiusitas dan Kesehatan Mental*, (Tangerang: Penerbit YPM, 2012), hlm. 29-30

masih baru serta mencari tahu pernah ada penyelewengan atau tidak. Reputasi merupakan sebuah risiko yang harus dikelola oleh bank syariah. Menurut Aeker dan Keller reputasi merupakan persepsi pelanggan mengenai nama baik suatu perusahaan baik dari segi produk maupun jasa yang diberikan.¹⁷ Semakin baik jasa yang diberikan oleh bank syariah, semakin baik pula reputasi bank syariah dimata masyarakat.

Selain faktor-faktor yang sudah disebutkan diatas, lokasi juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang menjadi nasabah. Menurut Lupiyoadi, lokasi merupakan tempat dimana sebuah perusahaan beroperasi. Pemilihan lokasi yang tepat dapat menentukan tercapainya suatu usaha.¹⁸ Termasuk penentuan lokasi bank syariah, apabila memiliki lokasi yang strategis yang dapat memudahkan nasabah melakukan transaksi di bank syariah dengan didukung tempat yang nyaman, luas, lahan parkir yang memadai, bersih, denah lokasi yang lengkap dan memiliki pelayanan yang baik maka akan menarik minat seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Pada masa ini, setiap orang pasti memiliki tabungan. Tidak terkecuali mahasiswa. Karena pada masa sekarang ini pastinya setiap mahasiswa menjadi nasabah di salah satu bank di Indonesia, baik itu bank konvensional maupun bank syariah. Mahasiswa khususnya jurusan Perbankan Syariah tentunya sejak awal sudah banyak dibekali pengetahuan tentang perbankan

¹⁷ Rofifah Mau'idzah Hasanah, *Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking*, Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015), hlm. 24

¹⁸ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 61.

syariah. Dengan pengetahuan yang sudah didapat, sudah seharusnya mahasiswa perbankan syariah mempunyai kesadaran dan ikut andil dalam dunia perbankan syariah. Salah satunya dengan menjadi nasabah Bank Syariah. Namun faktanya, mahasiswa perbankan syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung masih banyak yang belum menggunakan bank syariah. Hanya terdapat 0,2% atau hanya ada satu dari 20 mahasiswa yang mengikuti survey yang menggunakan bank syariah. Itupun dengan alasan tuntutan dari pekerjaan yang mengharuskannya memiliki rekening bank syariah. Selain itu, mereka kurang dikenalnya keragaman produk dan lokasi bank syariah yang hanya ada beberapa dalam satu kota atau bahkan hanya ada satu di dalam kota menjadi alasan mengapa mereka belum menjadi nasabah di bank syariah. Padahal dengan ilmu yang telah dimiliki dan kesadaran bahwa menggunakan bank syariah dianggap baik, maka penerapan yang bisa dilakukan mahasiswa perbankan syariah salah satunya adalah menjadi nasabah di bank syariah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor mahasiswa dalam memutuskan untuk menjadi nasabah bank syariah.

Dari latar belakang di atas, keragaman produk, promosi, reputasi, religiusitas, dan lokasi memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah. Atas dasar inilah penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Menjadi Nasabah Bank Syariah.”**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan, yaitu:

1. Keragaman produk yang masih minim diketahui oleh masyarakat karena kurangnya promosi menyebabkan minimnya minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah.
2. Promosi yang benar dan tepat akan memberikan hasil yang sesuai dengan harapan bank syariah dalam menarik minat nasabah.
3. Masyarakat yang selektif dalam memilih bank dengan memperhatikan reputasi dari suatu bank.
4. Masyarakat muslim yang berpendapat bahwa bank syariah dan bank konvensional operasionalnya sama saja.
5. Lokasi Bank yang jangkauannya masih jauh atau bahkan hanya ada satu dalam kota juga mempengaruhi minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah

C. Rumusan Masalah

1. Apakah keragaman produk, promosi, reputasi, religiusitas dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah Bank Syariah?

