BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan syariah pada era sekarang banyak yang sudah dikenal oleh masyarakat di Indonesia. Dengan memberikan daya tarik tersendiri yaitu menggunakan prinsip syariah Islam dalam setiap mekanisme produknya seperti tata cara bermuamalah yang menghindari unsur-unsur riba, menyediakan kegiatan-kegiatan investasi, pembiayaan dan kerja sama yang berdasarkan prinsip bagi hasil, keadilan, kemaslahatan, dan keseimbangan.

Menurut teori Sutan Remy Shahdeiny bank syariah adalah lembaga yang memiliki fungsi sebagai intermediasi yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan atau kredit tanpa menggunakan prinsip bunga, melainkan dengan prinsip syariah.[2] Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.[3] Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

---

[2] Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam Jakarta*: PT Pustaka Utama Grafiti, cet ke-3, 2007, hal.1.

[3] Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hal.31

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.[4] Berdasarkan data statistik perbankan syariah,[5] dapat diketahui bahwa pada saat ini bank syariah mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. BUS (Bank Umum Syariah) telah memiliki 13 unit Bank pada tahun 2016-2017 sedangkan untuk tahun 2018 bertambah menjadi 14 bank dan memiliki banyak kantor yang dibagi menjadi kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas, dan ATM, sedangkan UUS (Unit Usaha Syariah) telah mencapai 21 unit pada tahun 2016-2017 dan untuk tahun 2020 hanya memiliki 20 unit dan BPRS telah mencapai 166 unit pada tahun 2016 sedangkan untuk tahun 2017-2018 mencapai 167 unit.

Selain itu pertumbuhan aset perbankan syariah mengalami peningkatan yang cukup signifikan tiap tahunnya, dilihat dari total aset pada tahun 2017 sebesar 435 triliun meningkat pada tahun 2018 sebesar 490 triliun dan kembali mengalami peningkatan pada Juni 2019 sebesar 499 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah mengalami peningkatan. Itu semua tidak lepas dari upaya perbankan syariah untuk terus mengembangkan promosi agar informasi mengenai perbankan syariah dapat diterima diseluruh Indonesia.

---

[4] Ascarya dan Diana Yumanita, *Bank syariah: Gambaran Umum (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK),* 2005), hal.68

[5] Indriyo Gitusudarmo, *Manajemen Pemasaran edisi pertama,* (Yogyakarta: BPFE,2000), hlm.235

Indonesia merupakan suatu negara dengan penduduk mayoritas muslim, namun dalam dunia perbankan masih di dominasi oleh bank konvensional. Bank syariah seolah seperti sulit menembus dominasi perbankan konvensional, padahal mayoritas penduduknya adalah muslim. Keadaan ini disebabkan kurangnya dan minat masyarakat terhadap perbankan syariah, serta perkembangan sektor perbankan yang tidak lepas dari perilaku konsumen dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan jasa perbankan, apakah akan menggunakan jasa perbankan syariah atau perbankan konvensional.

Menurut teori Kotler dan Amstrong terdapat empat faktor yang mempengaruhi keputusan perilaku konsumen yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis. Salah satu yang mempengaruhi minat perilaku konsumen yaitu faktor psikologis yang mencakup pengeahuan, kepercayaan, motivasi, persepsi, dan sikap. Peneliti meyakini bahwa kelima faktor tersebut sering terjadi pada seorang konsumen yang hendak menggunakan suatu produk atau jasa. Sehingga agar penelitian ini lebih terarah maka peneliti hanya membatasi tiga faktor yaitu pengetahuan, kepercayaan, dan motivasi yang mempengaruhi keputusan mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung dalam mengambil keputusan memilih jasa Bank Syariah.

