

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perbankan merupakan lembaga yang berperan besar dalam pembangunan nasional. Peran tersebut diwujudkan dalam fungsi bank sebagai lembaga perantara keuangan (*financial intermediary institution*), yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan memberikan dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lain dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Prinsip operasional bank dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 dibedakan menjadi dua, yaitu bank syariah dan bank konvensional.<sup>1</sup>

Bank syariah merupakan lembaga yang memberikan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip syariah yang artinya kegiatan perbankan harus berdasarkan berdasarkan fatwa yang diterbitkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam menetapkan fatwa dibidang syariah. Prinsip ini menggantikan prinsip bunga yang terdapat pada sistem perbankan konvensional.<sup>2</sup> Dalam system operasional bank syariah, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Bank Syariah tidak mengenal system bunga, baik bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada

---

<sup>1</sup> Khotibul Umam, *“Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya”*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal. 1.

<sup>2</sup> *Ibid.*, hal. 2.

penyimpan dana di bank syariah.<sup>3</sup>

Pertumbuhan bank syariah nasional dalam kurun waktu lima tahun terakhir berkisar 15-20%, jauh lebih tinggi dibanding perbankan umum yang hanya mencapai 4,1% yang artinya indikasi kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah sangat tinggi. Kepercayaan terhadap pertumbuhan bank syariah di daerah pun tak jauh berbeda dengan tingkat nasional, bahkan bisa dikategorikan lebih cepat. Berdasarkan pada Statistik Perbankan syariah bulan Januari 2019 oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan), mamaparkan jumlah Kantor Cabang Bank Umum Syariah (BUS) terdiri dari 477, Unit Usaha Syariah (UUS) 156, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) 101. Jumlah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bank Umum Syariah (BUS) terdiri dari 1.207, Unit Usaha Syariah (UUS) 149, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) -. Jumlah Kantor Kas Bank Umum Syariah (BUS) terdiri dari 201, Unit Usaha Syariah (UUS) 55, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) 203.<sup>4</sup>

Pihak OJK mencatat pada Oktober 2019 pembiayaan yang diberikan (PYD), dana pihak ketiga (DPK) serta jumlah rekening perbankan syariah telah menunjukkan peningkatan dibandingkan akhir tahun 2018 seperti pada tabel dibawah ini:

---

25. <sup>3</sup> Drs. Ismail, MBA, "*Perbankan Syariah*", (Jakarta : Prenadamedia Group, 2011), hal.

<sup>4</sup> "*Statistik Perbankan Syariah Januari 2019*," <http://www.ojk.go.id/>, akses Rabu Desember2021.

**Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Nasabah Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah Tahun 2016-2020.**

Tahun	Jumlah Nasabah
2016	15.488.398
2017	17.955.556
2018	19.996.197
2019	21.862.494
2020	22.337.191

*Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2020*

Berdasarkan uraian Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di atas, Peningkatan ini terjadi karena sering dengan masifnya kampanye penggunaan bank syariah. OJK mencatat 31,89 juta per Oktober 2019. Sementara itu, total dana pihak ketiga (DPK) selama tahun berjalan 2019 mencapai Rp. 402,36 triliun.<sup>5</sup>

Sebagai salah satu lembaga yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, untuk menghadapi persaingan antar perbankan yang semakin ketat maka masing-masing bank harus mengembangkan konsep “pelayanan terbaik unuk nasabahnya”, hal ini bertujuan untuk mempertahankan nasabah yang telah ada dan menjangkau nasabah baru yang potensial. Untuk mempertahankan citra yang baik dan positif di masyarakat bank dapat membangunnya melalui peningkatan pada kuantitas dan kualitas produk perbankan yang dihasilkan, maupun melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumennya

---

<sup>5</sup> (Sumber: <https://m.merdeka.com/uang/per-oktober-ojk-catat-jumlah-nasabah-bank-syariah-capai-3189-juta.html>)

yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.<sup>6</sup> Kualitas pelayanan sendiri dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Jadi untuk memenuhi kualitas pelayanan seperti yang diharapkan nasabah, pihak bank harus memberikan pelayanan yang prima dan unggul.

