BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan pada masa sekarang ini berkembang di dunia secara pesat khususnya dari segi lembaga keuangan bank ataupun *non*-bank. Perbedaan dari kedua lembaga keuangan bank atau *non*-bank adalah ditetapkan pada penghimpunan dana. Bank dapat menghimpun dana dengan cara langsung atau tidak langsung dari masyarakat, sedangkan *non*-bank hanya bisa menghimpun dana secara tidak langsung dari masyarakat. Lembaga keuangan itu masuk dalam sistem perbankan yang memiliki peraturan perundang-undangan yaitu menyimpan dana masyarakat berupa tabungan dan disalurkan kepada masyarakat dalan bentuk pinjaman kredit atau produk lainya.[2]

Pada saat ini perbankan sangatlah memiliki peran penting bagi masyarakat Indonesia, karena memiliki manfaat khususnya dapat memajukan perekonomian pada saat ini dan masa yang akan datang. Dari berbagai faktor yang berkaitan dengan keuangan selalu membutuhkan jasa bank.[3] Sistem perbankan yang ada di Indonesia terbagi menjadi dua yaitu Perbankan Konvensional dan Perbankan Syariah. Akan tetapi Perbankan

[2] Muh Ansori, "Lembaga Keuangan Bank: Konsep, Fungsi, dan Perkembangannya di Indonesia", *Jurnal Madani Syariah* Vol. 1, No. 1, 2019, hal. 91

[3] Muchtar Anshary H. L. Dkk., *Lembaga Keuangan Bank dan NonBank (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis)*, Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021, hal. 2

Syariah di Indonesia tidak kalah penting dengan Perbankan Konvensional, karena sebagian besar mayoritas penduduk Indonesia beragama muslim.[4]

Perbankan menurut Undang-undang perbankan No. 10 Tahun 1998 adalah lembaga keuangan yang berwenang menghimpun dana dari masyarakat dan dikembalikan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan jasa.[5] Sedangkan Perbankan Syariah adalah lembaga keuangan yang menfasilitasi layanan dengan sistem syariah yaitu sistem bagi hasil berupa dana untuk keperluan produktif atau konsumtif. Adapun jumlah bank syariah di Kabupaten Tulungagung yang bertambah setiap tahunya berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Tabel 1. 1 Total Bank Syariah di Kabupaten Tulungagung Tahun 2023

No	Nama Bank	Jumlah Bank
1	Bank Panin Dubai Syariah	1
2	Bank Syariah Indonesia	2
3	Bank Muamalat	1
4	Maybank Syariah	1

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Berdasarkan data di atas Bank Syariah yang ada di Kabupaten Tulungagung berjumlah 5. Yang pertama Bank Panin Dubai Syariah memiliki 1 cabang di Kabupaten Tulungagung, yang kedua Bank Syariah Indonesia memiliki 2 cabang di Kabupaten Tulungagung, yang ketiga Bank

[4] Nunung Nurjanah, Nurya Sindi Purnama, "Perkembangan Lembaga Keuangan dan Kondisi Makro Ekonomi di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam,* Vol. 9, No. 1, 2023, Hal. 1

[5] Fauzan Haqiqi, Darmawan, Kasirul Fadli, "Analisis Pengaruh Likuiditas Dan Pemberian Kredit Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Bank BPR Mega Mas Lestari Tahun 2016-2018 Kabupaten Karimun", *Jurnal Cafetaria,* Vol. 1, No. 1, 2020, hal. 76

Muamalat memiliki 1 cabang di Kabupaten Tulungagung, yang terakhir Maybank Syariah memiliki 1 cabang di Kabupaten Tulungagung.

Peranan perbankan syariah tidak kalah dengan perbankan konvensional, disini perbankan syariah sudah dapat memajukan perekonomian yang unggul di Indonesia. Disisi lain perbankan syariah adalah suatu industri yang berhubungan dengan sektor bisnis jasa, penghimpun, penyalur dana, dan pemberi dana. Maka dari itu perbankan berdampak pada masyarakat dan memiliki tanggung jawab yang besar bagi suatu perusahaan. Perbankan syariah berusaha memberikan kualitas dan pelayanan yang tersedia sebaik mungkin agar dapat berjalan sesuai dengan nilai moral dan aturan syariah yang khususnya berhubungan dengan riba, perjudian (*maisyir*), dan ketidak pastian (*gharar*). [6] Hal tersebut dijelaskan pada Al-Qur'an Surat Al-Hud Ayat 86, yang berbunyi:

بَقِيَّتُ اللّٰهِ خَيْرٌ لَّكُمْ اِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ ۚ وَمَآ اَنَا۠ عَلَيْكُمْ بِحَفِيْظٍ

Artinya: "*Sisa keuntungan dari Allah SWT adalah lebih baik bagimu jika kamu orang-orang yang beriman. Dan aku bukanlah seorang penjaga atas dirimu*".[7]

Maksut dari sisa keuntungan Allah SWT adalah keuntungan yang halal dalam melakukan sebuah pemasaran yang sesuai dengan takaran dan

[6] Diana Izza, Siti Fatimatuz Zahro, "Transaksi Terlarang Dalam Ekonomi Syariah", *Jurnal Keadaban,* Vol. 3, No. 2: 2021, hal. 28-30

[7] Departemen Agama RI, "*Al-Qur'an dan Terjemah*", dalam Qur'an Kemenag, diakses 6 Oktober 2024.

timbangan.[8] Tantangan yang dihadapi pada saat ini adalah ada yang mengatakan bahwa perbankan syariah atau lembaga keuangan syariah sama saja dengan perbankan konvensional hanya saja label yang menjadi pembeda. Adapun tantangan lain pada perbankan syariah harus dapat menonjolkan ciri khas yang dimilikinya. Saat ini perkembangan di bidang jasa pada perbankan dituntut untuk bisa menawarkan produk-produk sesuai dengan keinginan nasabah yang telah disediakan dan memberikan *service quality, brand image* dan promosi yang terbaik.[9]

Service Quality adalah suatu fasilitas yang bermanfaat sebagai pemasok jasa yang harus dijalankan dengan sebaik mungkin. *Service quality* bersifat kasatmata yang terjadi akibat dari adanya hubungan antara nasabah dengan karyawan atau pihak perusahaan yang memberikan pelayanan guna untuk mengatasi permasalahan yang ada.[10]

Brand Image adalah suatu pemikiran yang ada di dalam hati manusia mengenai suatu barang atau jasa yang telah dimengerti dan dipakai. *Brand image* terbentuk dari suatu pengalaman dan informasi masalalu terhadap produk atau merk tersebut. Hal tersebut juga bisa dikatakan sebagai pengamatan dan kepercayaan yang sudah dipendam sejak lama dihati

---

[8] Adanan Murroh Nasution, "Batasan Mengambil Keuntungan Menurut Hukum Islam", *Jurnal El-Qanuny,* Vol. 4 No. 2, 2018, hal. 93

[9] Abdul Rachman, Dewi Putri Mandiri, Wido Astuti, Siti Arkoyah, "Tantangan Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia", *Jurnal Tabbaru': Islamic Banking and Finance* Vol. 5 No. 2, 2022, hal. 353

[10] Nasruddin, Muh. Akil Rahman, "Pengaruh Service Quality terhadao Customer Satisfaction pada Layanan Jasa Go-Jek di Kota Palopo", *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro (JPMKN),* Vol. 6, No. 1, 2023, hal. 3

nasabah atau calon nasabah baru sebeagai pandangan yang ada dipikiran sesorang.[11]

Promosi adalah komunikasi yang dilakukan dalam proses jual beli yang memiliki tujuan untuk merubah tingkah laku pada pembeli, yang awalnya tidak mengetahui menjadi mengetahui sehingga berpengaruh terhadap pembelian pada jasa atau produk tersebut. Menurut Suryadi dalam Wardani, promosi merupakan suatu usaha pemasaran yang memberikan berbagai cara dalam mempromosikan berbagai produk atau usaha dalam jangka pendek untuk mendorong kemauan dalam mengambil keputusan.[12]

