

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Lembaga perbankan di Indonesia pada saat ini sudah mulai berkembang baik. Hal ini karena eksistensi dari lembaga keuangan khususnya pada perbankan memberikan posisi yang strategis dalam menghubungkan antara pemilik dana dengan pihak yang membutuhkan dana.<sup>1</sup> Bachtiar Simatupang dalam jurnalnya menyatakan bahwa Indonesia sebagai salah satu negara berkembang, keberadaan industry perbankan menjadi semakin penting. Keterlibatan perbankan dalam mengumpulkan dan menyalurkan Kembali dana-dana masyarakat akan sangat membantu proses ekonomi. Perkembangan dan pertumbuhan perekonomian nasional tidak terlepas dari peran serta dunia perbankan yang sangat besar memberikan kontribusi kepada masyarakat Indonesia, mulai dari kredit usaha kecil, menengah ataupun kredit usaha lainnya, bahkan sebagai tempat penjaminan simpanan oleh masyarakat.<sup>2</sup>

Melihat dari pentingnya suatu peran dari perbankan dalam membantu aktivitas ekonomi masyarakat tersebut. Maka masyarakat harus lebih cermat dan teliti dalam memilih perbankan untuk mengelola keuangannya. Apalagi dengan mayoritas masyarakat di Indonesia yang beragama Islam, seharusnya dalam pelaksanaan aktifitas ekonominya dapat menggunakan transaksi yang

---

<sup>1</sup> Parastika Parastika, Titin Hartini, dan Ulil Amri, "Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains* 10, no. 1 (2 Juni 2021): hal. 177.

<sup>2</sup> H Bachtiar Simatupang, "Peranan Perbankan Dalam Meningkatkan Perekonomian Indoneisa" *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma* 6, no. 2 (Desember 2019).

sesuai dengan syariat dan prinsip Islam. Apabila masyarakat menggunakan perbankan dengan prinsip syariah selain dapat mempermudah urusan perekonomiannya apabila dilakukan dengan baik masyarakatnya juga sudah termasuk ikhtiar untuk mendekatkan diri dengan Allah SWT sehingga dalam melakukan aktivitas keuangan masyarakat mendapatkan pahala. Karena prinsip syariah yang dilakukan oleh perbankan itu sendiri berdasarkan Al-Qur'an.

Bank Syariah sendiri memiliki sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Pada bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Dalam sistem operasional bank syariah, penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi apapun. Bank Syariah tidak mengenal yang namanya sistem bunga, baik itu bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada penyimpan dana di bank syariah. Dalam bank syariah hanya mengenal riba atau bagi hasil pada semua akad yang dipraktekkan dalam bank syariah.<sup>3</sup>

Adanya bank syariah di Indonesia ini diharapkan mampu bersaing dengan bank konvensional. Karena perbankan konvensional ini sudah berdiri lebih dulu dari pada bank syariah, sehingga masyarakat lebih mengetahui dan memahami terlebih dahulu tentang manfaat yang akan diberikan oleh bank konvensional. Selain itu masyarakat juga memiliki persepsi yang sama tentang bank syariah dan bank konvensional, sehingga masyarakat lebih memilih

---

<sup>3</sup> Andrianto dan M. Anang Firnansyah, *Manajemen Bank Syariah* (Surbaya: Penerbit Qiara Media, 2019), hal. 3.

menggunakan bank konvensional yang bagi masyarakat dianggap lebih memiliki akses yang mudah serta prosesnya tidak ribet. Hal ini disebabkan karena Masyarakat Indonesia masih awam dalam mengenali produk bank-bank syariah. Padahal produk yang ditawarkan oleh bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional.