Seiring dengan adanya pasar bebas yang menjadikan mudahnya negara memasuki perdagangan negara, para pegawai lembaga keuangan dituntut untuk mengelola lembaganya secara profesional, dengan menitikberatkan pada aspek pengetahuan, penguasaan keahlian/teknologi, kemampuan operasional pekerjaan dan wawasan ke depan. Secara sederhana seorang pegawai yang profesional harus menguasai ilmu dan teknologi di bidang keuangan, misalnya dalam melakukan iklan atau pemberian informasi bagi nasabah maupun calon nasabah.

Pesatnya jumlah perkembangan nasabah dana pihak ketiga pada bank syariah cukup memberikan bukti bahwa terdapat respon positif dari masyarakat. Sehingga dengan semakin berkembangnya perbankan syariah, diharapkan mampu menarik berbagai elemen salah satunya mahasiswa perbankan syariah, dimana mahasiswa tersebut tentunya dari awal sudah dibekali banyak pengetahuan terkait perbankan syariah mengenai terhindarnya dari riba, harusnya mahasiswa perbankan syariah mempunyai kesadaran dan ikut andil dalam dunia perbankan syariah. Pertanggung jawaban atas ilmu yang sudah didapat sudah sepantasnya mempraktikkan

---

<sup>6</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal.75

semua teori yang dipelajari salah satunya dengan menjadi nasabah di bank syariah serta menggunakan jasa-jasa bank syariah. Namun melihat fakta yang ada, mahasiswa perbankan syariah telah mempunyai rekening perbankan syariah karena terpaksa dari salah satu mata kuliah yang menganjurkan membuat rekening di bank bni syariah dan masih banyak yang memilih menjadi nasabah di bank konvensional. Berikut ini jumlah mahasiswa aktif perbankan syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung sebagai berikut:

**Tabel 1.2**

**Data Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung 2017 - 2020**

No	Tahun Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1	Perbankan Syariah Angkatan 2017	503
2	Perbankan Syariah Angkatan 2018	308
3	Perbankan Syariah Angkatan 2019	193
4	Perbankan Syariah Angkatan 2020	135
Jumlah		1.139

**Sumber :** Pddikh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, diakses bulan Agustus 2021

Tabel diatas menunjukkan jumlah mahasiswa perbankan syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dari angkatan tahun 2017 dengan jumlah mahasiswa 503, tahun 2018 dengan jumlah mahasiswa sebanyak 308 dan tahun 2019 sebanyak 193, dan tahun 2020 sebanyak 135, yang dapat dijadikan sebuah populasi dalam penelitian ini.

Menurut Kloter dan Amstrong, perilaku nasabah terhadap bank

dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi nasabah terhadap karakteristik perbankan itu sendiri.<sup>7</sup> Dalam menginterpretasikan suatu informasi yang diterima berasal dari sumber yang sama. Hal ini menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi bank untuk dapat menarik minat menabung nasabah. Dalam upaya menarik minat nasabah untuk menabung di bank dilakukan serbagai upaya.

Menurut Lamb, Hair dan McDaniel, perilaku konsumen merupakan proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan membeli, juga untuk menggunakan dan membuang barang-barang dan jasa-jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk.<sup>8</sup> Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor maketing mix yang di kelompokkan dalam beberapa bauran (produk, harga, distribusi, promosi), faktor budaya meliputi (budaya dan kelas sosial), faktor sosial meliputi (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), faktor pribadi meliputi (usia dan tahap siklus hidup, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), faktor Psikologis meliputi (motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap).

Sesuai dengan judul yang terangkat dalam penelitian ini dan sesuai teori yang dikemukakan oleh Lamb, Hair dan McDaniel, peneliti mengambil variabel empat variabel yaitu, Iklan (X1), kualitas pelayanan (X2), motivasi (X3) dan religiusitas (X4) yang tentunya memiliki pengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah

---

<sup>7</sup> Kotler, Philip Armstrong, Garry.....hal. 99.