Dalam beberapa fasilitas layanan yang sudah disediakan, perbankan syariah khususnya Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung menawarkan produk dan jasa salah satunya adalah produk tabungan haji. Tabungan adalah dana simpanan yang pengambilannya hanya dapat dilakukan dengan cara tertentu yaitu menggunakan giro, cek bilyet, atau cara lainya. Adapun pengertian lain dari tabungan haji adalah dana simpanan nasabah secara individu yang bilamana biayanya diselenggarakan untuk melaksanakan ibadah haji. Bahwa tabungan tersebut tidak bisa ditarik setiap saat yang menjadi pembeda dengan tabungan biasa. Hal tersebut guna untuk memenuhi keinginanya berangkat ke tanah suci, pihak Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung disini akan membantu menyimpan dana nasabah

---

[11] Iis Miati, "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay", *Jurnal Abiwara,* Vol. 1, No. 2, 2020, hal. 3

[12] Yolanda, Darmanitya Harsento 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,* Vol. 06 No. 1, 2018, hal. 93

dengan aman. Namun, sebaliknya nasabah juga harus bersikap jujur tentang latar belakang masalah apapun yang berkaitan dengan ibadah haji. Dengan adanya tabungan haji tersebut nasabah atau calon nasabah baru tidak berasa dengan adanya masa tunggu keberangkatan ibadah haji yang memerlukan waktu cukup panjang. Rata-rata masa tunggu ibadah haji sekitar 13 tahun sampai dengan 28 tahun. Dilihat dari waktu yang cukup lama untuk menunggu masa antrian yang cukup lama tidak mengurangi keputusan nasabah untuk melakukan ibadah haji di masa sekarang dan masa yang akan datang. Dengan porsi setoran awal Rp. 25.000.000.00 dan sudah dilindungi asuransi jiwa maksimal Rp. 120.000.000.00.[13]

PT. Bank Panin Dubai Syariah yang awalnya bernama PT. Bank Pasar Bersaudara Djaja sesuai dengan akta Perseroan Bank Terbatas No. 12 tanggal 8 Januari 1972. Bank tersebut sering kali mengalami perubahan nama, yaitu yang awalnya bernama PT. Bank Bersaudara Djaja pada 8 Januari 1990, yang kedua bernama PT. Bank Harfa pada 27 Maret 1997, yang ketiga bernama PT. Bank Panin Syariah pada 19 Juni 2013, dan yang terakhir berubah nama menjadi PT. Bank Panin Dubai Syariah pada 26 Juli 2016 hingga saat ini.[14] PT. Bank Panin Dubai Syariah adalah Bank Syariah yang beroperasi sejak 2 Desember 2009. Kinerja dan pertumbuhan PT. Bank Panin Dubai Syariah berhasil mengembangkan aset oleh adanya dukungan

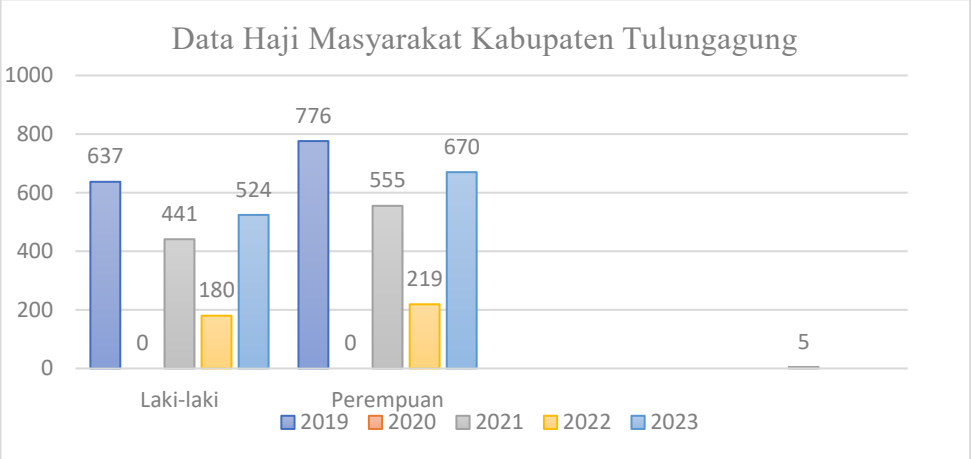
[13] Uswah Hasanah, Mutiah Khaira Sihotang, "Pemanfaatan Tabungan Haji dan Umrah", *Jurnal Ekonomi Islam,* Vol. 4 No.2, 2022, hal. 61

