

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan adalah suatu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang. Perbankan syariah merupakan suatu lembaga keuangan dimana usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat Islam.

Bank syariah yang didirikan pertama di Indonesia adalah PT Bank Muamalat Indonesia tahun 1991. Majelis Ulama Indonesia (MUI), Pemerintah dan dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia serta pengusaha-pengusaha muslim yang memelopori Bank syariah Muamalat Indonesia. Sejak disahkan Undang Undang No. 7 Tahun 1992 tentang bank bagi hasil, perbankan syariah mulai menunjukkan prospeknya yang sangat bagus Undang-Undang No. 10 tahun 1998 yang diterbitkan tentang dasar hukum bagi pengembang perbankan syariah di Indonesia menggantikan Undang-undang No. 7 tahun 1992.²

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (selanjutnya disebut BSI) resmi beroperasi pada 1 Februari 2021. BSI merupakan bank syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan (merger) tiga bank syariah dari Himpunan

² Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), hlm. 5

Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS). Terobosan kebijakan pemerintah untuk melakukan merger tiga bank syariah ini diharapkan dapat memberikan pilihan lembaga keuangan baru bagi masyarakat sekaligus mampu mendorong perekonomian nasional.

Sebelumnya, Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pada tanggal 12 Oktober 2020 mengumumkan secara resmi bahwa telah dimulai proses *merger* tiga bank umum syariah anak usaha bank BUMN dan ditargetkan selesai pada bulan Februari 2021.

Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu bank yang terpercaya dan memiliki jaringan yang terluas, saat ini memiliki beberapa produk unggulan yang di tawarkan oleh bank syariah indonesia seperti pemberian modal bagi masyarakat yang membutuhkan modal usaha, pinjaman untuk pembelian kebutuhan masyarakat seperti rumah, kendaraan, maupun kebutuhan yang sesuai dengan standar yang ditentukan, begitu juga dengan berbagai produk untuk kesejahteraan masyarakat, misalnya produk simpanan yang memberikan kemudahan dengan aspek keuntungan bagi masyarakat, simpanan bagi kebutuhan anak-anak dalam kebutuhan pendidikan, kesehatan, maupun jiwa sebagai bentuk asuransi bank terhadap masyarakat.³

Secara praktis, perbankan mempunyai peran penting atas kebutuhan masyarakat. Aplikasi yang dibangun di dalam perbankan seyogyanya untuk kepentingan dan kebutuhan keuangan masyarakat yang disimpan oleh

³ Hayat, "Globalisasi Perbankan Syariah: Tinjauan Teoritis dan Praktis dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015", *Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, Vol. 11, No. 2, Desember 2014, hlm. 294

bank dan dapat diambil kembali jika dibutuhkan. Perkembangan perbankan menjadi sebuah kebutuhan bagi masyarakat modern saat ini, yaitu dengan prinsip kemudahan dan praktis bagi setiap kebutuhan masyarakat. Masyarakat modern membutuhkan sebuah pekerjaan yang instan, yaitu tidak mau “repot” dalam kebutuhannya, maupun menyimpan uangnya.⁴

Meningkatnya pertumbuhan perbankan merupakan keniscayaan atas dasar kebutuhan masyarakat atas hartanya. Hal itu terlihat dari bermunculannya perbankan syariah dalam skala yang lebih besar. Konsep perbankan syariah didasarkan atas ekonomi secara Islam yang berlandaskan kepada ketentuan al- Quran dan al-Hadist. Islam sangat berhati-hati terhadap transaksi dalam bidang ekonomi, karena didalamnya mengandung unsur-unsur yang mengarah kepada kebathilan.⁵

Untuk meningkatkan laju pertumbuhan perbankan syariah, maka salah satu yang diperhatikan adalah produk-produk unggulan. Perbankan syariah wajib mengemas setiap memiliki daya tarik tersendiri bagi setiap nasabah, termasuk kemampuan memasarkannya kepada nasabah. Tugas pemasaran merupakan peranan penting dalam menunjang keberhasilan yang berhubungan langsung dengan konsumen atau nasabah sehingga dapat mempengaruhi konsumen atau nasabah untuk memutuskan, memakai atau tidak produk yang ditawarkan.

