

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia merupakan salah satu tujuan yang hendak dicapai oleh bangsa Indonesia dalam melaksanakan pembangunan. Guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan meningkatkan pendapatan melalui beberapa kegiatan perekonomian. Sarana yang menjadi perantara dalam kegiatan perekonomian adalah Bank.

Bank merupakan suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, serta bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai perusahaan-perusahaan dan lain sebagainya.

Pada tahun 1992, untuk pertama kalinya bank menjalankan sistem syariah yakni Bank Muamalat Indonesia. Dunia perbankan yang ada di Indonesia semakin maju, salah satunya adalah perbankan Syariah. Perkembangan Bank Syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat. Lembaga masyarakat dunia, serta pakar dan pengamat kebijakan ekonomi tak hanya sekedar melirik ke arah perbankan syariah, mereka juga tertarik untuk menerapkan konsep syariah secara serius. Perbankan Syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi dengan tidak menggunakan bunga (*riba*). Produk-produk yang dikembangkan oleh Perbankan Syariah

berdasarkan Al Qur'an dan Hadist, dengan demikian bisa dikatakan bahwa Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan pembiayaan dalam lalu lintas peredaran uang dalam pelaksanaannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.<sup>2</sup>

Sebagai lembaga keuangan, bank syariah memiliki sistem yang berbeda dalam pengambilan keuntungan dengan bank konvensional. Dimana bank syariah dalam pengambilan keuntungannya tidak melalui bunga yang biasanya dilakukan oleh bank konvensional, namun bank syariah mengambil keuntungannya melalui bagi hasil. Bank syariah sebagai sebuah lembaga keuangan memiliki fungsi yang sama dengan lembaga keuangan yang lainnya, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana dan pelayanan jasa keuangan. Akan tetapi, dikarenakan bank syariah menjalankan suatu pengoperasiannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah, maka produk yang ditawarkan pun akan berbeda dengan bank konvensional.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah**

	<b>2016 (unit)</b>	<b>2017 (unit)</b>	<b>2018 (unit)</b>	<b>2019 (unit)</b>	<b>2020 (unit)</b>
<b>Bank Umum Syariah</b>	13	13	13	14	14
<b>Unit Usaha Syariah</b>	21	21	21	20	34
<b>BPRS</b>	166	167	168	165	175

Sumber: Statistik Perbankan Syariah Desember 2020<sup>3</sup>

Pada perkembangannya, lembaga keuangan syariah di Indonesia telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan, baik dari sisi perbankan

<sup>2</sup> Muhammad Yusuf, "Dampak Indikator Rasio Keuangan terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia", *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol.13, No.2, 2017, hal. 141-151

<sup>3</sup> <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah--Desember-2020.aspx>. Diakses tanggal 20 oktober 2021

maupun non-bank. Dari sisi perbankan, berdasarkan Statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2016 terdapat 1869 kantor telah dioperasikan oleh 13 Bank Umum Syariah (BUS), 332 kantor oleh 21 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 453 kantor oleh 166 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), dengan total aset BUS dan UUS tahun 2016 sebesar Rp. 356.504 Miliar, naik 20,3 persen dibandingkan tahun 2015 yang hanya sebesar 296.262 Miliar. Sedangkan dari sisi Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) Syariah hingga Desember 2016, terdapat 33 Industri Syariah dan 93 UUS yang telah beroperasi di Indonesia dengan total aset sebesar Rp. 88.674 Miliar, naik 2,8 persen dibanding November 2016 yang hanya sebesar Rp.86.276 Miliar.<sup>4</sup>

Industri perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan diterbitkannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang menyatakan bahwa Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.<sup>5</sup> Dan menurut jenisnya terdiri dari bank umum syariah dan bank pembiayaan syariah. Tertanggal 16 Juli 2008, pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Perkembangan perbankan syariah cukup impresif, dengan rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% per-tahun dalam lima tahun terakhir, dengan demikian, peran

---

<sup>4</sup> <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah--Desember-2020.aspx>. Diakses tanggal 20 oktober 2021

<sup>5</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional semakin signifikan.<sup>6</sup>

Berdasarkan data perkembangan lembaga keuangan syariah di atas, ternyata Bank Syariah belum menjadi pilihan utama masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia atas lima daerah yaitu Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur dan Sumatra Barat, menunjukkan bahwa rata-rata 40% mengharamkan bunga bank tetapi hanya rata-rata 11% yang mengenal produk-produk Bank Syariah.<sup>7</sup> Sesuai pemaparan dari OJK bahwa pada tahun 2017 jumlah nasabah di Bank Syariah sekitar 15 Juta sedangkan Bank Konvensional sekitar 80 juta atau baru sekitar 18,75% jumlah nasabah Bank Syariah dari total nasabah Bank secara maksimal. Selain itu market share Bank Syariah kembali turun dari 4,8% dari tahun 2016 menjadi 4,6% pada tahun 2017.

Data tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat masih kurang untuk bertransaksi di Bank Syariah sehingga nasabah Bank Syariah masih rendah dan jauh tertinggal jika dibandingkan dengan Bank Konvensional. salah satu penyebab rendahnya market share Bank Syariah ini adalah masih kurangnya sosialisasi mengenai Perbankan Syariah yang menyebabkan masyarakat kurang memahami tentang Perbankan Syariah sehingga masyarakat lebih mengenal Bank Konvensional daripada Bank Syariah. Selain itu, Kepala Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan

---

<sup>6</sup> Hutomo Rusdianto, Chanafi Ibrahim, "Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat sebagai Variabel Moderating di Pati", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.4, No.1, Juni 2016, hal.43-61

<sup>7</sup> Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2011), hal.10

(OJK) Ahmad Buchori mengungkapkan, rendahnya nasabah Bank Syariah terjadi karena banyak masyarakat yang beranggapan bahwa Bank Syariah belum selengkap, semodern, dan sebagus Bank Konvensional baik itu dalam layanan maupun produknya.<sup>8</sup>

Berbagai upaya pun sudah dilakukan baik dari pemerintah maupun dari pihak yang terkait. Kegiatan-kegiatan yang mengenai bank syariah pun dilakukan demi memperkenalkan Perbankan Syariah di mata konsumen, seperti melakukan seminar. Bahkan, kini di beberapa lembaga pendidikan di berbagai universitas di Indonesia telah ada Program Studi Perbankan Syariah. Selain itu banyak pula situs-situs di internet khusus yang membahas tentang Perbankan Syariah.<sup>9</sup>

Tujuan melakukan sosialisasi dan mendirikan program studi Perbankan Syariah ini adalah untuk mencetak mahasiswa yang paham akan konsep dan praktik perbankan secara islami. Mahasiswa Perbankan Syariah sebagai salah satu komponen masyarakat adalah pangsa pasar yang layak jadi pertimbangan Bank untuk menambah jumlah nasabah mereka. Mereka merupakan calon nasabah yang mempunyai potensi untuk mengembangkan Perbankan Syariah karena telah memiliki pengetahuan lebih tentang Bank Syariah, semakin banyak pengetahuan tentang Bank Syariah, maka mahasiswa dapat mempersepsikan bahwa Bank Syariah lebih baik dan semakin tinggi kemungkinan untuk berhubungan dengan Bank Syariah.

---

<sup>8</sup> Irnawati Indi, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah", *Jurnal Fakultas Ekonomi*, Universitas Negeri Makassar, 2017, hal. 5

<sup>9</sup> Maskur Rosyid, Halimatu Saidiah, "Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri dan Guru", *Jurnal Islamonomic*, Vol.7, No.2, Agustus 2016, hal.39

Ada beberapa faktor yang menjadikan mahasiswa enggan membuka rekening di Bank Syariah, beragamnya persepsi, sikap dan perilaku mahasiswa terhadap Bank Syariah, diantaranya disebabkan oleh rendahnya pemahaman dan pengetahuan mahasiswa terhadap Bank Syariah, terutama yang disebabkan oleh dominasi Bank Konvensional. Perbedaan persepsi atas bagi hasil, bunga dan produk, terbatasnya jaringan pelayanan Bank Syariah serta terbatasnya sumber daya insani dan teknologi Perbankan Syariah hal tersebut sangat berpotensi mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan produk Bank Syariah dan faktor keterjangkauan akses menuju Bank Syariah yang jauh, tidak mudah di temui di berbagai tempat tidak sebanyak Bank Konvensional serta pengetahuan produk yang masih sangat terbatas mengenai Perbankan Syariah.<sup>10</sup>