**Tabel. 1.1**  
**Jumlah Nasabah Pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
2018	24.334.556	15,35%
2019	27.015.606	17,04%
2020	30.537.385	19,27%
2021	35.145.095	22,17%
2022	41.472.879	26,16%
Total	158.505.517	100,00%

*Sumber: Otoritas jasa Keuangan*

Data dari Otoritas Jasa Keuangan ini menunjukkan bahwa data dari nasabah pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga dari Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah.<sup>4</sup> Berdasarkan data yang diperoleh bahwa jumlah nasabah pembiayaan dan dana pihak ketiga ini terus mengalami peningkatan selama 5

---

<sup>4</sup> *Statistik Perbankan Syariah* (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2022), hal. 60.

tahun berturut-turut. Dengan data tersebut menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat untuk menggunakan jasa dan produk perbankan syariah saat ini sudah cukup baik. Sehingga dengan hal ini dapat mendukung perkembangan perbankan di Indonesia.

Perkembangan perbankan syariah juga sudah dapat dirasakan oleh masyarakat di Kabupaten Tulungagung. Meskipun keberadaan bank syariah di Tulungagung sendiri juga masih kalah jauh dengan bank konvensional. Hal ini dapat ditunjukkan pada data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung yang menyebutkan bahwa jumlah bank konvensional berdasarkan jenisnya sebanyak 291 kantor. Sedangkan jumlah bank syariah berdasarkan jenisnya hanya sebanyak 18 kantor.<sup>5</sup> Namun dengan adanya kantor pelayanan terkait bank syariah ini dapat menambah kesadaran masyarakat Tulungagung untuk menggunakan produk dan layanan di bank syariah.

Salah satu Bank Syariah yang berada di Tulungagung adalah Bank Syariah Indonesia. Bank Syariah Indonesia merupakan bank hasil merger antara PT. Bank BRI Syariah Tbk, PT. Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank ini pada tanggal 27 Januari 2021. Penggabungan ketiga bank ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta

---

<sup>5</sup> *Kabupaten Tulungagung dalam Angka 2022* (Tulungagung: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, 2022).

memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, BSI didorong untuk dapat bersaing di tingkat Global. Keberadaan BSI juga menjadi cermin wajah perbankan Syariah di Indonesia yang *modern, universal*, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).<sup>6</sup>

Kondisi bank syariah yang keberadaannya masih kalah dari bank konvensional sehingga masyarakat tidak mengetahui apa saja produk yang ditawarkan oleh bank syariah. Maka perbankan perlu mengembangkan strategi yang dapat memperkuat jasa layanan keuangan Islam dalam jangka Panjang. Salah satu strategi baru yang dapat diterapkan oleh bank syariah untuk memperkuat dan meningkatkan perbankan syariah yaitu dengan menerapkan pengetahuan tentang bank Islam dan seluk beluk yang ada didalam perbankan syariah melalui kegiatan-kegiatan operasional kerja perbankan syariah. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Erinda Resti, *et,all.*, dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah yang menyatakan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh dalam keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah.<sup>7</sup> Penelitian lain yang mendukung adalah yang dilakukan oleh Arief Firdy Firmansyah dalam Jurnal Ekonomi Islam yang menyatakan bahwa pengetahuan nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah

---

<sup>6</sup>“Bank Syariah Indonesia, “Sejarah Perseoran,” dalam [https://ir.bankbsi.co.id/corporate\\_history](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history). diakses 31 Mei 2023

<sup>7</sup> Erinda Resti, Havis Aravik, dan Choirunnisak Choirunnisak, “Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indoneisa (Studi Kasus Ex Bank Syariah Mandiri KCP Palembang KM 6),” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 1, no. 2 (27 September 2021): 135–44.

bank syariah menunjukkan hasil yang signifikan dan memiliki pengaruh yang positif.<sup>8</sup>

Selain dengan memberikan pengetahuan terhadap masyarakat yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Bank Syariah juga dapat menerapkan strategi promosi kepada masyarakat. Dengan adanya promosi bank syariah dapat melakukan komunikasi dengan nasabah sehingga dapat menciptakan suasana atau keadaan dimana masyarakat bersedia menggunakan produk dan layanannya. Dalam promosi juga bank syariah dapat menyebarkan informasi secara lebih merinci tentang bank syariah. sehingga masyarakat memiliki keinginan dan mengambil keputusan untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani, *et.all.*, yang menyatakan bahwa promosi mempengaruhi keputusan menjadi nasabah bank, sehingga dapat diartikan juga bahwa semakin tinggi efisiensi dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak bank syariah, akan memperkuat keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah.<sup>9</sup> Begitu juga dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Efi Endang Dwi Setyo Rini dalam jurnal An-Nisbah yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BNI Syariah. Dengan begitu promosi merupakan elemen penting yang mempengaruhi tingkat keputusan menjadi nasabah. Semakin tinggi

---

<sup>8</sup> Arief Firdy Firmansyah, "Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2 No. 3 (2019).