Menurut teori Sidi Gayalba jika pengetahuan itu baik maka keputusan untuk menggunakan jasa bank syariah juga akan baik. Lalu jika kepercayaan itu baik maka keputusan dalam memilih jasa bank syariah juga akan baik, dan

apabila motivasi itu baik maka keputusan untuk memilih jasa bank syariah juga pasti baik.[6] Namun fakta yang sesuai dilapangan itu pengetahuan, kepercayaan, dan motivasi itu sudah terpenuhi atau baik tetapi keputusan memilih jasa bank syariah masih rendah. Sehingga ada terdapat kesenjangan teori dengan fakta.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, mahasiswa jurusan perbankan syariah memilih jasa bank syariah dipengaruhi karena pengetahuan. Adanya berbagai informasi yang mereka dapatkan baik dari pendidika formal maupun non formal sudah bisa memberikan kesimpulan bagi mereka untuk menentukan suatu keputusan. Sedangkan berdasarkan penelitian terdahulu Nurngaeni menyatakan bahwa pengetahuan dan persepsi mahasiswa berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah.

Pengetahuan merupakan hasil yang didapatkan dari orang yang telah melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui pendidikan, pengalaman orang lain, media masa maupun lingkungan. Menurut teori Mowen dan Minor mengatakan bahwa pengetahuan merupakan sejumlah pengalaman dan informasi mengenai produk dan jasa yang dimiliki oleh seseorang atau konsumen.[7] Pengetahuan menjadi salah satu faktor yang paling penting dalam perilaku pengambilan keputusan seseorang. Pengetahuan nasabah merupakan segala informasi yang telah didapatkan oleh seseorang nasabah maupun

[6] Amsal Bakhtiar, *Filsafat Ilmu*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2010), hal. 85
[7] Donni Juni, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal.130-131

konsumen tentang berbagai macam produk jasa dan pengetahuan yang lain yang berhubungan dengan fungsinya sebagai nasabah.[8]

Secara umum informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata yang digunakan untk mengambil keputusan. Menurut Engle et.al., indikator pengetahuan memiliki tiga jenis pengeahuan yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengeahuan pemakaian.[9]

Pengetahuan menjadi faktor yang harus diperhatikan karena pengetahuan memegang peranan penting dalam menumbuhkan keputusan masyarakat untuk mau menggunakan jasa perbankan, terutama perbankan syariah. Pengetahuan dapat diperoleh melalui media seperti iklan, tv, radio dan lain sebagainya, pengetahuan juga bisa diperoleh melalui pengalaman seseorang.

Pengetahuan mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung dapat diartikan sebagai informasi yang dimiliki mahasiswa mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut, informasi dan yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.[10]

Tingkat pengetahuan S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung mengenai perbankan syariah tergolong masih rendah, serta terbatasnya pemahaman menyebabkan mahasiswa banyak yang memiliki

---

[8] Rini Dwi Astuti, *Ilmu Perilaku Konsumen,* (Ubpress Malang: 2012), hal. 50-53

[9] Donni Juni, *Perilaku Konsumen,* (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 132

[10] Ujang Sumawarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran, (*Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2014),hal.120

persepsi yang kurang baik mengenai operasional perbankan syariah. Pengetahuan mahasiswa terutama prodi perbankan syariah itu sangat penting bagi pemasaran karena apa yang dibeli, dimana membeli, kapan membeli akan tergantung pada pengetahuan mahasiswa. Oleh karena itu, pengetahuan mahasiswa akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Semakin banyak mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung memiliki pengetahuan, maka akan semakin baik dalam mengambil keputusan. Jika pemasar berhasil memberikan pengetahuan yang jelas tentang akad dan mekanisme mengenai produk-produk yang tersedia di lembaganya, khususnya tabungan, maka bisa jadi mahasiswa perbankan syariah akan mempertimbangkan untuk memilih produk tabungan di lembaga tersebut. Sehingga faktor pengetahuan sangat mempengaruhi mahasiswa perbankan syariah dalam mengambil keputusan untuk melakukan tabungan.

Bank merupakan bentuk perusahaan yang berorientasi pada kepercayaan nasabah, tanpa kepercayaan nasabah bank tidak akan mampu melakukan kegiatannya dengan baik. Oleh karena itu, penting bagi bank untuk dipercayai oleh nasabah. Jika kepercayaan antara pihak bank dan nasabah sudah terbentuk, maka usaha untuk membina kerja sama akan lebih mudah sehingga memberi keuntungan bagia kedua belah pihak.