<sup>8</sup> Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel, *Pemasaran edisi pertama*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001) hal. 21.

Serupa dengan penelitian Indra Utama tentang Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Bauran Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan menjadi Nasabah Tabungan iB Hasanah BNI Syariah Kantor Cabang BSD pada tahun 2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, religiusitas, bauran promosi dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan iB Hasanah BNI Syariah Kantor Cabang Bumi Serpong Damai.<sup>9</sup>

Dengan merujuk pada perkembangan Bank Syariah yang sangat pesat, mahasiswa adalah salah satu komponen masyarakat yang merupakan pangsa pasar yang layak untuk diperhatikan oleh pihak perbankan dalam menambah jumlah nasabahnya. Mahasiswa merupakan kalangan anak muda sebagai penerus, pihak bank dapat mengembangkan berbagai programnya baik segi pelayanan maupun strateginya dengan menggunakan mahasiswa sebagai objek atau sasaran dalam pelaksanaan programnya karena mahasiswa adalah sasaran potensial dalam hal ini termasuk mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, karena dirasa mahasiswa perbankan syariah ini mempunyai banyak pengetahuan dalam dunia perbankan syariah. Dengan banyaknya bekal ilmu serta kesadaran yang dimiliki bahwa menggunakan bank syariah dianggap baik, maka penerapannya salah satunya yaitu sudah

---

<sup>9</sup> Indra Utama, *“Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Bauran Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan menjadi Nasabah Tabungan iB Hasanah BNI Syariah Kantor Cabang BSD”* Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, (Jakarta: Perpustakaan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017).

seharusnya mahasiswa memilih menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia serta menggunakan jasa-jasa bank syariah. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk membahas serta mengambil judul **“Pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan, Motivasi, dan Religiusitas Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas dapat diambil rumusan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh signifikan iklan terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah di Bank Syariah?
2. Apakah ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah di Bank Syariah?
3. Apakah ada pengaruh signifikan motivasi terhadap minat mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah di Bank Syariah ?
4. Apakah ada pengaruh signifikan religiusitas mahasiswa terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah di Bank Syariah?
5. Apakah ada pengaruh signifikan iklan, kualitas pelayanan, motivasi,

dan religiusitas secara bersama terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah di Bank Syariah ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat disebutkan tujuan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji adanya pengaruh signifikan iklan terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah di Bank Syariah.
2. Untuk menguji adanya pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah di Bank Syariah.
3. Untuk menguji adanya pengaruh signifikan motivasi terhadap minat mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah di Bank Syariah.
4. Untuk menguji adanya pengaruh signifikan religiusitas terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah di Bank Syariah.
5. Untuk menguji adanya pengaruh signifikan Iklan, Kualitas Pelayanan,

motivasi, dan Religiusitas secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah di Bank Syariah.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna, baik secara teoritis maupun secara praktis bagi pembaca. Dan berikut ini penjelasan mengenai kegunaan penelitian yang terbagi secara:

##### 1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi keilmuan yang berguna dalam dunia bisnis di bidang jasa. Penelitian ini juga diharapkan menjadi pembanding, pertimbangan dan pengembangan bagi penelitian dimasa yang akan datang dibidang dan permasalahan sejenis dan berkaitan. Serta diharapkan dapat memperkaya dan mengembangkan teori mata kuliah sistem perbankan syariah

##### 2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi banyak pihak, diantaranya yaitu:

##### a. Bank Syariah

Dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan saran positif bagi pihak perbankan dalam melakukan perbaikan usaha dari kekurangan yang dianggap dapat berpengaruh terhadap operasional bank dan menghambat tujuan yang ingin dicapai

untuk mahasiswa Perbankan Syariah.

b. Peneliti Lanjutan

Penelitian ini diharapkan mampu digunakan oleh peneliti selanjutnya untuk menambah bahan referensi dan saat di jadikan salah satu perbandingan, terutama bagi para peneliti yang ingin meneliti masalah yang sejenis.

**E. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah pada masalah ini membahas tentang sejauh mana pengaruh iklan, kualitas pelayanan, motivasi, dan religiusitas mahasiswa terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah, meliputi :

1. Kurangnya signifikan iklan Perbankan Syariah sehingga kurang mempengaruhi dorongan nasabah untuk memilih Bank Syariah dan masih tergolong rendah dibandingkan dengan tingkat kepercayaan pada Bank Konvensional.
2. Kualitas layanan masih lambat dan kurang tepat sehingga memberi dampak yang negative bagi pihak perbankan syariah sehingga mengurangi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.
3. Rendahnya Motivasi yang dimiliki oleh Mahasiswa sehingga semakin rendah juga minat mahasiswa dalam menjadi nasabah di Bank Syariah.
4. Tingkat religiusitas yang dimiliki oleh mahasiswa masih kurang sehingga mengurangi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.

5. Iklan, kualitas layanan, motivasi dan religiusitas mahasiswa masih kurang sehingga mengurangi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.

#### **F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini, meliputi keterkaitan antara variable X terhadap Y, dimana terdiri dari tiga variable bebas (independen) pengaruh iklan (X1), kualitas pelayanan (X2), motivasi (X3), dan religiusitas (X4) serta terdapat variable terkait (dependen) minat mahasiswa perbankan syariah menjadi nasabah bank syariah.

Untuk keterbatasan penelitian yaitu hanya memfokuskan pada penelitian dilihat dari sikap dan perilaku individu yang mengacu pada keempat variabel yaitu pengaruh iklan, kualitas pelayanan, motivasi, dan religiusitas mahasiswa serta minat menjadi nasabah di Bank Syariah sebagai variabel dependen. Peneliti membatasi variable dependen pada satu instrument yaitu minat menjadi nasabah di Bank Syariah. Selain tempat variabel tersebut, objek yang menjadi penelitian adalah Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Selanjutnya responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

## G. PENEGASAN ISTILAH

Penegasan istilah dalam penelitian ini dibagi menjadi dua macam yaitu secara konseptual dan secara operasional.

### 1. Secara Konseptual

#### a) Iklan

Menurut Kotler, iklan merupakan bentuk komunikasi non personal yang dilakukan lewat media bayaran dengan sponsor yang jelas. Menurut William G Nickels, periklanan merupakan komunikasi non individu, dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non laba, serta individu-individu.<sup>10</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa iklan/informasi merupakan salah satu bentuk promosi yang dilakukan untuk menawarkan atau memperkenalkan suatu barang atau jasa.

#### b) Kualitas pelayanan

Definisi yang dirumuskan oleh Goetsh dan Davis (1994) menyatakan bahwa kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, layanan, manusia, proses, lingkungan, yang memenuhi atau melebihi harapan.<sup>11</sup> Dapat disimpulkan kualitas pelayanan merupakan aspek penting dari suatu lembaga industri keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa seperti perbankan. Kualitas pelayanan ini berpusat pada upaya untuk

---

<sup>10</sup> Ratminto, "*Pelayanan Prima: Pedoman Momen Kritis Pelayanan Dari A Sampai Z*", (UGM PRESS, 2018), hal. 35.

<sup>11</sup> Bilson Simamora, "*Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*", (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal. 180.

memenuhi kebutuhan dan keinginan serta ketetapan dalam penyampaian suatu produk guna mengimbangi harapan para pelanggan.

c) Motivasi

Michel J. Jucius “Motivasi sebagai kegiatan memberikan dorongan kepada seseorang atau diri sendiri untuk mengambil suatu tindakan yang dikehendaki. Motivasi adalah gejala psikologis dalam bentuk dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu.