<sup>9</sup> Harish Muhammad Ramadhani, Mira Rahmi, dan Muhammad Anwar Fathoni, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank" *Jurnal Prosiding Biema 2* (2021).

tingkat promosi terhadap bank syariah maka semakin tinggi pula keputusan untuk menjadi nasabah syariah.<sup>10</sup>

Faktor lain yang dirasa dapat mempengaruhi masyarakat untuk mengambil keputusan menjadi nasabah bank syariah adalah lokasi. Lokasi merupakan tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonomi. Pemilihan suatu lokasi merupakan salah satu hal yang sangat krusial bagi keberlangsungan usaha kedepannya.<sup>11</sup> Pemilihan lokasi suatu bank syariah yang mendekati target pasar dan lokasi yang strategis, mudah dijangkau merupakan strategi yang dapat memudahkan masyarakat untuk mendapatkan produk atau jasa yang mereka inginkan. Semakin strategis suatu lokasi bank syariah maka keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah juga akan meningkat.

Pernyataan tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh Racmawati dan Widana dalam Jurnal Liquidity memperoleh hasil penelitian dari variabel lokasi dengan indikator keterjangkauan lokasi, kelancaran lokasi, dan kedekatan lokasi. Dari beberapa indikator tersebut yang memiliki skor tertinggi adalah pada indikator kelancaran lokasi<sup>12</sup> sehingga dapat diartikan jika perbankan syariah ingin meningkatkan lokasi untuk mempengaruhi

---

<sup>10</sup> Efi Endang Dwi Setyo Rini, "Pengaruh Promosi, Penerapan Prinsip Syariah, dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Bank BNI Syariah" *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah* 3, no. 1 (13 Januari 2022): 52–62.

<sup>11</sup> I Gst. B Ngr. P. Putra, Ida Ayu Dinda Priyanka Maharani, dan Dewi Soraya, *Kewirausahaan* (Bali: Nilacakra, 2021), hal. 125.

<sup>12</sup> Afrian Rachmawati, "Pengaruh Consumer Knowledge, *Brand Image*, *Religiusitas*, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah" *JURNAL EKONOMI SYARIAH* 5, no. 1 (1 Juli 2020): 1–20.

masyarakat supaya memiliki keputusan menjadi nasabah bank syariah, maka salah satu yang harus diperhatikan adalah indicator dari kelancaran lokasi. Sependapat juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Sinaga, *et.all.*, berdasarkan hasil uji regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel lokasi bertanda positif, artinya lokasi berbanding lurus atau searah terhadap keputusan menjadi nasabah, dan hasil dari uji t diketahui t-test menunjukkan nilai signifikan yang artinya lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat KCP Stabat. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik strategis lokasi yang dipilih bank, maka akan semakin meningkat keputusan untuk menjadi nasabah.<sup>13</sup>

Kenyataan sebenarnya yang terjadi pada masyarakat Tulungagung sendiri masih belum sesuai dengan hasil riset yang telah dikemukakan oleh peneliti terdahulu. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada ibu Kusrinah salah satu Masyarakat kelurahan Sembung Tulungagung. Beliau memiliki pengetahuan bahwa bank syariah dengan bank konvensional itu sama saja hanya saja label syariah yang membedakan dengan bank konvensional, sehingga beliau lebih suka bank konvensional yang sepengetahuan mereka lebih mudah dalam transaksinya. Dan beliau lebih dahulu mengenal bank konvensional dari lingkungan sekitar mereka yang banyak menggunakan bank konvensional.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Asmawarna Sinaga dkk., "Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 2, no. 2 (6 Januari 2021): 210–32.