[14] Laporan Tahunan Bank Panin Dubai Syariah, 2020, hal. 38-39

dari nasabah yang memberinya kepercayaan terutama terhadap Produk Tabungan Haji.[15]

Penelitian ini dilatar belakangi oleh keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan haji di Bank Panin Dubai Syariah yang dipengaruhi oleh *Service Quality*, *Brand Image*, dan Promosi. Melaksanakan Ibadah Haji merupakan impian semua umat islam yang berada di Indonesia. Karena Indonesia merupakan populasi umat islam terbanyak di dunia, khususnya umat islam di wilayah Kabupaten Tulungagung. Adapun data masyarakat Kabupaten Tulungagung yang melakukan Ibadah Haji pada tahun 2019-2023.

Gambar 1. 1 Grafik Data Masyarakat Ibadah Haji Kabupaten Tulungagung



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Tulungagung (bps.go.id)

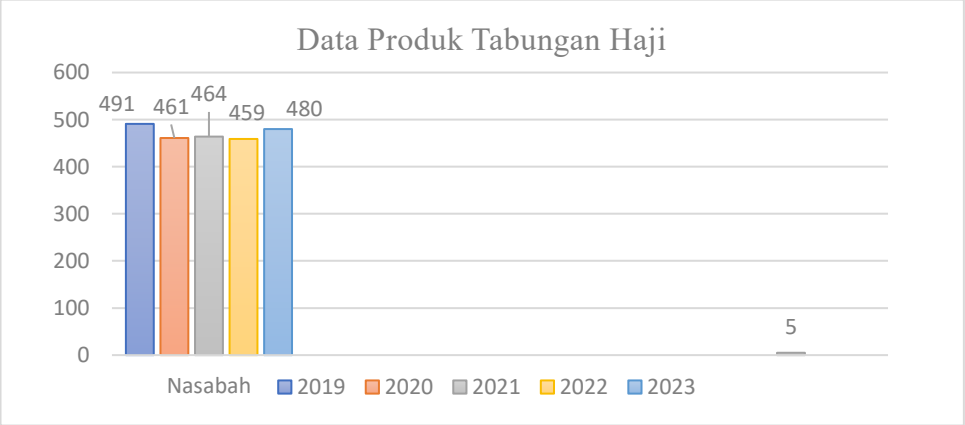
[15] Ayu Sutiyaningsih, Ida Haryanti, Kharis Fadlullah Hanna, "Kinerja Bank Panin Dubai Syariah", *Jurnal Perbankan dan Keuangan,* Vol. 1, No. 2: 2020, hal. 61

Berdasarkan dari data grafik pemberangkatan Ibadah Haji wilayah Kabupaten Tulungagung mengalami kenaikan dan penurunan secara signifikan. Pada tahun 2019 jumlah masyarakat yang menunaikan ibadah haji baik laki-laki atau perempuan sebanyak 1. 413 orang, pada tahun 2020 tidak diberangkatkan ibadah haji karena adanya pandemi covid-19, pada tahun 2021 jumlah masyarakat yang menunaikan ibadah haji baik laki-laki atau perempuan sebanyak 996 orang, hal tersebut dari tahun 2019 ke tahun 2021 mengalami penurunan, pada tahun 2022 jumlah masyarakat yang menunaikan ibadah haji baik laki-laki atau perempuan sebanyak 399 orang, hal tersebut juga mengalami penuruan dari tahun 2021 ke tahun 2022, pada tahun 2023 jumlah masyarakat yang menunaikan ibadah haji baik laki-laki atau perempuan sebanyak 1.194 orang, hal tersebut kembali mengalami kenaikan yang signifikan.