2. Apakah keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah Bank Syariah?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah Bank Syariah?
4. Apakah reputasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah Bank Syariah?
5. Apakah religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah Bank Syariah?
6. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah Bank Syariah?

D. Tujuan Penulisan

1. Untuk menguji bahwa keragaman produk, promosi, reputasi, religiusitas dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah Bank Syariah.

2. Untuk menguji bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah Bank Syariah.
3. Untuk menguji bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah Bank Syariah.
4. Untuk menguji bahwa reputasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah Bank Syariah.
5. Untuk menguji bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah Bank Syariah.
6. Untuk menguji bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah Bank Syariah.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah.

Penelitian ini juga diharapkan menjadi pembanding, pengembangan dan pertimbangan bagi penelitian di masa yang akan datang di bidang dan

permasalahan sejenis dan berkaitan, serta diharapkan dapat memperkaya dan mengembangkan teori mata kuliah manajemen pemasaran..

2. Secara Praktis

a. Bagi Akademisi

Dapat menambah sumber literatur atau referensi dari peneliti kepada perguruan tinggi khususnya bagian perpustakaan untuk menambah wawasan bagi pembacanya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah

b. Bagi Lembaga Bank Syariah

Diharapkan dapat memberikan gambaran informasi mengenai apa yang dibutuhkan nasabah sehingga mampu menjadi acuan untuk bank syariah agar bisa meningkatkan jumlah nasabahnya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat menambah wawasan dan dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan mengangkat tema yang sama dengan pengkajian terlebih dahulu.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini, meliputi keterkaitan antara variabel X terhadap Y, dimana terdiri dari lima variabel independen pengaruh keragaman produk (X1), promosi (X2), reputasi (X3), religiusitas (X4), dan lokasi (X5) serta terdapat variabel dependen minat mahasiswa perbankan

syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah bank syariah (Y).

Pada penelitian ini, penulis membatasi obyek yang akan diteliti, yaitu terbatas pada mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung angkatan tahun 2019-2021. Penelitian ini menitikberatkan pada minat mahasiswa memilih Bank Syariah yang dipengaruhi oleh banyak faktor. Mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa, maka peneliti hanya memilih lima faktor, yakni keragaman produk, promosi, reputasi, religiusitas, dan lokasi.

G. Penegasan Istilah

Dalam karya ilmiah ini penulis perlu memberi penegasan istilah dari judul yang penulis angkat agar tidak terjadi kerancuan atau ketidaksamaan pemahaman dalam membaca penelitian ini, yaitu:

1. Definisi Konseptual

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Faktor merupakan hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.¹⁹ Faktor-faktor yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu:

¹⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, <https://kbbi.web.id/faktor>, (diakses 09 September 2021, pukul 21.02 WIB).

1) Keragaman Produk

Menurut James F. Engels, keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut luas, kedalaman, dan kualitas yang ditawarkan serta ketersediaan produk dalam suatu perusahaan.²⁰

2) Promosi

Menurut Swastha, promosi merupakan proses menciptakan pertukaran dalam pemasaran melalui arus informasi atau persuasi satu arah.²¹

3) Reputasi

Menurut KBBI, reputasi berarti nama baik. Reputasi yang baik akan mampu menjadi daya saing tersendiri bagi suatu bank.

4) Religiusitas

Religiusitas adalah tingkat kepercayaan, keyakinan atau kesalehan seseorang dalam menjalani hidup sesuai syariat agama. Religiusitas dapat diwujudkan termasuk dalam aspek ekonomi, salah satunya adalah dalam penggunaan jasa keuangan syariah.²²

²⁰ Arini Syafira, *Pengaruh Citra, Keragaman Produk dan Akad Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Gadai Pada Pegadaian Syariah Kendal*, (UIN Walisongo Semarang, 2016), hlm. 18.