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan. Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk memilih aktivitas di antara aktivitas lainnya. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa minat adalah dorongan yang kuat bagi seseorang untuk melakukan sesuatu dalam mewujudkan tujuan dan cita-citanya.<sup>11</sup> Minat akan timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk

---

<sup>10</sup>Anita Rahmawaty, "Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang," *Jurnal Addin*, Vol.8, No.1, Februari 2014, hal.6

<sup>11</sup> Sardita Hidayati, "Identifikasi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus PT. BNI Syariah Malang)," *Jurnal Ilmiah*, Universitas Brawijaya Malang, 2018, hal. 4

tersebut.<sup>12</sup> Ada beberapa tahapan yang perlu diketahui dari minat yaitu tentang informasi yang jelas sebelum memilih, pertimbangan yang matang sebelum memilih dan keputusan memilih. Berbeda dengan minat, menabung menurut KBBI adalah aktivitas menyimpan uang. Menabung bisa dilakukan oleh siapa saja. Aktivitas menabung sudah dikenal sejak dulu, hal ini menjadi tanda bahwa menabung merupakan salah satu budaya Indonesia.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat menabung mahasiswa adalah persepsi. Persepsi adalah anggapan langsung atas sesuatu, persepsi atau pandangan seseorang terhadap sesuatu dihasilkan dari informasi yang mereka dapatkan, hasil informasi tersebut dipahami selanjutnya konsumen akan menarik kesimpulan sehingga menciptakan sebuah penilaian terhadap sesuatu tersebut. Jika persepsi seseorang terhadap suatu produk bagus, maka minat terhadap suatu produk tersebut juga akan semakin tinggi.<sup>13</sup>

Persepsi mahasiswa/konsumen akan dapat diperkuat oleh adanya pengetahuan, dimana salah satu bentuk pengetahuan yang dapat memperkuat persepsi mahasiswa/konsumen adalah pengetahuan mengenai produk. Pengetahuan yang baik mengenai suatu produk akan dapat mendorong mahasiswa/konsumen untuk memiliki penilaian yang positif terhadap suatu produk.<sup>14</sup>

Pengetahuan produk merupakan sekumpulan informasi mengenai merk produk, jenis produk, harga produk, dan lain sebagainya. Pengetahuan

---

<sup>12</sup> Kotler dan Keller Kevin, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 46

<sup>13</sup> Luluk Mivta Khunniza, "Pengaruh Harga, Merk, dan Nama Negara Asal Pada Minat Beli Konsumen", *Jurnal Fakultas Ekonomi*, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010, hal. 39

<sup>14</sup> Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hal. 147

seseorang mengenai produk sangatlah penting khususnya bagi bank syariah. Pengetahuan mengenai produk sangat mempengaruhi keputusan yang akan diambil. Dan apabila seseorang memiliki pengetahuan yang lebih banyak mengenai suatu produk, maka seseorang tersebut akan lebih tepat dan efisien dalam mengambil keputusan guna memenuhi suatu hal yang dibutuhkan.

Selain faktor persepsi dan pengetahuan produk terdapat juga faktor yang dianggap tidak kalah penting dalam mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah yaitu faktor aksesibilitas/keterjangkauan akses. Aksesibilitas sangatlah penting, khususnya bagi bank syariah. Aksesibilitas juga akan mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah. Apabila aksesibilitas untuk menuju Bank Syariah lebih baik, maka mahasiswa akan lebih baik dalam pengambilan keputusan. Bisa jadi hal yang mempengaruhi rendahnya minat mahasiswa dalam menabung di Bank Syariah adalah jangkauan Bank Syariah yang jauh, dimana mahasiswa akan berfikir dua kali dengan alasan dapat memakan waktu dan biaya yang lebih untuk mencapai Bank Syariah.