<sup>14</sup> Kusrinah, Masyarakat Desa Sembung, 8 Juni 2023, bertempat di rumah ibu Kusrinah.



Begitu juga dengan wawancara Bersama bapak warsito salah satu warga masyarakat kelurahan Sembung. Beliau menyatakan bahwa belum mengetahui Bank Syariah terletak dimana. beliau sudah mengetahui denahnya atau jalan menuju ke Bank Syariah namun beliau belum mengetahui bahwa terdapat Bank Syariah disekitar tempat tersebut. Padahal letak Bank Syariah Indonesia ini termasuk dalam lokasi yang strategis dipinggir jalan besar sehingga mudah untuk dijangkau masyarakat. Dan jarak rumah beliau menuju bank syariah juga tidak jauh hanya memerlukan jarak kurang lebih 1,5km saja. Beliau juga menyatakan bahwa beliau belum pernah melihat adanya promosi Bank Syariah Indonesia, serta belum pernah menemui promosi ditelevisi ataupun disosial media apapun apalagi pada penyebaran baliho dan pamflet. Padahal Bank Syariah Indonesia sudah pernah melakukan periklanan di televisi dengan mengundang artis sebagai bintang iklannya, serta juga sudah memberikan penawaran hadiah yang menarik kepada nasabahnya.<sup>15</sup>

Berdasarkan kesenjangan yang terjadi antara hasil riset terdahulu dengan fakta yang terjadi dilapangan maka dari itu penelitian ini dapat dilakukan secara lebih lanjut mengenai pengaruh pengetahuan, promosi, lokasi terhadap keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah Indonesia pada masyarakat umum, serta mengembangkan riset sebelumnya dengan menggunakan minat sebagai variabel intervening. Objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat di Kelurahan Sembung Kecamatan

---

<sup>15</sup> Warsito, warga Sembung yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, 8 Juni 2023, bertempat dirumah Bapak Warsito.

Tulungagung. Pemilihan objek ini berdasarkan letak geografis kelurahan Sembung yang berada dipinggir kota sehingga mudah untuk dijangkau. Serta kelurahan Sembung ini sudah dikenal sebagai wilayah industri konveksi dan industry kerupuk rambak yang mayoritas masyarakatnya bergerak dibidang usaha kerupuk rambak dan konveksi. Sehingga dengan begitu masyarakat dikelurahan Sembung akan sangat memerlukan dukungan dari dunia perbankan untuk menjalankan dan mempertahankan usahanya.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan fenomena, data dan fakta yang telah diuraikan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Masyarakat dikelurahan Sembung mengetahui bank syariah melalui label syariah saja. Untuk system dan produknya mereka memiliki pengetahuan bahwa bank syariah dan konvensional itu sama saja. Padahal secara jelas mereka mengetahui bahwa bank syariah tidak menggunakan bunga tetapi masyarakat dikelurahan Sembung masih menganggap bank syariah dengan bank konvensional itu sama. Dengan adanya kondisi seperti inilah maka penelitian ini perlu untuk dilakukan.
2. Letak Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan kelurahan Sembung memiliki jarak 2km saja. Letak Bank Syariah Indonesia di Tulungagung juga berada dipinggir jalan raya berada ditengah kota sehingga termasuk lokasi yang strategis dan mudah dijangkau. Dengan adanya adanya lokasi Bank Syariah Indonesia (BSI) yang strategis ini maka penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya.