Dengan banyaknya bisnis perbankan di kota Kediri, masyarakat memiliki lebih banyak pilihan dalam mengelola dananya. Baik Bank Syariah

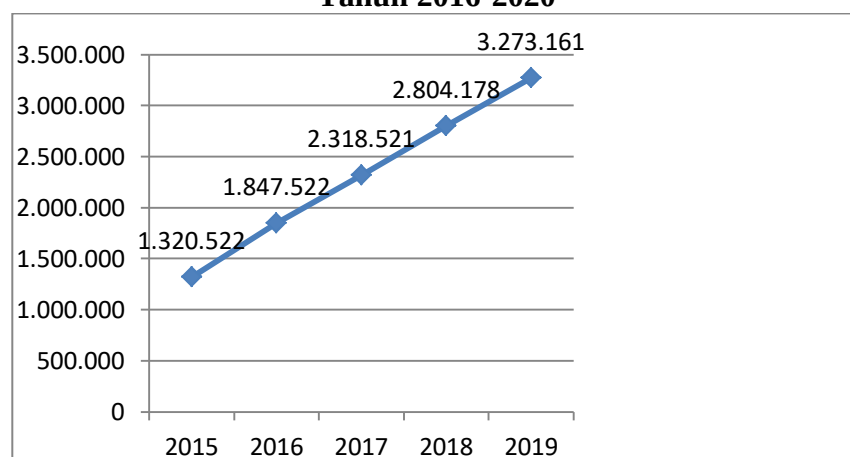
⁴ *Ibid.*, hlm. 294

⁵ *Ibid.*, hlm. 295

maupun Bank Konvensional menawarkan begitu banyak fasilitas pelayanan, promosi dan produk yang sangat memanjakan para nasabahnya. Kondisi persaingan bisnis perbankan ini mendorong setiap bankir untuk mencari berbagai strategi pelayanan terbaik agar dapat menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang telah ada, termasuk strategi penawaran produk tabungan haji.

Salah satu bank yang gencar memberikan promosi produknya adalah Bank Syariah Indonesia. Bank Syariah Indonesia menawarkan sesuatu yang baru yaitu Tabungan haji Indonesia dengan kemudahan dan juga profesionalitas, Dilihat dari jumlah nasabah yang menabung pun cukup banyak. Berikut ini adalah jumlah nasabah Tabungan haji Indonesia di Bank Syariah Indonesia pada lima tahun terakhir:.

Grafik 1.1
Jumlah Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia
Tahun 2016-2020



Sumber: Laporan Tahunan Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan grafik 1.1 diatas yang menggambarkan jumlah tabungan keseluruhan Bank Syariah Indonesia dari tahun 2015 sampai 2019 mengalami kenaikan pertahun. Di tahun 2015 tabungan Bank Syariah Indonesia jumlah

penggunanya sebesar 1.320.522. Sedangkan di tahun 2016 jumlah tabungan Bank Syariah Indonesia mengalami kenaikan dengan pengguna 1.847.522. Di tahun 2017 dan 2018 terus mengalami kenaikan, tahun 2017 tabungan di Bank Syariah Indonesia sebesar 2.318.521 dan di tahun 2018 sebesar 2.804.178. Dan terakhir pada tahun 2019 dengan jumlah pengguna yaitu 3.273.161.

Permasalahan utama yang dihadapi lembaga keuangan syariah saat ini dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan kompetitif adalah bagaimana menarik minat pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang.