Dalam hal ini mahasiswa Perbankan Syariah menjadi target pangsa pasar yang sangat baik untuk Bank Syariah, hal ini karena mahasiswa perbankan syariah telah mengetahui banyak ilmu terkait dengan dunia perbankan syariah melalui jalur formal dengan diberikannya mata kuliah tentang perbankan syariah ataupun lembaga keuangan syariah. Mereka secara kajian dan dasar dirasa telah matang, sedangkan aplikasi lapangan masih

kurang. Berikut adalah jumlah mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung Tahun 2019-2021**

Tahun	Laki-laki	Perempuan	Jumlah mahasiswa
2019	30	146	176
2020	25	110	135
2021	22	121	143
Jumlah			454

Sumber: Tata Usaha FEBI UIN SATU Tulungagung 2021

Peneliti tertarik mengambil obyek penelitian yaitu mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah karena alasan, yaitu antara pengetahuan mahasiswa Perbankan Syariah terhadap produk tabungan dan aplikasi untuk menjadi nasabah penabung di perbankan syariah. Peneliti mengambil lokasi di kampus UIN SATU Tulungagung karena keberadaan obyek dan penulis yang berada di kampus tersebut. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena menggunakan kombinasi variabel yang telah dimiliki oleh setiap individu dan berfokus pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah.

Dari latar belakang di atas peneliti ingin menguji apakah faktor persepsi, pengetahuan produk dan aksesibilitas mempengaruhi mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah di UIN SATU Tulungagung untuk menabung di Bank Syariah. Maka dari latar belakang tersebut penulis mengambil judul ***“Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Produk dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah”***.

## **B. Identifikasi Masalah**

Mengingat keterbatasan waktu, tenaga, teori-teori dan kemampuan yang dimiliki peneliti agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas, maka peneliti memberi batasan penelitian sebagai berikut:

1. Variabel terikat dari penelitian ini dibatasi pada variabel minat menabung mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah, sedangkan variabel bebas penelitian ini dibatasi pada variabel Persepsi, Pengetahuan Produk dan Aksesibilitas.
2. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah angkatan tahun 2019 sampai tahun 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SATU Tulungagung.
3. Dari penelitian ini dapat dilihat ada tidaknya pengaruh antara Persepsi, Pengetahuan Produk dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah
4. Dari penelitian ini dapat dilihat ada tidaknya pengaruh antara Persepsi terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah.
5. Dari penelitian ini dapat dilihat ada tidaknya pengaruh antara Pengetahuan Produk terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah.
6. Dari penelitian ini dapat dilihat ada tidaknya pengaruh antara Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi, Pengetahuan Produk dan Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah?
2. Apakah Persepsi berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah?
3. Apakah Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah?
4. Apakah Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh Persepsi, Pengetahuan Produk dan Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah.
2. Untuk menguji pengaruh signifikan Persepsi terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah.
3. Untuk menguji pengaruh signifikan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah.

4. Untuk menguji pengaruh signifikan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Bank Syariah.

## **E. Kegunaan Penelitian**

### **1. Kegunaan Teoritis**

Sebagai tambahan referensi tentang kajian dengan tema yang sama yaitu pengaruh persepsi, pengetahuan produk dan aksesibilitas terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah.

### **2. Kegunaan Praktis**

#### **a. Bagi Bank Umum Syariah**

Sebagai sumbangsih pemikiran atau masukan bagi lembaga dalam pengambilan keputusan bidang pemasaran terkait minat menabung mahasiswa UIN SATU Tulungagung.

#### **b. Bagi Akademik (FEBI)**

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

#### **c. Bagi Peneliti Selanjutnya**

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

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

Untuk menghindari salah penafsiran dalam penelitian ini, maka perlu adanya ruang lingkup dan keterbatasan yang diambil dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

### **1. Ruang Lingkup**

Objek penelitian yang digunakan adalah Mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung. Untuk mengetahui seberapa besar faktor persepsi, pengetahuan produk dan aksesibilitas dapat mempengaruhi minat mahasiswa menabung di Bank Syariah.

### **2. Keterbatasan Masalah**

Pada penelitian ini penulis akan membatasi obyek yang diteliti, yaitu pada Mahasiswa Perbankan Syariah angkatan tahun 2019 sampai dengan angkatan tahun 2021 yang menjadi obyek penelitian. Penelitian ini menitik beratkan pada minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah yang dipengaruhi oleh banyak faktor. Mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi minat menabung maka peneliti hanya memilih tiga faktor yaitu persepsi, pengetahuan produk dan aksesibilitas.

## **G. Penegasan Istilah**

Untuk menjelaskan masalah yang dibahas dalam penelitian ini dan untuk menghindari kesalahpahaman dalam mengartikan judul penelitian, maka perlu adanya penegasan istilah secara konseptual dan operasional.

## 1. Definisi Konseptual

### a. Persepsi

Persepsi merupakan kemampuan seseorang dalam memahami suatu informasi yang telah didapat atau diketahui.<sup>15</sup>

### b. Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk merupakan sekumpulan informasi mengenai merk produk, jenis produk, harga produk, dan lain sebagainya.<sup>16</sup>

### c. Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan kondisi dimana sulit atau tidaknya suatu lokasi yang hendak dicapai seseorang dari satu tempat ke tempat lain yang diukur melalui waktu, biaya dan usaha yang digunakan.<sup>17</sup>

### d. Minat Menabung

Minat menabung merupakan rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada kegiatan menabung tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut.<sup>18</sup>

## 2. Definisi Operasional

Dari judul yang diambil diatas, secara operasional peneliti menggunakan Persepsi, Pengetahuan Produk dan Aksesibilitas untuk

---

<sup>15</sup> Drs. Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan*, (Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2002), hal. 93.

<sup>16</sup> Donny Herdianto, *Creative Selling Everyday*, (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2016), hal. 88.

<sup>17</sup> Dr. I Made Bayu dkk, *Manajemen Pemasaran Pariwisata*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hal. 27

<sup>18</sup> Tri Astuti dan Indah Mustikawati, "Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah", *Jurnal Nominal*, Vol. 2 No. 1, 2013, hal. 23

mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah. Yaitu sebagai berikut:

a. Persepsi

Persepsi yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan suatu pendapat atau pandangan mahasiswa terhadap bank syariah dalam menilai atau menafsirkan sesuatu hal yang didapatnya sebagai bahan pertimbangan guna mengambil suatu keputusan untuk menabung di bank syariah.

b. Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan seberapa besar mahasiswa mengetahui tentang produk-produk di bank syariah yang mendorong mereka untuk menabung di bank syariah.

c. Aksesibilitas

Aksesibilitas yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan seberapa besar usaha, waktu dan biaya yang digunakan mahasiswa untuk menuju bank syariah yang menimbulkan rasa nyaman atau ketidaknyamanan yang membuat mahasiswa tertarik untuk menabung di bank syariah.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Perumusan sistematika pembahasan skripsi digunakan untuk memberikan gambaran mengenai materi pembahasan dalam penelitian, sehingga diharapkan dapat mempermudah pembaca untuk mengetahui maksud penelitian skripsi. Sistematika pembahasan skripsi diantaranya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, berfungsi untuk memberikan gambaran singkat mengenai apa saja yang akan dibahas dalam penelitian ini, beberapa unsur dalam pendahuluan diantaranya yaitu: latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori, dalam landasan teori ini berfungsi untuk menguraikan berbagai teori, konsep dan tanggapan dasar tentang teori dan variabel penelitian. Dalam landasan teori ini diantaranya terdiri dari: persepsi, pengetahuan produk, aksesibilitas, minat menabung, bank syariah, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian, berisi metode yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya yaitu: pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian, dalam bab ini memuat mengenai deskripsi hasil dari penelitian yang terdiri dari: hasil penelitian dan temuan penelitian.

Bab V Pembahasan, dalam bab ini berisi mengenai jawaban masalah penelitian, menafsirkan dan mengintegrasikan temuan-temuan penelitian, serta memodifikasi teori yang telah ada.

Bab VI Penutup. Dalam bab ini memuat mengenai kesimpulan dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan. Dengan bagian akhir skripsi yang terdiri dari: daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.