Kepercayaan konsumen dinyatakan sebagai komponen penting untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan diantara semua pihak yang terlibat dalam bisnis. Melalui kepercayaan yang terbangun diantara berbagai pihak yang terlibat dalam bisnis memungkinkan bisnis bisa terjalin dengan lebih

intesif mengingat masing-masing pihak memiliki kepercayaan untuk bisa memenuhi tanggung jawabnya.

Rasa percaya maupun tidak percaya pada seseorang yang muncul dalam perilakunya ditentukan oleh beberapa faktor seperti informasi, pengalaman, pengaruh, dll. Seperti halnya mahasiswa Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung memiliki tingkat kepercayaan kepada mitranya yang tidak sama berdasarkan faktor yang dialami. Dalam pengambilan keputusan, mungkin bisa percaya atau tidak percaya. Apabila mengalami pengalaman positif dengan suatu mitra maka akan meningkatkan rasa saling percaya sehingga menumbuhkan harapan akan hubungan yang baik di masa akan datang dengan mitra tersebut.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ferry Albizar menunjukkan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung.[11] Sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan Tika Yuliani menunjukkan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah,[12] serta penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rika Yulianti, Marijati Sangen dan Ahmad Rifani menunjukkan bahwa hasil kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.[13]

---

[11] Ferry Albizar. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Mikro Pada Bank". *Jurnal Ilmiah Manajemen,* No.2, Vol. 14

[12] Tika Yuliani. "*Pengaruh Bauran Pemasaran, Pengetahuan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah".(Studi Kasus Pada BTN Syariah KC Semarang),* 14 Februari 2020

[13] Rika Yulianti, Marijati Sangen dan Ahmad Rifani. "Pengaruh Nilai-Nilai Agama, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banjarmasin". *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vo. 4, Nomor 2. Diakses pada tanggal 14 Februari 2020

Dalam kaitannya dengan keputusan mahasiswa Prodi S1 Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung untuk memilih bank syariah, salah satu faktor lain yang mempengaruhinya yaitu motivasi. Motivasi adalah kegiatan memberikan dorongan kepada seseorang atau dirinya sendiri untuk mengambil suatu tindakan yang dikehendaki. Untuk mencapai suatu tujuan. Motivasi merupakan faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung dalam mengambil keputusan untuk memilih jasa Bank Syariah. Dengan adanya motivasi yang tinggi maka akan mempengaruhi minat seseorang dalam mengambil sebuah keputusan.

Motivasi dan keputusan merupakan sesuatu yang berhubungan satu dengan yang lainnya, motivasi mendorong timbulya keputusan dalam memilih, semakin tinggi motivasi yang dimiliki oleh konsumen maka semakin kuat mahasiswa UIN Satu Tulungagung dalam mengambil kepuusan memilih jasa bank syariah dalam mengkonsumsi produk. Munculnya keputusan dalam memilih jasa bank syariah mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung merupakan bagian dari motivasi.

Berdasarkan teori bahwa pengetahuan, kepercayaan dan motivasi berpengaruh terhadap memilih jasa bank syariah, sedangkan menurut uraian fakta dan hasil wawancara, walaupun sudah mempunyai pengetahuan, kepercayaan dan motivasi teapi keputusan dalam memilih jasa bank syariah teap rendah, sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat kesenjangan teori dengan fakta.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu oleh Hesti Mayasari dengan Judul Pengaruh Motivasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Memilih Jasa Bank Sinarmas Syariah Padang, menunjukkan bahwa motivasi terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan memilih jasa bank syariah sebesar 46%. Kualitas pelayanan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan memilih jasa bank syariah sebesar 37,4%. Sedangkan sisanya sebesar 50,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Perbedaan yang terdapat dalam penelitian yang saya lakukan yaitu adanya perbedaan variabel, yaitu tidak adanya variabel Kualitas Pelayanan dan keputusan memilih jasa bank syariah dalam penelitian dan objek penelitiannya, yaitu dalam penelitian ini tempat penelitian nasabah terhadap mahasiswa Prodi S1 Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung, sedangkan dalam penelitian terdahulu terletak di Bank Sinarmas Syariah Padang.[14]