3. Masyarakat di Kelurahan Sembung banyak yang tidak percaya dengan adanya promosi suatu produk bank yang tidak memberikan bukti secara nyata. Banyak masyarakat yang tidak tertarik dengan promosi yang diberikan mereka beranggapan bahwa promosi hanya untuk menarik minat saja setelah terjadi kesepakatan pihak Bank tidak akan memberikan janji sesuai dengan promosi yang dilakukan. Dengan terjadinya ketidaksesuaian pendapat ini maka penelitian ini perlu untuk dilakukan.
4. Banyaknya pengetahuan yang diketahui Masyarakat dapat mempengaruhi minat yang dimiliki oleh Masyarakat untuk menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI). Pengetahuan yang sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh Masyarakat akan dapat menarik minat mereka untuk menggunakan produk dan layanan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI). Maka dari itu penelitian ini perlu untuk dilakukan.
5. Promosi yang dibuat semenarik mungkin akan menjadi sorotan dan menarik pandangan akan membuat Masyarakat penasaran akan produk dan jasa yang ditawarkan. Dengan begitu rasa ingin tahu Masyarakat terhadap produk akan meningkat dan kemudian mencari informasi terkait yang kemudian akan memberikan rasa keinginan atau minat untuk menggunakannya. Oleh karena itulah penelitian ini perlu dilakukan agar dapat mengetahui seberapa besar pengaruh promosi ini terhadap minat masyarakat kelurahan Sembung dalam menggunakan produk dan jasa perbankan syariah.
6. Lokasi suatu perusahaan yang mudah dijangkau oleh banyak orang akan memberikan nilai tambah untuk keberhasilan usaha. Dengan begitu

penetapan lokasi Bank Syariah Indonesia yang sangat strategis menjadi salah satu faktor yang penting dalam menarik masyarakat untuk menjadi nasabah. Lokasi yang strategis akan membuat Masyarakat berminat dalam menggunakan produk dan layanan jasanya karena dirasa mudah dan tidak memerlukan waktu lama dalam perjalanan. Maka dari itulah pentingnya penelitian ini dilakukann.

7. Pengetahuan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan minat sebagai pemediasi. Semakin baik pengetahuan yang dimiliki seseorang serta adanya minat seseorang maka semakin tinggi keputusan seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah.<sup>16</sup> Begitu juga pada masyarakat di Kelurahan Sembung, namun pengetahuan yang dimiliki masyarakat di kelurahan sembung masih belum banyak tentang bank syariah sehingga masyarakat belum memiliki keinginan untuk menjadi nasabah bank syariah. didukung dengan mereka yang sudah mengenal bank konvensional terlebih dahulu. Maka dari itu penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh masyarakat mengetahui tentang bank syariah.
8. Lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah melalui minat. Letak suatu bank syariah yang berada ditempat strategis dan terjangkau akan memudahkan masyarakat untuk menemukannya. Sehingga dengan kemudahan ini dapat menarik minat masyarakat untuk mengambil

---

<sup>16</sup> Parastika, Hartini, dan Amri, "Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening," 2 Juni 2021.

keputusan menjadi nasabah bank syariah.<sup>17</sup> dengan adanya kemudahan ini bagi masyarakat di Kelurahan Sembung masih belum banyak yang memiliki minat untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Karena anggapan mereka masih mudah menggunakan bank konvensional serta cabangnya yang banyak dilungkungan tempat tinggal mereka.

9. Promosi terhadap keputusan menjadi nasabah melalui minat. Promosi adalah salah satu strategi yang dilakukan oleh bank syariah untuk mengenalkan produk yang dimilikinya untuk menarik minat konsumen agar memiliki keputusan menjadi nasabah di bank syariah tersebut. Namun kenyataannya promosi yang telah dilakukan oleh bank syariah berhasil untuk memperkenalkan produknya secara lebih jelas. Masyarakat di kelurahan Tulungagung masih mengenal bank konvensional karena bagi mereka masih kurang percaya dengan adanya promosi yang dilakukan oleh bank syariah. Maka dari itu penelitian ini perlu untuk dilakukan guna mengetahui pengaruh promosi pada masyarakat itu seperti apa.
10. Masyarakat sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu produk dan jasa dalam Bank Syariah Indonesia akan terlebih dahulu mencari informasi yang terkait dengannya. Dengan adanya informasi tersebut akan memberikan ketertarikan Masyarakat terhadap produk dan jasa yang kemudian masyarakat berminat dalam menggunakan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia dan memiliki keputusan untuk menjadi nasabahnya.

---

<sup>17</sup> Cindhy Audina Putribasutami dan Sista Paramita, "Pengaruh Pelayanan, lokasi, Pengetahuan, dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo," *Jurnal Ilmu Manajemen* 6, no. 3 (2018).