Sementara itu, Ibadah Haji dari sisi ekonomi sangat berkaitan dengan keuangan masyarakat yang ingin menunaikannya. Sebagaimana rukun islam yang kelima yaitu kewajiban menunaikan Ibadah Haji bagi yang mampu. Mampu disini dapat diartikan yaitu menurut fisik maupun finansial. Karena untuk melaksanakan Ibadah Haji memerlukan dana yang tidak sedikit. Banyaknya kendala yang masyarakat rasakan, pelaku bisnis lembaga keuangan seperti Bank Panin Dubai Syariah membuat dan menawarkan sebuah layanan yaitu tabungan haji yang disediakan untuk nasabah atau calon nasabah baru di Indonesia khususnya wilayah Kabupaten Tulungagung. Faktor-faktor tersebut sangat penting karena dapat

mempengaruhui keputusan nasabah dalam menggunakan produk Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung khusunya Tabungan Haji yang unggul. Berikut data Nasabah Produk Tabungan Haji pada Tahun 2019-2023 Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung.

Gambar 1. 2 Grafik Data Nasabah Produk Tabungan Haji Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung



Sumber Data: Hasil wawancara dengan Bapak Subeki selaku Pimpinan di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung dan Ibu Siti Sofiyu Selaku Administrasi Kantor

Berdasarkan dari data grafis nasabah yang menggunakan produk tabungan haji mengalami kenaikan dan penurunan yang signifikan setiap tahunnya. Pada tahun 2019 jumlah nasabah tabungan haji sebanyak 491 orang, pada tahun 2020 jumlah nasabah tabungan haji sebanyak 461 orang, hal tersebut dai tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami penurunan sebanyak 30 nasabah, pada tahun 2021 jumlah nasabah tabungan haji sebanyak 464 orang, hal tersebut dari tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami kenaikan sebanyak 3 nasabah, pada tahun 2022 jumlah nasabah tabungan haji sebanyak 459 orang, hal tersebut dari tahun 2021 ke tahun 2022 mengalami

penurunan lagi sebanyak 5 nasabah, pada tahun 2023 jumlah nasabah tabungan haji sebanyak 480 orang, hal tersebut dari tahun 2022 ke tahun 2023 mengalami kenaikan yang cukup signifikan sebanyak 21 orang.

Peningkatan Nasabah di Bank Panin Dubai Syariah dipicu oleh beberapa faktor yaitu kesadaran masyarkat umat islam terhadap pentingnya menunaikan ibadah haji, hal tersebut mendorong untuk mereka memutuskan membuka tabungan haji, produk tabungan haji merupakan produk unggulan yang dimiliki oleh Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung. Menjadi produk unggul terdapat berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi seperti *service quality, brand image* dan promosi. Tetapi apakah faktor-faktor tersebut memang dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan tabungan haji di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung. Sehingga disini peneliti ingin mengetahui apakah memang benar faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan haji di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung.

Selaian itu alasan peneliti menentukan objek penelitian di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung yaitu pemilihan bank tersebut didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis dan relevan dengan fokus kajian. Yang pertama, Bank Panin Dubai Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang secara aktif menawarkan produk tabungan haji kepada masyarakat, sehingga sesuai dengan fokus penelitian mengenai keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan haji. Yang kedua,

cabang Tulungagung dipilih karena berada di wilayah dengan mayoritas penduduk beragama islam dan memiliki potensi besar dalam pengembangan layanan keuangan syariah, khususnya produk tabungan haji.

Sehingga berdasarkan kedua data dan alasan diatas, jumlah nasabah produk tabungan haji dan lokasi Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung dapat menjadi populasi untuk dijadikan sebuah objek penelitian. Penelitian tentang Pengaruh *Service Quality, Brand Image*, dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji Bank Panin Dubai Syariah sudah pernah diteliti oleh Reza Mulyani (2019)[16], Rijlan Hassanudin, Ahmad Syukri SS dan Nofrianto (2019)[17], Berlian Indriani (2021)[18], Intan Permatasari (2022)[19], Naufal Zain Rahmanu (2022)[20], Qory Widyasari dan Sukaris (2022)[21], Muhammad Adam (2022)[22], Sofiyatul Madaniyah, Nurul Setianingrum, dan Retna Anggitaningsih (2023)[23], Topan

[16] Reza Mulyani, "*Pengaruh Reputasi dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Membuka Tabungan Haji Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh*", Skripsi 2019

[17] Rijlan Hasanuddin, Ahmad Syukri SS, dan Nofrianto, "Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah", *Journal For Religious Innovation Studies*, Vol. 19 No. 2, 2019

[18] Berlian Indriani, "*Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Media Communication Terhadap Minat Nasabah Dalam Open An Account Tabungan Haji*", Skripsi 2021

[19] Intan Permatasari, "*Strategi Jemput Bola Pada Produk Tabungan Haji Untuk Kalangan Muda Di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung*", Skripsi 2022

[20] Naufal Zain Rahmanu, "*Implementasi Akad Mudharabah Pada Produk Tabungan Zam-zam Berhadiah Porsi Haji*", Skripsi 2023

[21] Qory Widyasari, Sukaris, "Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Produk Tabungan Haji RJTH (Studi Pada Bank Muamalat KCP Lamongan)", *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, Vol. 2 No. 2, 2022

[22] Muhammad Adam, "Pengaruh Promosi, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji di PT Bank Muamalat", *Jurnal Of Comprehensif Islamic Stories*, Vol. 1 No. 1, 2022

[23] Sofiyatul Madaniyah, Nurul Setianingrum, dan Retna Anggitningsih, "Pengaruh Service Quality dan Kualitas Produk Tabungan Haji Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Bhakti Sumekar Kab. Sumenep", *Jurnal Of Economic Sharia Law and Business Studies*, Vol. 3 No. 1, 2023

Perkasa Hamudya dan Aminah Swarnawati (2024)[24]. Namun hasil dari penelitian tersebut berbeda. Disini dari beberapa peneliti terdahulu memiliki perbedaan pada variabel-variabel independen dan lokasi penelitian.

Berdasarkan latar belakang dan gambaran masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti akan membahas dan mengambil judul **"Pengaruh *Service Quality, Brand Image* dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji Di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung."**

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

Berdasarkan uraian masalah tersebut, maka diperoleh hasil identifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. *Service Quality* yang baik dan maksimal diberikan Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung berpengaruh pada keputusan nasabah.
2. *Brand Image* Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung yang positif berdampak terhadap tingginya tingkat kepercayaan nasabah yang berpengaruh pada keputusan nasabah.
3. Promosi yang baik dan maksimal yang diberikan Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung berpengaruh pada keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan haji.

[24] Topan Perkasa Hamudya, Aminah Swarnawati, "Komunikasi Persuasif dan Word Of Mouth dalam Pemasaran Tabungan Haji Panin Dubai Syariah Bank", *Jurnal Of Comprehensif Science*, Vol. 3 No. 10, 2024

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan, peneliti merumuskan masalah yang terkait dengan lingkup penelitian. Berikut ini rumusan masalah yang digunakan:

1. Apakah *Service Quality, Brand Image,* dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Produk Tabungan Haji di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung?
2. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Produk Tabungan Haji di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung?
3. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Produk Tabungan Haji di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung?
4. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Produk Tabungan Haji di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat peneliti, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan antara *service quality, brand image*, dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Produk Tabungan Haji di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung.