Perbedaan penelitian ini berfokus pada tiga variabel pengetahuan, kepercayaan, dan motivasi dalam memilih jasa bank syariah UIN Satu Tulungagung yang dilakukan oleh mahasiswa Prodi S1 Perbankan Syariah Angkatan 2017 UIN Satu Tulungagung. Karena pengetahuan, kepercayaan, dan motivasi memiliki pengaruh yang signfikan terhadap keputusan memilih jasa bank syariah.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Arifatun Nisak dengan judul Pengaruh Kelompok Acuan Dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah

[14] Hesti Mayasari, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume 8, Nomor 2, Mei 2017 ISSN 2086-5031.

Terhadap Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah Semarang, menunjukkan bahwa kelompok acuan berpengaruh positif dan signifkan terhadap keputusan memilih jasa perbankan syariah Semarang sebesar 40%. Pengetahuan tentang perbankan syariah terhadap keputusan memilih jasa Perbankan Syatriah Semarang sebesar 37.1%. sedangkan sisanya sebesar 20,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Sedangkan perbedaan yang terdapat dalam penelitian yang saya lakukan yaitu adanya perbedaan variabel, yaitu di dalam penelitian yang saya lakukan ini terdapat tiga variabel pengetahaun, kepercayaan, dan motivasi. Sedangkan di penelitian terdahulu menggunakan variabel acuan dan pengetahuan. Tempat penelitian yang saya lakukan pada mahasiswa Prodi S1 Perbankan Syariah angkatan 2017 UIN Satu Tulungagung, sedangkan dalam penelitian terdahulu tempat penelitian di Perbankan Syariah Semarang.[15]

Perbedaan penelitian ini berfokus pada tiga variabel pengetahuan, kepercayaan dan motivasi dalam mengambil keputusan mahasiswa Prodi S1 Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung memilih jasa bank syariah. Karena pengeahuan, kepercayaan dan motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih jasa bank syariah UIN Satu Tulungagung.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengetahuan, kepercayaan, dan motivasi terhadap keputusan memilih jasa Bank Syariah. Oleh karena itu peneliti mengambil judul **"Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan dan Motivasi Terhadap**

[15] Arifatun Nisak, *"Pengaruh Kelompok Acuan dan Pengetahuan tentang Perbankan Syariah terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Semarang".* Jurnal 2016.

Keputusan Mahasiswa UIN Satu Tulungagung Memilih Jasa Bank Syariah".

B. Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Sebagian mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung masih minimnya informasi dan pengetahuan mengenai Penggunaan Jasa Bank Syariah.
2. Kurangnya kepercayaan dan keyakinan yang dimiliki mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.
3. Kurangnya motivasi atau dorongan mahasiswa dari pihak internal maupun eksternal untuk menggunakan jasa perbankan syariah.
4. Munculnya banyak perbankan yang menyediakan layanan kepada nasabah sehingga mempunyai banyak pilihan dalam memilih perbankan yang sesuai dengan kebutuhan.
5. Sebagian mahasiswa masih enggan menggunakan jasa perbankan syariah karena belum mengetahui secara detail sistem kerja yang digunakan pada perbankan syariah.

C. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini dibahas mengenai identifikasi cakupan masalah yang mungkin muncul dalam penelitian, agar pembahasannya terarah dan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai yakni mengenai hal-hal yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih jasa bank syariah. Penelitian ini berfokus pada

pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan motivasi mahasiswa terhadap keputusan memilih jasa bank syariah. Dari uraian latar belakang diatas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Deskripsi Pengetahuan, Kepercayaan, Motivasi, dan Keputusan Mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung memilih jasa di Bank Syariah ?
2. Adakah pengaruh pengetahuan (X_1) terhadap Keputusan Mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung (Y) memilih jasa di Bank Syariah?
3. Adakah pengaruh kepercayaan (X_2) terhadap Keputusan Mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung (Y) memilih jasa di Bank Syariah?
4. Adakah pengaruh motivasi (X_3) terhadap Keputusan Mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung (Y) memilih jasa di Bank Syariah?
5. Adakah pengaruh secara bersama-sama antara Pengetahuan (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Motivasi (X_3) terhadap keputusan mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung (Y) memilih jasa di Bank Syariah?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penulis bermaksud untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan

permasalahan penelitian sehingga dapat dicapai tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengetahuan, kepercayaan, motivasi, dan keputusan mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung memilih jasa di Bank Syariah.
2. Untuk menguji pengaruh antara Pengetahuan terhadap keputusan mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung memilih jasa di Bank Syariah.
3. Untuk menguji pengaruh antara Kepercayaan terhadap keputusan mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung memilih jasa di Bank Syariah.
4. Untuk menguji pengaruh antara Motivasi terhadap keputusan mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung memilih jasa di Bank Syariah.
5. Untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara Pengetahuan, Kepercayaan, dan Motivasi terhadap keputusan mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung memilih jasa di Bank Syariah.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan keilmuan dan bagi pihak-pihak yang bersangkutan. Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung dalam memilih jasa bank syariah seperti Pengetahuan, Kepercayaan, dan Motivasi Mahasiswa. Selain itu juga dapat menjadi suatu sumber pemikiran dalam bidang Perbankan Syariah.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Pimpinan Bank Syariah, peneliti berharap hasil Penelitian ini dapat menjadi salah satu masukan atau sumbangan pemikiran bagi Bank Syariah untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam menarik keputusan mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung untuk melakukan transaksi di Bank Syariah dan dapat dijadikan sebagai masukan kepada perbankan syariah agar memberikan edukasi terhadap caalon nasabahnya.

b. Bagi Mahasiswa, peneliti berharap dapat membantu mengembangkan wawasan serta memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa terutama prodi S1 Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung menjadi nasabah bank syariah. Selain itu bisa dijadikan media pembelajaran dalam memecahkan masalah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya, diharapkan dapat digunakan sebagai sarana penambah ilmu pengetahuan dan kemampuan serta

wawasan tentang hal-hal yang dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung dalam memilih jasa bank syariah serta digunakan sebagai bahan rujukan untuk melakukan penelitian yang sejenis.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Adanya ruang lingkup dan keterbatasan penelitian adalah mengetahui seberapa luas cakupan pembahasan dan menghindari terkendalinya bahasan masalah yang berlebihan dalam penelitian ini. Terdapat batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti memilih Mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung sebagai objek penelitian.
2. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Pengetahuan (X1), Kepercayaan (X2), dan Motivasi Mahasiswa (X3).
3. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini keputusan mahasiswa memilih jasa bank syariah (Y).

Pada ruang lingkup dan batasan-batasan penelitian ini juga berguna sebagai peralihan kemungkinan-kemungkinan dari pembahasan yang tidak sesuai dengan permasalahan yang ada. Adapun penelitian ini menerangkan tentang variabel dan subjek yang digunakan yaitu:

1. Variabel terdiri dari Pengetahuan, Kepercayaan, Motivasi Mahasiswa, dan Keputusan memilih jasa bank syariah. Apakah saling memiliki keterkaitan atau tidak.

2. Dalam penelitian ini hanya dibatasi pada mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

Definisi operasional digunakan untuk memberikan kejelasan terhadap variabel-variabel yang diteliti sebagai bahan penafsiran terhadap judul penelitian.

a. Definisi Konseptual

Pengertian dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih jasa bank syariah akan dianalisis dan dibahas lebih lanjut yaitu sebagai berikut:

1. Pengetahuan

Pengetahuan adalah informasi yang didapat untuk memperoleh pemahaman, pembelajaran, dan pengalaman. Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang ada di dalam pikiran seseorang dilakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui pancaindra manusia yaitu penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba.[16]

2. Kepercayaan (*trust*)

Kepercayaan adalah pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa

[16] Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, (Jakarta Selatan: Ghalia Indonesia, 2003), hal.19

orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.[17]