Dengan begitu penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh minat terhadap keputusan dalam menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang tersebut peneliti merumuskan masalah sebagai dasar kajian penelitian sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan masyarakat Kelurahan Sembung Tulungagung untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat Kelurahan Sembung Tulungagung untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat Kelurahan Sembung Tulungagung untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
4. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat Masyarakat Kelurahan Sembung untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
5. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat Masyarakat Kelurahan Sembung untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
6. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat Masyarakat Kelurahan Sembung untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
7. Apakah minat berpengaruh terhadap keputusan Masyarakat Kelurahan Sembung untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) ?

8. Apakah Pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan masyarakat kelurahan Sembung Untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui minat sebagai variabel intervening?
9. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat kelurahan Sembung Untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui minat sebagai variabel intervening?
10. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat kelurahan Sembung Untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui minat sebagai variabel intervening?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan masyarakat Kelurahan Sembung menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).
2. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap keputusan masyarakat Kelurahan Sembung menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).
3. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap keputusan masyarakat Kelurahan Sembung menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).
4. Untuk menguji pengaruh pengetahuan terhadap minat Masyarakat Kelurahan Sembung menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).
5. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap minat Masyarakat Kelurahan Sembung menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

6. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap minat Masyarakat Kelurahan Sembung menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).
7. Untuk menguji pengaruh minat terhadap keputusan Masyarakat Kelurahan Sembung menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).
8. Untuk menguji pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan masyarakat Kelurahan Sembung menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui minat sebagai variabel intervening.
9. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap keputusan masyarakat Kelurahan Sembung menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui minat sebagai variabel intervening.
10. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap keputusan masyarakat Kelurahan Sembung menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui minat sebagai variabel intervening.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Manfaat penelitian terbagi menjadi beberapa yaitu:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian ilmu terkait ekonomi dalam menggunakan produk-produk di bank syariah. Dan dapat meningkatkan pengetahuan tentang produk di bank syariah.

##### **2. Manfaat Praktis**

Berbagai macam manfaat praktis meliputi:

###### **a. Bagi Perbankan Syariah**



Dari hasil penelitian ini diharapkan membantu perbankan syariah untuk meningkatkan kualitasnya dan dijadikan catatan sebagai koreksi untuk memperbaiki apabila terdapat kekurangan maupun kelemahan.

b. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini dapat menambah kepustakaan Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah yang dapat digunakan untuk referensi oleh seluruh kalangan akademis, baik itu dosen ataupun mahasiswa pada umumnya dan juga bagi mahasiswa jurusan perbankan syariah khususnya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menambahkan informasi, serta bahan perbandingan dan juga untuk referensi bagi peneliti selanjutnya.

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

Berdasarkan latar belakang diatas, untuk menghindari penafsiran yang terlalu luas terhadap judul penelitian, maka peneliti memberikan ruang lingkup dan Batasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pada masyarakat Kelurahan Sembung Kecamatan Tulungagung.

2. Pengaruh lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pada masyarakat Kelurahan Sembung Kecamatan Tulungagung.
3. Pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pada masyarakat Kelurahan Sembung Kecamatan Tulungagung.
4. Pengaruh pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pada masyarakat Kelurahan Sembung Kecamatan Tulungagung.
5. Pengaruh promosi terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pada masyarakat Kelurahan Sembung Kecamatan Tulungagung
6. Pengaruh lokasi terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pada masyarakat Kelurahan Sembung Kecamatan Tulungagung.
7. Pengaruh Minat terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pada masyarakat Kelurahan Sembung Kecamatan Tulungagung.
8. Pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui minat sebagai variabel intervening pada masyarakat Kelurahan Sembung melalui minat sebagai variabel intervening.
9. Pengaruh lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui minat sebagai variabel intervening pada

masyarakat Kelurahan Sembung melalui minat sebagai variabel intervening.

10. Pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui minat sebagai variabel intervening pada masyarakat Kelurahan Sembung melalui minat sebagai variabel intervening.