Minat menggunakan merupakan keinginan dari suatu perasaan, prasangka, harapan, kecenderungan, pendirian yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu yang dipengaruhi oleh beberapa faktor perilaku konsumen. Menurut Shaleh: Minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan suatu perhatian dan bertindak untuk melakukan suatu aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut yang disertai dengan perasaan senang. Pada dasarnya jika seseorang tersebut mempunyai minat pada sesuatu, maka ia akan dapat menerima dengan baik dan bersikap positif dengan suatu obyek atau lingkungan yang menjadi obyek minatnya.⁶

Untuk mewujudkan tersebut diperlukan cara marketing yang tepat dengan memperhatikan perilaku konsumen. Menurut Lamb, Hair dan

⁶ Abdul Haris Romdhoni, Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 4, No. 2, Juni 2018, hlm. 138

McDaniel: perilaku konsumen merupakan proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan membeli, juga untuk menggunakan dan membuang barang-barang dan jasa-jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor maketing mix yang dikelompokkan dalam beberapa bauran (produk, harga, distribusi, promosi), faktor budaya meliputi (budaya dan kelas sosial), faktor sosial meliputi (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), faktor pribadi meliputi (usia dan tahap siklus hidup, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), faktor Psikologis meliputi (motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap).⁷

Sesuai dengan judul yang terangkat dalam penelitian ini dan sesuai teori yang dikemukakan oleh Lamb, Hair dan McDaniel, peneliti mengambil variabel tiga variabel yaitu, Kepercayaan (X1), Kualitas Layanan (X2), Pengetahuan Produk (X3), yang tentunya memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan produk tabungan haji bank syariah Indonesia.

Salah satu faktor yang penting untuk mengkaji perkembangan bank syariah adalah meningkatkan kepercayaan kepada masyarakat tentang keberadaan bank syariah Indonesia termasuk produk apa saja yang ditawarkan oleh bank syariah Indonesia. Menurut Siagian dan Cahyono: kepercayaan merupakan sebuah keyakinan dari salah satu pihak mengenai maksud dan perilaku yang ditujukan kepada pihak yang lainnya, dengandemikian kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai suatu harapan

⁷ Roni Andespa, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah", *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol 2 No 1, Januari 2017, hlm. 45

konsumen bahwa penyedia jasa bisa dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya. Kepercayaan telah dipertimbangkan sebagai transaksi antara penjual dan pembeli agar minat beli yang terus menerus secara berulang dan terwujud sesuai dengan yang diharapkan.⁸

Ketika nasabah merasa aman dan percaya terhadap Bank Syariah Indonesia, maka nasabah tidak akan ragu menyimpan uangnya dalam bentuk tabungan haji dengan nama tabungan mabrur karena telah dijamin oleh LPS sekaligus data nasabah tetap aman. Dengan inovasi Bank Syariah Indonesia dengan membuka tabungan Haji yang memiliki banyak kelebihan dan tentunya tetap dalam prinsip syariah. Dan nasabah mengambil suatu keputusan, akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan yang dapat dipercaya. Dengan meningkatnya rasa kepercayaan nasabah terhadap tabungan pada suatu lembaga keuangan maka sangat berpengaruh terhadap tingkat tabungan setiap tahunnya.

Kedua variabel pelayanan menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan menggunakan suatu produk. Menurut Tjiptono dan Chandra: Kualitas Pelayanan adalah seberapa jauh sebuah website memfasilitasi pembelian yang efektif dan efisien, pembelian, dan penyampaian produk atau jasa. Pada dasarnya sebuah pelayanan yang baik akan mampu memberikan efek pada konsumen dalam melakukan transaksi kembali hal ini

⁸ Rendra Wiku W, Hartono, Ghia Subagja, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulan *Online* (Studi Pada Pengguna Aplikasi TIX.ID di Bandar Lampung)", *Jurnal Kompetitif Bisnis*, Vol. 1, No. 5, Maret 2021, hml. 215

memberikan sebuah rasa yang dirasakan akan kualitas pelayanan tersebut untuk di ulang kembali.⁹