Motivasi juga bisa dalam bentuk usaha-usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau kelompok orang tertentu tergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendakinya atau mendapat kepuasan dengan perbuatannya.

d) Religiusitas

Menurut Paloutzian and Park mengartikan bahwa religiusitas sebagai kesalehan atau kondisi yang cenderung agamis pada individu.<sup>12</sup>Jadi religiusitas lebih mengarah kepada kualitas dari penghayatan dan sikap hidup individu berdasarkan nilai-nilai kehidupan keagamaan yang diyakininya.

e) Minat

Lilawati dalam Zusnani, mengartikan minat adalah suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap

---

<sup>12</sup> Aji Sofanudin,dan Ahmad Muntakhib, “*Literasi Keagamaan dan Karakter Peserta Didik*”, (Yogyakarta: Dina Press, 2020), hal. 225.

suatu kegiatan sehingga mengarahkan seseorang untuk melakukan kegiatan tersebut dengan kemauan sendiri. Dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu keinginan ataupun dorongan terhadap suatu tindakan atau suatu hal dalam diri seseorang.

f) Bank syariah

Menurut Ensiklopedi Islam bank islam atau bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>13</sup> Dapat disimpulkan bahwa bank syariah merupakan bank yang menjalankan segala kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.

2. Secara Operasional

Penelitian yang berjudul pengaruh iklan, kualitas pelayanan, motivasi, dan religiusitas mahasiswa perbankan syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah, dimana peneliti bermaksud mengupas tentang hubungan antara iklan, kualitas pelayanan, motivasi, dan religiusitas mahasiswa minat menjadi nasabah di Bank Syariah. Dalam hal ini peneliti memberikan kuesioner kepada mahasiswa jurusan perbankan syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung guna memperoleh data serta melakukan dokumentasi untuk mendukung penelitian tersebut. Dalam penelitian ini

---

<sup>13</sup> Bustari Muchtar, dkk., "*Bank dan Lembaga Keuangan Lain*", (Jakarta: Kencana, 2016), hal. 119.

bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan, kualitas pelayanan, motivasi, dan religiusitas mahasiswa terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung menjadi nasabah di Bank Syariah.

## **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan ini berisi tentang keseluruhan isi dari keseluruhan penelitian sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Memuat tentang: (a) Latar Belakang, (b) rumusan masalah, (c) Tujuan penelitian, (d) Manfaat penelitian, (e) identifikasi masalah, (f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (g) Penegasan Istilah dan Sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Memuat tentang: (a) Landasan teori: kerangka teori (Bank Syariah, iklan, motivasi, kualitas pelayanan, religiusitas), (b) Penelitian Terdahulu, (c) kerangka konseptual, (d) hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Memuat tentang: (a) Pendekatan data dan jenis penelitian, (b) Populasi, sampling, dan sampel, (c) Sumber data, variabel, dan skala pengukuran, (d) teknik pengumpulan data dan instrumen, (e) teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Memuat tentang hasil dari penelitian berupa deskripsi data dan hipotesis penelitian: (a) Pengaruh signifikan iklan terhadap minat mahasiswa

menjadi nasabah di Bank Syariah (b) pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di Bank Syariah, (c) pengaruh motivasi terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di Bank Syariah, (d) pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di Bank Syariah, (e) pengaruh signifikan iklan, kualitas pelayanan, motivasi dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di Bank Syariah

## **BAB V PEMBAHASAN**

Memuat tentang pembahasan atas data penelitian dan analisis data: (a) Pengaruh signifikan iklan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di Bank Syariah (b) pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di Bank Syariah, (c) pengaruh motivasi terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di Bank Syariah, (d) pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di Bank Syariah, (e) pengaruh signifikan iklan, kualitas pelayanan, motivasi dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di Bank Syariah

## **BAB VI PENUTUP**

Memuat tentang: (a) kesimpulan, (b) saran atau rekomendasi pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan, Motivasi, Dan Religiusitas Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah.

## **DAFTAR RUJUKAN**

## **LAMPIRAN**