## **G. Penegasan Istilah**

### **1. Pengetahuan**

Pengetahuan adalah hasil tahu manusia terhadap sesuatu, atau segala perbuatan manusia untuk memahami suatu objek yang dihadapinya, hasil usaha manusia untuk memahami suatu objek tertentu.<sup>18</sup>

### **2. Lokasi**

Lokasi adalah tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen, aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan, ataupun untuk mengendalikan perusahaan secara keseluruhan.<sup>19</sup>

### **3. Promosi**

---

<sup>18</sup> Samuji, "Pengetahuan, Ilmu Pengetahuan Dalam Filsafat dan Islam," *Jurnal Paradigma* 12, no. 1 (2021).

<sup>19</sup> Ali Fathoni, "Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Tingkat Penjualan Usaha Jasa Mikro di Kabupaten Lumajang," *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen* 1, no. 1 (2016): 22–33.

Promosi adalah suatu komunikasi untuk memberi tahu keistimewaan suatu produk atau jasa, membujuk seseorang untuk membeli, dan mengingatkan keberadaan produk atau jasa tersebut.<sup>20</sup>

#### 4. Keputusan

Menurut Morgan dan Ceullo dalam Syaekhu dan Suprianto mendefinisikan keputusan sebagai sebuah kesimpulan yang dicapai sesudah dilakukan pertimbangan, yang terjadi setelah satu kemungkinan dipilih, sementara yang lain dikesampingkan.<sup>21</sup>

#### 5. Minat

Minat adalah kecenderungan seseorang terhadap sesuatu atau bisa dikatakan apa yang disukai dan diinginkan oleh seseorang untuk kemudian dilakukan oleh orang tersebut.<sup>22</sup>

### H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini berisikan tentang isi dari keseluruhan penelitian yang berisikan bagian awal, bagian isi dan bagian akhir penelitian. Sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN :** Pada Bab ini memuat penjelasan yang bersifat umum yaitu mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian

---

<sup>20</sup> Yolanda dan Darmanitya Harsebi Wijanarko, "Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur," *Jurnal Manajemen* 6, no. 1A (2018).

<sup>21</sup> Ahmad Syaekhu dan Suprianto, *Teori Pengambilan Keputusan* (Sleman: Zahir Publishing, 2021), hal. 39.

<sup>22</sup> Magdalena Elendiana, "Upaya Meningkatkan Minat Baca Siswa Sekolah Dasar," *Jurnal Pendidikan dan Konseling* 2, no. 1 (2020): 54–60.

penegasan istilah dan sistematika penulisan. Latar belakang menjelaskan tentang alasan mengenai masalah yang diteliti. Sedangkan rumusan masalah menjelaskan Batasan penelitian yang akan dikaji oleh peneliti.

**BAB II LANDASAN TEORI :** Dalam bab landasan teori menjelaskan mengenai tinjauan hipotesis tentang pengaruh pengetahuan, promosi, lokasi dan minat terhadap keputusan, pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap minat serta pengaruh pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap minat melalui minat. Selain itu membahas tentang informasi mengenai variabel-variabel yang diteliti, telaah Pustaka, kerangka berfikir, dan hubungan antar variabel. Variabel yang dibahas dalam penelitian ini adalah mengenai pengetahuan, promosi, lokasi, minat, dan keputusan masyarakat Kelurahan Sembung untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Dengan landasan teori tersebut yang kemudian dijadikan acuan dalam penyusunan hipotesis penelitian.

**BAB III METODE PENELITIAN :** Dalam metode penelitian berisikan penjelasan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, populasi sampling, sampel penelitian, sumber data, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data

**BAB IV HASIL PENELITIAN :** Pada bab ini berisikan penjabaran tentang hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti terhadap variabel-variabel penelitian serta dilakukannya pengujian hipotesis.

**BAB V PEMBAHASAN :** Pembahasan ini berisikan tentang pembahasan-pembahasan dari rumusan masalah

**BAB VI PENUTUP :** Pada Bab Penutup ini menerangkan secara jelas tentang rangkuman permasalahan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan. Kemudian menarik kesimpulan dari pertanyaan pada rumusan masalah. Kemudian pada poin selanjutnya peneliti dapat mengemukakan saran dari hasil penelitian