

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia termasuk didalam bank syariah.

Sistem perbankan saat ini memiliki posisi strategis sebagai lembaga intermediasi yang mampu menunjang perekonomian nasional. posisi strategis yang dimiliki oleh bank harus ditunjang oleh sistem operasional yang memadai. hingga saat ini perbankan syariah terus disempurnakan agar mampu melakukan berbagai upaya dalam rangka mengoptimalkan sistem perbankan guna meningkatkan peran dan pula fungsi bank dalam memulihkan perekonomian nasional. masyarakat muslim Indonesia menginginkan suatu konsep perbankan sesuai dengan kebutuhan dan syariat Islam.

Keberadaan bank dalam negara merupakan suatu keharusan, karena bank mempunyai peranan yang sangat penting dalam sistem perekonomian di sebuah negara. semakin baik kinerja suatu bank maka semakin baik pula perekonomian di suatu negara tersebut. bank yang menerima tabungan dari nasabah dan meminjamkannya kepada pihak yang membutuhkan dana,

berarti bank meningkatkan arus dana untuk investasi dan pemanfaatan yang lebih produktif. Bila peran berjalan dengan baik, maka perekonomian disuatu negara juga pula akan meningkat.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya antara Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021. Komposisi pemegang saham BSI adalah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing dibawah 5% Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga bank tersebut dan menyiapkan pelayanan yang lebih lengkap, jangkauan yang luas serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Penggabungan dari ketiga Bank Syariah tersebut merupakan sebuah ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional dan serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat yang luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal dan memberikan kebaikan bagi segenap alam. Potensi BSI (Bank Syariah Indonesia) untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah termuka ditingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia

memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, bank syariah indonesia memiliki 1.200 kantor cabang dan 1785 mesin ATM yang menyebar diseluruh Indonesia.²

Persaingan untuk mendapatkan nasabah maupun mempertahankan nasabah agar tetap menggunakan produk dan memakai jasa Bank Syariah Indonesia Cabang Babat juga tidak lah mudah dilakukan, melihat perkembangan Bank Syariah Indonesia Cabang Babat mengalami peningkatan ini menjadi alasan untuk meneliti faktor apa yang mempengaruhi anggota yang dari tahun ke tahun jumlah anggotanya semakin meningkat. Keputusan merupakan sikap seseorang untuk menggunakan suatu produk baik berupa barang ataupun berupa jasa yang di yakini akan memuaskan dirinya dan ketersediaan menanggung resiko yang akan ditimbulkan. Pada saat seseorang akan menggunakan produk atau jasa, yang pertama kali menjadi pertimbangan ialah yang telah diolah dari sudut pandang ekonomi, hubungannya dengan orang lain sebagai dampak dari hubungan sosial, hasil analisis kognitif yang rasional ataupun lebih kepada ketidakpastian emosi (unsur emosional).³ Setiap pertimbangan yang telah dialami oleh seorang individu meskipun nanti akan menghasilkan peran yang berbeda- beda.

Peran seorang individu tentunya selalu terlibat dalam proses pengambilan keputusan khususnya ketika berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Pengambilan keputusan selalu mengisyaratkan pilihan di

² <https://www.bankbsi.co.id/>, Sejarah Perseroan. (diakses pada 25 Januari, 2020 pukul 21.00 WIB)

³Ibid , hlm. 165

antara beberapa perilaku yang berbeda.⁴ Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan adalah faktor psikologis. Menurut Usman Efendi faktor psikologis menentukan bagaimana individu menerima dan berinteraksi dengan lingkungannya.⁵

Proses pengambilan keputusan diawali dengan munculnya kesadaran pada diri nasabah tentang sebuah kebutuhan layanan perbankan. yang diawali dengan sebuah pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan dan evaluasi setelah pembelian. Pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal yang merupakan sebuah pengaruh suatu informasi bagi seorang konsumen yang berasal dari usaha-usaha pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan seperti produk, fasilitas, harga,, pelayanan, lokasi, promosi. Kemudian masukkan informasi yang berasal dari lingkungan budaya yang meliputi keluarga, sumber informasi informal, sumber informasi non komersial lain, kelas sosial dan budaya. Faktor internal adalah faktor yang timbul dari dalam diri konsumen meliputi motivasi, persepsi, pemahaman, pengetahuan, kepribadian dan sikap.⁶