3. Motivasi Mahasiswa

Motivasi adalah kegiatan memberikan dorongan kepada seseorang atau dirinya sendiri untuk mengambil suatu tindakan yang dikehendaki untuk mencapai suatu tujuan. [18]

4. Minat dalam pengambilan keputusan

Minat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut disertai perasaan senang.[19] Pengambilan keputusan ialah memilih dua alternatif atau lebih untuk melakukan suatu tindakan tertentu baik secara pribadi maupun kelompok.[20]

b. Definisi Operasional

Berdasarkan definisi konseptual diatas, maka dapat dijelaskan maksud dari judul "Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Motivasi Mahasiswa terhadap Keputusan Memilih Jasa Bank Syariah UIN Satu Tulungagung" adalah sebagai berikut:

---

[17] Rifqi Suprapto dan M. Zaky Wahyuddin Azizi, Buku Ajar Manajemen Pemasaran, (Ponorogo: MyriaPublisher, 2020), hal.19

[18] Sa'diyah El Adawiyah, Human Relations, (Yogyakarta: Derepublish, 2019), hal.36

[19] Ismaulina dan Ali Muhayatsyah, Keputusan Mahasiswa & Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Memilih Jurusan Baru, (Yogyakarta: VC AA Rizky, 2019), hal.23

[20] Syafaruddi n, *Sistem Pengambilan Keputusan Pendi di kan*, (Jakarta: Grasindo, 2004) hal, 45.

1. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan dorongan yang menjadi keputusan konsumen untuk memilih suatu produk atau jasa. Indikator pengetahuan dalam penelitian ini adalah pengetahuan tentang produk, pembelian, dan pemakaian.

2. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan persepsi kredibilitas pihak yang dipercaya akan mampu untuk mewujudkan semua kewajiban dan janji yang telah dinyatakan. Indikator kepercayaan dalam penelitian ini adalah kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebaikan hati

3. Motivasi

Motivasi merupakan dorongan *(drive)* baik dari dalam maupun luar diri seseorang. Indikator motivasi dalam penelitian ini adalah pemicu psikologis, emosional, kesadaran, dan lingkungan.

4. Keputusan

Keputusan merupakan proses dalam mempersatukan memori, pemikiran, pemrosesan informasi, dan penilaian-penilaian secara evaluasi. Indikator keputusan dalam penelitian ini adalah pengenalan keputusan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

H. Sistematika Skripsi

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

Bagian awal, terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

Dalam rangka mempermudah pemahaman maka dalam pembahasan ini akan disusun secara sistematis sesuai dengan tata urutan dan permasalahan yang ada antara lain:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini penulis menguraikan terkait Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penulisan, Penegasan Istilah, dan Sistematika Skripsi.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini penulis menguraikan terkait variabel/sub variabel pertama, Teori yang membahas variabel/sub variabel kedua dan variabel seterusnya, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini menggambarkan mengenai metode penelitian yang berisi pendekatan dan Jenis penelitian, Populasi, Sampling, dan Sampel penelitian, Sumber data, Variabel dan Skala pengukurannya, Teknik pengumpulan data, dan Instrumen penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian Deskripsi Data dan Pengujian Hipotesis serta temuan penelitian. Pada bab ini menjelaskan apakah pengetahuan, kepercayaan, dan motivasi mahasiswa berpengaruh terhadap keputusan memilih jasa bank syariah (studi kasus pada mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung).

Bab V Hasil Pembahasan

Pada bab ini menguraikan tentang pembahasan data penelitian dan hasil analisis data mengenai perkembangan, pengaruh, dan dampak pengaruh secara positif atau negatif mengenai pengetahuan, kepercayaan, dan motivasi mahasiswa berpengaruh terhadap keputusan memilih jasa bank syariah (studi kasus pada mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah UIN Satu Tulungagung).

Bab VI Penutup

Pada bab ini menguraikan mengenai kesimpulan dan saran atau rekomendasi. Bagian akhir terdiri dari rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.