²¹ Roni Andespa, *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah*, *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol. 2, No. 1, Januari-Juni 2017, hlm. 47.

²² Fajar Mujaddid dan Pandu, *Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah*, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 10, No. 1, Mei 2019, hlm. 23.

5) Lokasi

Menurut Kotler, lokasi merupakan salah satu kunci sukses. Lokasi yang tepat tentu akan memberikan potensi yang baik bagi pertumbuhan ekonomi dan stabilitas suatu usaha.²³

b. Pengaruh

Pengaruh merupakan sesuatu yang dapat membentuk watak kepercayaan atau perbuatan seseorang.²⁴

c. Minat

Menurut Aahmad Susanto, minat merupakan dorongan dari dalam diri seseorang atau faktor yang menimbulkan ketertarikan atau perhatian secara efektif, yang menyebabkan dipilihnya suatu obyek atau kegiatan yang menguntungkan, menyenangkan dan lama kelamaan akan mendatangkan kepuasan dalam dirinya.²⁵

2. Definisi Operasional

Dari definisi secara konseptual yang sudah dipaparkan di atas, maka secara operasionalnya kajian dalam judul penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah Bank Syariah. Dalam memutuskan untuk menjadi nasabah di suatu bank, pasti terdapat faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang

²³ Rizka Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan, *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang*, Vol. 3, No. 2, Desember 2012, hlm. 285.

²⁴ Alwi Hasan, et al., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka, 2005), hlm. 849.

²⁵ Ahmad Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 58.

dimaksud dalam penelitian ini adalah faktor keragaman produk, promosi, reputasi, religiusitas dan lokasi. Dari beberapa faktor tersebut, peneliti akan menguji faktor apa saja yang mempengaruhi minat mahasiswa perbankan syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah menjadi nasabah bank syariah.

a. Keragaman produk

Keragaman produk merupakan banyaknya produk atau variasi produk di bank syariah yang bisa menarik minat mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah menjadi nasabah di bank syariah.

b. Promosi

Promosi merupakan cara bank syariah dalam memasarkan produk yang ada di bank syariah baik melalui media cetak atau media *online* untuk memberi pengaruh kepada yang melihatnya agar tertarik pada produk di bank syariah.

c. Reputasi

Reputasi yang baik atau citra bank syariah yang baik di mata calon nasabah akan memberikan nilai plus dalam menentukan dimana seseorang akan menjadi nasabah.

d. Religiusitas

Tingkat keyakinan dan kepercayaan terhadap agama seseorang bisa mempengaruhi dimana mahasiswa perbankan syariah akan menabung atau menggunakan produk bank syariah.

e. Lokasi

Lokasi bank syariah yang mudah dijangkau dan mudah ditemui akan mempermudah seseorang yang menggunakan produk di bank syariah. Oleh karena itu, lokasi juga turut menjadi faktor penentu dimana mahasiswa perbankan syariah menggunakan suatu produk bank syariah.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi penelitian dapat digambarkan melalui sistematika penulisannya, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN : Pada bab ini merupakan pengantar dan gambaran umum mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI : Berisi uraian semua variabel tentang variabel keragaman produk, promosi, reputasi, religiusitas, lokasi dan minat mahasiswa, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN : Membahas mengenai cara atau tahapan untuk melakukan penelitian yaitu, waktu dan lokasi penelitian, metode penelitian, pendekatan yang digunakan, sumber data, operasional variabel penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN : Pada bab ini menguraikan hasil-hasil analisis terhadap variabel-variabel yang diteliti dan pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN : Pada bab ini berisi pembahasan mengenai data penelitian dan hasil analisis data. Dan berisi tentang hasil penelitian lapangan sesuai dengan pembahasan penelitian.

BAB VI PENUTUP : Dalam bab ini menguraikan rangkuman permasalahan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan. Kemudian menarik kesimpulan yang merupakan jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah serta mengemukakan saran atau gagasan atas dasar penelitian tersebut.