Dalam bidang usaha jasa, bank syariah Indonesia harus memperhatikan tentang kualitas pelayanan, karena sering dijumpai seorang nasabah berpindah ke bank lain hanya karena kualitas pelayanan yang kurang baik. Keberhasilan suatu bank ditentukan oleh bagaimana seorang penyedia layanan/petugas bank berperilaku dan karakter sesuai dengan standar pelayanan, kepada nasabah atau calon nasabah sehingga dapat menarik minat dalam keputusan penggunaan produk. Bank Syariah Indonesia selama masa pandemi ini tetap memperhatikan pelayanannya, dengan tetap menetapkan protokol kesehatan dan memaksimalkan penggunaan teknologi untuk melakukan penawaran secara daring serta memaksimalkan layanan seperti pembayaran atau transfer melalui aplikasi mobile. Dengan pelayanan yang baik diberikan oleh Bank Syariah Indonesia maka motivasi nasabah memiliki tabungan haji akan semakin tinggi juga.

Ketiga pengetahuan produk menjadi faktor penting dalam mempengaruhi motivasi nasabah memiliki tabungan. Menurut Sumarwan *Product knowledge* atau pengetahuan produk adalah kumpulan informasi suatu produk di mana pengetahuan ini mencakup merek produk, harga

⁹ Rendra Wiku W, Hartono, Ghia Subagja, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulan *Online* (Studi Pada Pengguna Aplikasi TIX.ID di Bandar Lampung,... hlm. 215

produk, kategori produk, atribut atau fitur produk, terminologi produk, dan kepercayaan pada suatu produk.¹⁰

Jadi pengetahuan yang dimiliki secara tinggi dan lebih dari konsumen akan sebuah produk yang ingin dia miliki atau beli maka akan semakin detail dan realistis juga cara untuk memilih sebuah produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu seorang marketer atau orang yang menjadi pelaku penjualan produk harus memahami secara detail terlebih dahulu perilaku konsumen dalam menawarkan sebuah produk.

Bank Syariah Indonesia memberikan pengetahuan tentang produk kepada nasabahnya melalui media sosial, yaitu website Bank Syariah Indonesia yang dapat dijangkau setiap saat. Tabungan haji merupakan inovasi yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia. Salah satu faktor yang paling fundamental dalam solusi tersebut ialah pengetahuan akan produk. Jika pengetahuan produk masyarakat akan perbankan semakin tinggi maka dapat berpengaruh terhadap tingkat nasabah di bank. Hal ini juga akan berpengaruh terhadap tingkat pengguna Tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia.

Fenomena masyarakat yang masih menganggap bahwa berangkat haji harus memiliki uang banyak puluhan juta rupiah padahal keinginan berangkat haji bisa dengan menabung di perbankan syariah yang menyediakan layanan tabungan haji sambil menunggu jadwal keberangkatan haji. Anggapan tersebut merupakan suatu masalah yang harus dipecahkan. Undang-Undang tentang perbankan syariah memiliki hikmah tersendiri bagi masyarakat

¹⁰ Ilham Candra Prayoga, Yessy Artanti, "Peran Kredibilitas Influencer, Pengetahuan Produk, dan Negara Asal pada Niat Beli Smartphone Oppo A9 2020", *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 5, No. 1, April 2021, hlm. 114

Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah muslim khususnya umat Islam yang menginginkan hadirnya bank syariah dan mengerti dan paham bahwa riba itu dilarang dalam Islam. Sehingga bank syariah menjadi salah satu alternatif bagi semua umat muslim dalam menabung tabungan maupun melakukan pembiayaan tanpa adanya keraguan. Dalam prinsipnya nasabah sebagai shahibul maal dan pihak bank sebagai mudharib bukan hubungan debitur dan kreditur.

Peneliti mengambil objek penelitian di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Kediri dikarenakan Bank Syariah Indonesia tersebut menjaga inklusifitasnya, terbuka bagi semua masyarakat Indonesia tanpa membedakan latar belakangnya, maka di nilai sebagai bank yang menerima semua golongan dan tidak menganut SARA. Dengan adanya produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia bertujuan memudahkan masyarakat menengah kebawah untuk memiliki tabungan karena setoran awalnya ringan, selain itu masyarakat juga mendapatkan pengetahuan mengenai bank berbasis syariah.