2. Untuk mengetahui dan menjelaskan apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Produk Tabungan Haji di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Produk Tabungan Haji di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung.
4. Untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana Promosi Tabungan Haji di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung.
5. Untuk memberikan rekomendasi strategis bagi pihak Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung dalam meningkatkan *service quality, brand image*, dan promosi yang bertujuan untuk mendorong peningkatan keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian ini diharapkan memberi manfaat yang nyata bagi semua pihak yang terkait dengan penulisan ini, Adapun kegunaan penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
    a. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi aset pustaka yang dapat memberikan informasi, masukan atau sumbangan pemikiran bagi dunia perbankan syariah dalam mengetahui, memahami terkait pentingnya *Service Quality*, *Brand Image* dan Promosi terhadap keputusan nasabah yang berdampak pada kepuasan nasabah menggunakan produk tabungan haji.

2. Secara Praktis

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

a. Bagi Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung

Adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan saran positif bagi pihak perbankan syariah dalam melakukan perbaikan usaha dari kekurangan yang dianggap dapat berpengaruh terhadap operasional bank dan menghambat tujuan yang ingin dicapai. Selain itu, penulis juga berharap hasil dari penelitian ini dapat diterima sebagai kontribusi untuk upaya meningkatkan loyalitas nasabah.

b. Bagi Nasabah

Adanya penelitian ini diharapakan dapat membantu nasabah dalam mencapai tujuan yang diinginkan dan mengatasi atau menjawab permasalah-permasalahan yang dihadapi.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian di masa yang akan datang dalam menciptakan ide-ide penelitian baru.

d. Bagi Masyarakat

Adanyanya penelitian ini harapan penulis bisa menjadi bahan keputusan masyarakat dalam menggunakan produk

tabungan haji yang disediakan oleh Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung.

F. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang lingkup penelitian

   Ruang Lingkup Penelitian ini membahas mengenai "Pengaruh *Service Quality, Brand Image,* dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji". Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Dimana X adalah variabel bebas yang terdiri dari variabel X1 (*Service Quality*), X2 (*Brand Image*), dan X3 (Promosi) dan Y merupakan variabel yang terikat yaitu keputusan nasabah.

2. Keterbatasan penelitian

   Pengaruh *Service Quality, Brand Image* dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah merupakan batasan dari penelitian ini. Keterbatasan penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung dengan responden penelitian yaitu nasabah dari Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung.

G. Penegasan Variabel

Untuk menghindari kesalah pahaman dan memberikan kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak terjadi perbedaan penafsiran terhadap judul penelitian. Maka perlu dibuat penjelasan terhadap istilah-istilah tersebut. penegasan istilah dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

1. Secara Konseptual

Dalam operasional dimaksudkan untuk memberikan penjelasan mengenai judul penelitian yaitu pengaruh *Service Quality*, *Brand Image* dan Promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji pada Bank Panin Dubai Syariah.

a. *Service Quality*

Service Quality merupakan suatu kelebihan yang diinginkan dan dikendalikan atas tingkat kelebihan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Kualitas diawali dari keperluan nasabah dan berujung pada respon nasabah. Baik atau tidaknya *service quality* dinilai oleh nasabah, karena merekalah yang menggunakan jasa perusahaan tersebut. Oleh karena itu, *service quality* harus diciptakan dengan sebaik mungkin guna untuk menciptakan suatu perusahaan yang unggul.[25]

b. *Brand Image*

Brand Image merupakan keyakinan konsumen terhadap suatu merek yang ada pada perusahaan. *Brand image* tersebut tercipta karena adanya suatu hal yang melekat pada pikiran konsumen, hal tersebut dapat meningkat karena disebabkan oleh banyaknya minat konsumen yang ingin memakai brand tersebut.[26]

---

[25] *Ibid*. hal. 61

[26] Eli Ahmad Mahiri, "Pengaruh Brand Image, dan Store Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran", *Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol. 9, No. 3, 2020), hal. 4

c. Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan interaksi antara lebih dari satu orang, yang bertujuan untuk mempublikasikan atau mengenalkan produk dan jasa yang dimiliki oleh suatu perusahaan kepada masyarakat luas guna untuk mengambil keputusan dalam sebuah produk yang ditawarkan.[27]

d. Keputusan Nasabah

Keputusan nasabah merupakan proses oleh beberapa tahapan yaitu berupa peluang informasi, pemahaman mengenai kebutuhan, pertimbangan mengenai pemikiran, keputusan dalam pembelian, dan sikap setelah melakukan pembelian.[28]

e. Produk Tabungan Haji

Produk tabungan haji merupakan dana simpanan yang pengambilanya menggunakan prinsip syariah, tetapi dana simpanan tersebut tidak bisa diambil menggunakan cek, bilyat giro atau dengan cara lainya. Tabungan sejenis tabungan haji tidak dapat ditutup sebelum nasabah melakukan pemberangkatan haji, kecuali ada suatu hal yang tidak memungkinkan untuk penutupan tabungan tersebut.[29]

---

[27] Ningrum, Lilian Mega Puri, dan Eva Ratnasari, "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Qolsa Metro", *Jurnal of Student Research*, Vol. 1 No. 1, 2023, hal. 398

[28] Puput Purnama, Farid Hidayat, Rahmat Levaji, dan Sugiyanto, "Analisis Keputusan dalam Memilih Bank Syariah Indonesia", *Jurnal Manajemen*, Vol. 3, No.2, 2023), hal. 712

[29] Muhammad Suhri, "Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar", *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam,* Vol. 1, No. 1, 2021, hal. 44

f. Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasional sesuai dengan ketentuan islam Al-qur'an dan Hadist. Bank Syariah memberikan layanan dan jasa menggunakan prinsip bagi hasil tanpa bunga atau riba.[30]

2. Secara Operasional

Penegasan operasional dari judul "Pengaruh *Service Quality*, *Brand Image* dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji pada Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung". Penelitian ini menggunakan pendeketan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan pengaruh antara *Service Quality*, *Brand Image* dan Promosi dengan keputusan nasabah sebagai variabel terikat (*variable dependent*) pada Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dengan sumber data yaitu kuisioner. Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Data yang terkumpul selanjutnya akan dianalisis dengan beberapa tahap yaitu uji validitas dan reliabilitas.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran dan untuk mempermudah analisis materi dalam penulisan penelitian ini, maka penulis membagi penelitian ini

[30] Handi Agustin, "Teori Bank Syariah", *Jurnal Perbankan Syariah,* Vol. 2, No. 1, 2021, hal.68

menjadi lima bab, setiap sub bab mempunyai pembahasan sendiri yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Tujuan penelitian ini yaitu saling mendapat gambaran atau pembahasan masing-masing bagian atau berkaitan, sehingga dalam hal ini akan memperoleh penelitian ilmiah dan sistematis dan dapat dipercaya faktanya. Adapun sistematika yang disusun penulis yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, definisi operasional, landasan teori, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan kajian teori mengenai Bank Panin Dubai Syariah, *Service Quality*, *Brand Image*, Promosi, Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji. Serta hasil peneliti terdahulu yang relevan sebagai acuan dan referensi bagi peneliti, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian sebagai dasar untuk menjawab permasalahan.

BAB III: METODE PENELITIAN

Meliputi desain penelitian, variabel penelitian, lokasi penelitian, populasi atau sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, validitas dan reabilitas instrumen, teknik pengelolaan data dan analisis.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian, peneliti memaparkan dalam bentuk narasi hasil tes yang telah diuji. Hasil penelitian ini berisi tentang data-data hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini peneliti memaparkan pembahasan berisi jawaban atas rumusan masalah dari penelitian, hasil temuan dan analisis yang telah di lakukan kemudian dijelaskan mengenai dampak yang ditimbulkan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi dua hal yaitu kesimpulan dan saran.