Mengenai keputusan menjadi nasabah di masyarakat desa guci hal ini dibuktikan dengan seringnya bertransaksi menggunakan bank syariah mereka juga menggunakan bank konvensional untuk melakukan transaksinya. Demikian juga kondisi yang terjadi pada fasilitas, bahwa

⁴Usman Efendi, *Psikologi Konsumen* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 247

⁵ Ibid, hlm. 65

⁶ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global* (Jakarta: Prenamedia, 2017), hlm. 93

fasilitas yang ada di bank tersebut mayoritas sudah baik. Disamping itu, terdapat pula fasilitas fisik yang juga dikategorikan baik. Namun untuk fasilitas layanan seperti internet banking dan mobile banking masih sering mengalami gangguan atau trouble. Sehingga nasabah kesulitan untuk melakukan transaksi dan harus datang langsung ke bank jika ingin malukan transaksi meskipun demikian masyarakat desa guci masih loyal untuk menggunakan jasa perbankan syariah.⁷

Mayoritas masyarakat desa guci terdaftar sebagai nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang babat dan menitipkan dananya dalam bentuk deposito dan tabungan. Dimana hal ini dapat dipastikan bahwa nasabah sangat menginginkan kepuasan yang didapat baik dari fasilitas maupun dari layanan yang diberikan. Selain itu menurut pengakuan masyarakat desa guci bukan karena lokasi perbankan syariah yang strategis dan mudah dijangkau, tapi karena lokasi adanya berbagai macam produk bank syariah dan juga tidak adanya potongan bulanan pada produk tabunganya. Menurutnya lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasanya untuk memilih bank syariah, hal ini diakui langsung oleh salah satu masyarakat desa guci.⁸

Dalam penelitian ini mengambil empat faktor yang mempengaruhi keputusan yaitu pengetahuan, fasilitas, dan lokasi. Karena faktor-faktor tersebut berkaitan erat maka terjadi timbulnya keputusan nasabah yaitu faktor keputusan nasabah menjadi faktor utamanya. Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan adalah pengetahuan. Hal ini sesuai dengan teori

⁷Evi Kus Endang, Wawancara, 25 Januari 2021

⁸Umiyati, Wawancara, 25 Januari 2021

yang dikemukakan oleh Kotler menyatakan bahwa pengetahuan merupakan faktor psikologis yang dapat mempengaruhi keputusan seorang konsumen.⁹

Pengetahuan merupakan unsur penentu yang penting dari perilaku konsumen. Pengetahuan menjadi faktor yang sangat penting dalam meningkatkan peranan animo masyarakat untuk memutuskan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Babat. Animo dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan hasrat atau keinginan yang kuat untuk berbuat, melakukan atau mengikuti sesuatu untuk merasa tertarik pada bidang tertentu.¹⁰ Adanya faktor pengetahuan mampu membuat masyarakat meningkatkan peranan animo dalam dirinya ketika ingin memutuskan untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Babat. Hal ini terbentuk karena adanya pengetahuan produk bank syariah, kesadaran minat pelanggan sehingga keputusan menjadi nasabah bank syariah bisa dilakukan dan adanya peranan animo.¹¹ Diana dan Andespa menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan.¹² Sedangkan pengetahuan menurut Mowen dan Minor adalah *the amount of experince with and informatioan about paarticular product or service a person has*(jumlah pengalaman dan informasi yang dimiliki oleh seseorang mengenai produk dan layanan). Sedangkan menurut Engel, Blackwell Miniard mendefinisikan, *At a general level, knowledge can be defined as the information stored within*

⁹Yuliana Siti Khotifah, Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling, *Jurnal of Finance and Islamic Banking*, Vol.1 No1, hlm 14

¹⁰ <https://repository.uin-suska.ac.id>, diakses pada tanggal 12 Juli 2022 pukul 14.51

¹¹ Erma Yuliani,dkk.,*Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Melalui Pemeditasi Minat dan Kesadaran (Studi pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kuta Bali)*, JUBIS, Vol.2 No.2, 2021, hlm. 2

¹² *Ibid*,.

memory. The subset of total information relevant to consumers functioning in the market place is called consumer knowledge (pengetahuan bisa diartikan sebagai informasi yang dapat disimpan dalam suatu ingatan. Subset dari jumlah informasi yang kongkrit dengan konsumen yang mempunyai tujuan dipasar disebut pengetahuan kosumen)¹³ Jika dalam teori Suyadi Mengatakan bahwa semakin tinggi pengetahuan maka akan semakin tinggi pula pengambilan keputusan yang dilakukan.¹⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Maski dari hasil estimasi logit dapat dikemukakan bahwa keputusan seorang anggota dalam memilih pengetahuan objek fisik bank. Namun hasil berbeda ditunjukkan oleh Kamarni pengetahuan produk dan mekanisme Bank Syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat berhubungan dengan Bank Syariah.

Faktor kedua yang diduga berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah adalah fasilitas. Fasilitas bank harus memenuhi kebutuhan dan harapan dari nasabahnya, fasilitas tersebut harus tetap rapi dan menarik. Fasilitas yang tampak langsung ini bersifat peka karena sangat mempengaruhi kenyamanan nasabahnya.¹⁵ Menurut Kotler Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan dan konsumen.¹⁶ Fasilitas menurut Yazid

¹³Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung Alfabeta,2015), hlm. 84

¹⁴Suyadi Prawirosentoro, *Manajemen Strategis & Pengambilan Keputusan Korporasi* (Jakarta: Aksara, 2016), hlm. 99

¹⁵ Chatrin Surya Wijayaningratri, *Pengaruh Fasilitas, Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Walikukun*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vo.4 No.4, 2015, hlm. 2

¹⁶ *Ibid*, hlm. 4

merupakan bagian dari bukti fisik jasa. Disini disebutkan bahwa bukti fisik jasa mencakup seluruh aspek fasilitas fisik organisasi atau *the servicescape* (mencakup lingkungan yang diciptakan, buatan manusia, lingkungan fisik jasa). Dengan demikian *servicescape* itu merupakan penampilan *tangible* organisasi dan sangat penting dalam membentuk harapan konsumen.¹⁷ Seperti halnya Bank Syariah Indonesia Cabang Babat guna memberikan daya tarik terhadap nasabahnya adalah dengan memberikan fasilitas yang sesuai dengan harapan konsumennya (nasabah). Harapan nasabah tentunya ingin difasilitasi dengan baik oleh bank sendiri. Bank Syariah Indonesia Cabang Babat menunjukkannya dengan lingkungan yang selalu rapi ketika nasabah berkunjung, ruangan yang bersih, produk yang terus dikembangkan, nasabah juga dapat melakukan transaksi dengan e-banking membuktikan bahwa nasabah mampu bertransaksi kapanpun dan dimanapun.

Faktor ketiga yang diduga berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah adalah lokasi. Dimana jika suatu bank terletak di tempat yang strategis dan terjangkau, maka akan dapat menarik minat masyarakat untuk bertransaksi di bank tersebut.¹⁸ Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Pertiwi dan Ritonga (2012) bahwa dalam penelitiannya dijelaskan lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk menabung karena masyarakat akan merasa dimudahkan dalam mencari transportasi

¹⁷ *Ibid.*,

¹⁸ Cindhy Audina Putribasutami dan R.A Sista Paramita, Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, Dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung Di Ponorogo, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 6 No.3, 2018, hlm. 158

untuk perjalanan.¹⁹ Bank Syariah Indonesia Cabang Babat sendiri juga memiliki lokasi yang strategis dan banyaknya penduduk di lingkup sekitar kantor cabang menunjukkan bahwasannya lokasi berdirinya Bank Syariah Indonesia Cabang Babat menjadi salah satu faktor mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah. Menurut Lupiyoadi Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Jadi lokasi adalah tempat dimana suatu jenis usaha dilaksanakan. Lokasi adalah aspek yang paling penting dari strategi saluran. Lokasi yang bagus memudahkan akses ke tempat usaha untuk menarik banyak konsumen. Menurut Yulianto Faktor lokasi bank yang mudah ditempuh dapat menjadi alasan masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia, letak kantor yang strategis dan mudah dijangkau oleh anggota yaitu, dilewati transportasi umum, berada di pusat keramaian dan juga berada di daerah pertokoan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tyas dan Pertiwi lokasi berpengaruh signifikan positif. Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Arifin dan Khotimah menyatakan bahwa variabel produk, promosi dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih Bank Syariah.

Faktor keempat yaitu kualitas pelayanan, menurut Wycof yang dikutip oleh Tjiptono bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan

¹⁹ *Ibid.*,

setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang serupa, juga membandingkan pelayanan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan.²⁰

Untuk menilai kualitas pelayanan terdapat faktor- faktor yang digunakan dalam menilai kualitas jasa yaitu dimensi kualitas pelayanan terdiri dari lima faktor yaitu (1) *Reliabilitas* yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap. (2) *Responsive* yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap. (3) *Assurance* yaitu kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh staff. (4) *Emphaty* yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik. (5) *Tangibles* yaitu fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.

Hal ini menunjukkan bahwasannya kualitas pelayanan lebih cenderung muncul dari diri sendiri karyawan Bank Syariah Indonesia Cabang Babat. Menurut Kasmir harapan personel perbankan yang mampu memberika kebutuhan dan keinginan nasabah adalah *Customer Service (CS)*.²¹ Dalam bagian operasional Bank selalu terdapat karyawan yang berperan sebagai *Customer Service*. *Customer Service* umumnya adalah seseorang yang memiliki kegiatan untuk memuaskan nasabah dengan cara melayani setiap

²⁰ Indra Wahyu Dianto, Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake Jl. Cendrawasih No. 30 Yogyakarta (Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013), hlm. 2

²¹ Cindhy Audina Putribasutami dan R.A Sista Paramita, *Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, Dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung Di Ponorogo*, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 6 No.3, 2018, hlm. 160

permintaan dengan memberikan kebutuhan dan keinginan yang diperlukan nasabah.²² Hal ini dilihat bahwasannya ketika kinerja karyawan Bank Syariah Indonesia Cabang Babat baik maka pelayanan yang ditujukan kepada nasabahnya. Banyaknya nasabah yang memutuskan untuk menjadi bagian Bank Syariah Indonesia Cabang Babat menunjukkan bahwasannya mereka merasakan pelayanan dan fasilitas yang diberikan Bank Syariah Indonesia Cabang Babat sesuai dengan harapan. Hal ini juga yang menjadi alasan untuk mengulik lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Babat.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmatina tentang pengaruh kualitas pelayanan, dan periklanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan Batara IB BTN Syariah Surakarta menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih tabungan Batara IB BTN Syariah Surakarta.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka judul penelitian ini berjudul “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Pada Fasilitas, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Babat Pada Masyarakat Desa Guci Karanggeneng”

B. Identifikasi Masalah

²² *Ibid.*,

Dari latar belakang yang telah dijelaskan maka diidentifikasi permasalahan yaitu :

1. Pengetahuan menjadi faktor yang sangat penting dalam meningkatkan peranan animo masyarakat untuk memutuskan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Babat.
2. Bank Syariah Indonesia Cabang Babat memiliki fasilitas yang mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi kapanpun dan dimana pun.
3. Bank Syariah Indonesia Cabang Babat memiliki lokasi yang strategis sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat.
4. Karyawan Bank Syariah Indonesia memiliki kinerja yang baik dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan, fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank Bank Syariah Indonesia Cabang Babat ?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia Cabang Babat terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Babat ?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap Bank Syariah Indonesia Cabang Babat terhadap keputusan menjadi nasabah di bank Bank Syariah Indonesia Cabang Babat ?

4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap Bank Syariah Indonesia Cabang Babat terhadap keputusan menjadi nasabah?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh pengetahuan, fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank Bank Syariah Indonesia Cabang Babat
2. Untuk menguji pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia Cabang Babat terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Babat
3. Untuk menguji pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap Bank Syariah Indonesia Cabang Babat terhadap keputusan menjadi nasabah di bank Bank Syariah Indonesia Cabang Babat
4. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap Bank Syariah Indonesia Cabang Babat terhadap keputusan menjadi nasabah.

E. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan serta untuk pengembangan teori mengenai pengaruh pengetahuan masyarakat pada fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Babat serta mengetahui dan memahami teori- teori

manajemen, baik manajemen pemasaran ataupun manajemen pemasaran jasa sebagai salah satu persyaratan guna menyelesaikan jenjang sarjana strata satu (S1).

- b. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi referensi dan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penulis diharapkan akan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan tingkat pemahaman dibidang ekonomi dan lembaga keuangan syariah khususnya perbankan syariah serta sebagai ajang ilmiah untuk menerapkan teori perbankan syariah.

b. Praktisi Perbankan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan terhadap faktor- faktor yang menjadi minat nasabah.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat sebagai sarana untuk melatih berfikir secara ilmiah dengan berdasarkan ilmu yang diperoleh dibangku perkuliahan. Serta diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dan dapat menjadi bahan referensi dalam penelitian selanjutnya.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Pada Fasilitas, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Babat”**. Dalam hal ini penulis secara rinci menjelaskan beberapa istilah yang terdapat dalam judul ini.

a. Pengetahuan

Pengetahuan ialah informasi yang di simpan dalam angan-angan seseorang. Pengetahuan merupakan unsur penentu dari perilaku konsumen.²³

b. Fasilitas

Fasilitas ialah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi , fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah di tumbuhkan atau di kurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa, fasilitas juga dapat di artikan untuk membedakan program lembaga yang satu dengan yang lain.²⁴

c. Lokasi

Ialah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha di jalankan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan , adapun cara penyampaian dan waktu

²³ Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia ,2009),hlm 147.

²⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia, <https://kbbi.web.id/fasilitas>,(diakses 10 September 2021,pukul 18.27 WIB)

tempuh ke tujuan lokasi tersebut. Faktor lokasi yang baik dan relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda²⁵

d. Kualitas Pelayanan

Menurut William J. Stanton keputusan untuk mayoritas produk merupakan suatu aktivitas teratur dalam makna kebutuhan hendak cukup terpuaskan lewat pembelian yang berulang-ulang namun dengan produk yang sama, apabila ada pergantian baik harga, produk ataupun pelayanan yang diterima hingga konsumen bisa jadi ia hendak mengulanginya kembali.²⁶

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan cara menentukan suatu variabel menetapkan suatu tindakan yang perlu diperlukan untuk mengukur variabel. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat antara lain :

a. Pengetahuan (X1)

Adalah hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Dan secara umum pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan dalam ingatan. Item- item yang akan di gali pada pengetahuan meliputi pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian.

²⁵ Swastha, Basu. Azas-azas pemasaran (Yogyakarta :Liberty,2002) hlm. 42

²⁶ William J.Stanton, Prinsip Pemasaran, terj. Yohanes Lamarto (Jakarta :Erlangga,2000) hlm.12

b. Fasilitas (X2)

Meliputi kondisi kantor Bank Syariah Indonesia Cabang Babat.

c. Lokasi (X3)

Adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi, jadi lokasi adalah tempat dimana suatu jenis usaha akan dilaksanakan, lokasi merupakan aspek paling penting dari strategi saluran. Lokasi yang bagus akan memudahkan akses ke tempat usaha yang menarik banyak konsumen. Item- item yang akan digali meliputi jarak ke lokasi bank, lokasi bank yang strategis dan kondisi tempat parkir dan keamanan.

d. Kualitas pelayanan (X4)

Adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Item -item yang akan digali meliputi Berwujud (*tangible*), kehandalan (*reliabilitas*), ketanggapan (*responsives*), jaminan dan kepastian (*assurance*) dan empati (*empathy*).

e. Keputusan menjadi nasabah (Y)

Dengan adanya pengetahuan, fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan maka dapat mempengaruhi keputusan menjadi nasabah.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini dapat di gambarkan melalui sistematika penulisannya yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN : pada bab ini memaparkan pengantar dan gambaran umum mengenai latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI : Berisi uraian semua variabel tentang variabel faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis dan kerangka konseptual.

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 di ajukan dalam rumusan masalah serta mengemukakan saran atau gagasan atas dasar penelitian tersebut.