Berdasarkan latar belakang diatas, ada banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat/nasabah yang memutuskan untuk menabung di bank syariah, sehingga peneliti tertarik untuk menemukan fakta mengenai seberapa besar pengaruh dari kepercayaan, kualitas layanan, dan pengetahuan produk terhadap minat penggunaan tabungan haji bank syariah indonesia di perbankan syariah khususnya di Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center. Penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center yang penduduknya mayoritas beragama Islam yang

dianggap dapat mempengaruhi motivasi kepemilikan tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center. Sehingga, peneliti akan mengadakan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Penggunaan Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini dibatasi dengan kajian:

1. Tingkat kepercayaan nasabah ditunjukan oleh tingkat dana pihak ketiga (DPK). Semakin tinggi kepercayaan nasabah akan mempengaruhi tingkat pengguna Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center.
2. Dari tahun ke tahun perbankan mulai membenahi sistem pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Tingkat pelayanan akan mempengaruhi minat penggunaan tabungan haji Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center.
3. Pengetahuan produk yang relevan dari Bank Syariah Indonesia KC Kediri mengenai kriteria-kriteria produk, dan kelebihan maupun kekurangan akan mempengaruhi tingkat Tabungan Haji.
4. Bank Syariah Indonesia merupakan lembaga keuangan sesuai prinsip syariah, dengan berinovasi membuat produk sesuai prinsip syariah yaitu Tabungan Haji maka dapat mempengaruhi minat nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center.

5. Tingkat kepercayaan, pelayanan, dan pengetahuan produk akan mempengaruhi minat penggunaan Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center?
3. Apakah Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center?
4. Apakah Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center?
5. Variabel mana yang lebih dominan Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center?

D. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap minat penggunaan Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center.

2. Menganalisis pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap minat penggunaan Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center.
3. Menganalisis pengaruh pengetahuan produk secara parsial terhadap minat penggunaan Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center.
4. Menganalisis pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan pengetahuan produk secara simultan terhadap minat penggunaan Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center.
5. Untuk menguji faktor mana yang paling dominan pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan pengetahuan produk secara simultan terhadap minat penggunaan Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Adapun penelitian ini yaitu:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana untuk mendapatkan pengalaman serta wawasan lebih mengenai perbankan syariah dalam manajemen pemasaran terkait dengan Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini juga bermanfaat untuk menginterpretasikan mengenai pengaruh faktor kepercayaan, kualitas layanan, dan pengetahuan

produk terhadap minat penggunaan tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center..

2. Secara Praktis

a. Bagi Perbankan

Bagi perbankan dan lembaga keuangan lainnya, terutama Bank Syariah Indonesia diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pimpinan untuk dapat memberikan perhatian terhadap motivasi nasabah dalam kepemilikan atau penggunaan Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia.

b. Bagi Akademik

Dengan adanya peneliti diharapkan dapat memperkaya perbendaharaan kepustakaan Institut Agama Islam Negeri Kediri dalam manajemen sumber daya manusia. Dan sebagai sumbangsih pemikiran dan informasi untuk menambahkan wacana keilmuan secara teori dan praktek bagi pembaca.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk memberi gambaran kepada peneliti yang selanjutnya bahwa seberapa besar pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan pengetahuan produk terhadap motivasi nasabah dalam kepemilikan Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam kajian yang sama dengan variabel yang berbeda.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Untuk menghindari salah satu penafsiran dalam memahami judul penelitian tersebut, perlu kiranya untuk diberikan penjelasan mengenai ruang lingkup dan pembatasan penelitian:

1. Ruang Lingkup

Variabel yang mempengaruhi motivasi nasabah dalam kepemilikan Tabungan Haji:

- a. Kepercayaan
- b. Kualitas Layanan
- c. Pengetahuan Produk

2. Keterbatasan Penelitian

- a. Agar pembahasan skripsi ini jelas dan terarah apa yang hendak dicapai, maka peneliti perlu membatasi penelitian pada variabel independen yaitu kepercayaan, kualitas layanan, dan pengetahuan produk. Sedangkan satu variabel dependen yaitu motivasi nasabah dalam kepemilikan tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center.
- b. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer, dengan membuat angket atau kuesioner berupa daftar pertanyaan yang akan di sebarakan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia. Karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya maka tidak memungkinkan penulis untuk meneliti seluruh nasabah.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

- a. Pengaruh adalah suatu daya yang ada atau tumbuh dari suatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.
- b. Kepercayaan merupakan keyakinan pengguna dalam bertransaksi dengan harapan yang tinggi dan pertukaran yang memuaskan.¹¹
- c. Kualitas Layanan merupakan nasabah akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan dari bank syariah yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dan keinginannya.¹²
- d. Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagi informasi mengenai produk.¹³
- e. Anggota atau nasabah adalah fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa.¹⁴
- f. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau yang lainnya.¹⁵

¹¹ Muhammad Fachmi dan Ikrar Putra Setiawan, *Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah Analisis Kasus Melalui Riset di Industri Asuransi Jiwa*, (Malang: CV. Pustaka Learning Center, 2020), hlm. 8

¹² Ririn Wulandari dan Fikri Aulawi Rusmahafi, *Membidik Nasabah Bank Syariah*, (Yogyakarta: CV. Nas Media Pustaka, 2020), hlm.91

¹³ Rifqi Suprpto dan M. Zaky Wahyuddin Azizi, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, (Ponorogo: Myriad Publisher, 2020), hlm. 20

¹⁴ Kurniati Karim, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*, (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), hlm. 31

¹⁵ Trisadini P. Usanti dan Abd. Shomad, *Hukum Perbankan*, (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2016), hlm. 24

- g. Bank Syariah merupakan lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist.

2. Definisi Operasional

“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Pengetahuan Produk, Terhadap Minat Penggunaan Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center.” merupakan penelitian yang ditujukan untuk mengetahui adanya hubungan antar variabel independen dan variabel dependen pada lembaga keuangan syariah tersebut.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk gambaran yang cukup jelas mengenai penelitian ini maka penulis menjelaskan sistematika penyusunan skripsi sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Terdiri halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, moto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi, dan abstrak.

2. Bagian utama (inti) yang terdiri dari lima bab yang masing-masing terdiri dari:

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menguraikan beberapa alasan teoritis dan atau alasan praktis mengenai judul yang akan diteliti. Hal tersebut akan diuraikan secara garis besar

mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, sistematika penulisan.

BAB II

LANDASAN TEORI

Pada bab ini digunakan sebagai pijakan peneliti untuk menganalisis data hasil penelitian. Dalam bab landasan teori ini mengenai konsep atau variabel-variabel yang relevan dalam penelitian. Landasan teori memuat dua pokok yaitu, hasil penelitian terdahulu dan kerangka berpikir teoritis atau paradigmatis.

BAB III

METODE PENELITIAN

Di bab ini menjelaskan mengenai cara memperoleh data, menganalisis data, dan menguji data. Dalam bab ini memuat tentang rancangan penelitian yang berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi sampling dan sampel, sumber data dan variabel penelitian, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta menganalisis data.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

Pada bab ini akan menguraikan hasil analisis data terhadap variabel yang diteliti. Dalam pembahasan hasil penelitian dapat memberikan argumentasi teoritis terhadap hasil analisis data. Hasil penelitian berisi tentang paparan data dan temuan penelitian.

BAB V

PEMBAHASAN

Dalam bab ini dijelaskan tentang analisis cara melakukan konfirmasi antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang ada serta jawaban dari rumusan masalah.

BAB VI

PENUTUP

Pada bab ini menguraikan mengenai rangkuman dari permasalahan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan. Kemudian menarik kesimpulan yang merupakan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah serta mengemukakan gagasan-gagasan atas dasar hasil penelitian tersebut.

3. Bagian Akhir

Terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup.