

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, yang dimaksud dengan Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim, dan obyek yang haram. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Bank Syariah diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas memberikan nasihat dan saran kepada direksi serta mengawasi kegiatan Bank agar sesuai dengan prinsip syariah.(<https://www.ojk.go.id>)

Kegiatan usaha yang dilakukan oleh Bank Syariah meliputi kegiatan penghimpunan dana, penyaluran dana langsung maupun tidak langsung, dan jasa layanan. Kegiatan penghimpunan dalam bank syariah tersebut bisa dalam bentuk tabungan, giro, maupun bentuk lainnya dan disajikan dalam produk wadiah, mudharabah, simpanan berjangka, dll. Bank syariah juga melakukan kegiatan penyaluran dana dalam aspek jual beli, sewa, maupun investasi. Selain itu, bank syariah juga menyediakan fasilitas untuk jasa layanan.

Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, perbankan syariah kian mengalami kemajuan yang sangat pesat, baik dalam segi fasilitas, teknologi, dan pangsa pasar. Bank syariah lebih dikenal dan diminati masyarakat luas karena kemudahan dan kenyamanannya saat bertransaksi melalui bank syariah.

Salah satu produk pada bank syariah yang diminati nasabah ataupun calon nasabah adalah penghimpunan dana, atau yang lebih dikenal dengan istilah tabungan. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syariat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Dengan kata lain, tabungan adalah salah satu bentuk simpanan yang diperlukan masyarakat untuk menyimpan kekayaannya. (Ismail, 2015, p. 48)

Pada tabungan di bank syariah terdapat dua jenis akad tabungan yaitu akad mudharabah dan akad wadiah. Tabungan dengan prinsip mudharabah dan wadiah dibenarkan secara syariah dan di atur dalam Fatwa DSN NO: 02/DSN-MUI/IV/2000 dengan mempertimbangkan bahwa dalam peningkatan kesejahteraan dan penyimpanan kekayaan, jasa perbankan diperlukan oleh masyarakat sekarang ini. Tabungan menjadi salah satu produk perbankan di bidang penghimpunan dana dari masyarakat yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat tertentu yang telah disepakati (Fatwa Dewan Syariah Nasional : Tentang Tabungan, 2000).

Perkembangan peran perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia secara umum. Sistem perbankan syariah juga di atur dalam Undang-undang No. 1 tahun 1998 di mana bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Peran bank syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berimbang. (Shomad & P Usanti, 2013, p. hlm. 8-11)

Sistem pada tabungan akad wadiah sangat berbeda dengan sistem yang ada pada tabungan akad mudharabah. Perbedaan ini terjadi karena tabungan dengan akad wadiah tidak menerapkan skema bagi hasil sebagaimana yang diterapkan dalam tabungan dengan akad mudharabah. Dana yang dititipkan menggunakan akad wadiah ini hanya berupa titipan murni tanpa adanya penambahan maupun pengurangan nilai di dalamnya. Namun, insentif berbentuk bonus boleh diberikan kepada nasabah tabungan akad wadiah sebagai bentuk balas jasa karena sudah menitipkan dananya pada bank tersebut (Antonio, 2007).

Dikota baru yang mayoritas penduduknya beragama islam, merupakan potensi sebagai tempat tumbuh kembangnya kegiatan kegiatan ekonomi. Dalam hal ini dipandang dari sumber daya dan aktivitas perekonomian suatu wilayah serta pola sikap dari perilaku ekonomi seperti banyaknya kegiatan ekonomi pasar dan tempat usaha lainnya terhadap

produk dan jasa lembaga keuangan syariah. Meskipun mayoritas penduduk kotabaru adalah beragama Islam, tetapi pengembangan produk syariah berjalan lambat hal ini dikarenakan banyaknya lembaga keuangan konvensional seperti bank BRI , Bank Mandiri, bank BCA, bank BNI, dan lainnya.

Untuk mendukung hal tersebut Bank Syariah Indonesia dituntut memahami perilaku dan sikap nasabah. Sikap nasabah dapat menunjukkan gambaran yang dibutuhkan nasabah, alasan menggunakan jasa serta faktor yang mempengaruhi keputusan seperti keadaan pasar, kebutuhan masyarakat yang saat ini harus dipenuhi salah satunya adalah kebutuhan menyimpan dana di Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru.

Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu bank yang ada di Kotabaru. Bank Syariah Indonesia banyak diminati masyarakat, maupun kalangan mahasiswa dalam melakukan transaksi maupun menabung. Hal ini dibuktikan jumlah nasabah yang setiap tahun meningkat sejak dijadikan satu bank-bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia. Pada Bank Syariah Indonesia yang menjadi objek penelitian ini ada satu produk tabungan BSI, yakni tabungan akad wadiah. Tabungan wadiah merupakan transaksi penitipan dana atau barang dari pemilik (nasabah) kepada penyimpan dana (bank) dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu. Tabungan wadiah ini biasanya digunakan oleh nasabah yang hanya sekedar ingin menyimpan dananya dalam jangka pendek. Adapun mereka yang

menabung dengan wadiah biasanya berasal dari kalangan masyarakat menengah ke bawah, pelajar hingga mahasiswa. Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank syariah mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang produktif dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya.

Dalam menunjukkan produk yang dimiliki seperti gadai maupun tabungan, bank juga harus memberikan informasi kepada masyarakat melalui promosi. Menurut Fandi Tjiptono promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar lebih bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang di tawarkan perusahaan bersangkutan (Tjiptono, 2015, p. 82). Promosi yang dapat dilakukan bank harus memberikan informasi yang tepat dimana komunikasi berperan penting, dalam hal ini promosi menjadi suatu yang berharga. Karena, komunikasi merupakan karakter yang penting dalam membangun hubungan. Dengan diadakan promosi maka masyarakat mengetahui apa saja yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru serta menambah minat masyarakat untuk menabung. Namun tindakan promosi oleh Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru juga bisa mengurangi niat masyarakat bila dilakukan dengan tujuan yang tidak tepat atau berlebihan, oleh karena itu Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru harus dapat memanfaatkan dengan benar media

promosi seperti iklan media cetak atau elektronik, promosi langsung atau mengadakan *event* atau acara yang tersedia.

Hal ini ditunjukkan dengan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru.

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah

Tahun	Jumlah Nasabah Tabungan Wadiah	Jumlah Nasabah Tabungan Mudharabah
2021	108	98
2022	132	113
2023	147	121
Total	387	333

Sumber : *Data diolah oleh peneliti, 2024*

Dalam melakukan persaingan, Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru harus memberikan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2014, p. 268). Kualitas pelayanan dapat di artikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas pelayanan merupakan suatu proses evaluasi menyeluruh pelanggan mengenai kesempurnaan kinerja layanan.

Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap anggota maupun calon anggota sehingga dapat menarik minat anggota atau calon anggota untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Kualitas pelayanan yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru pun sangat baik.

Dalam praktiknya pelayanan jasa keuangan dilembaga keuangan dilakukan oleh karyawan lembaga keuangan seperti customer service, teller atau kasir maupun public relation (Kasmir, 2017, p. 249) . Selain pelayanan yang dilakukan secara langsung, ada pula pelayanan yang dilakukan secara tidak langsung yaitu melalui pelayanan yang dilayani oleh mesin seperti mesin *Automated Teller Machine* (ATM), e-Banking, SMS Banking atau yang lainnya.(Kasmir, 2017, p. 48).

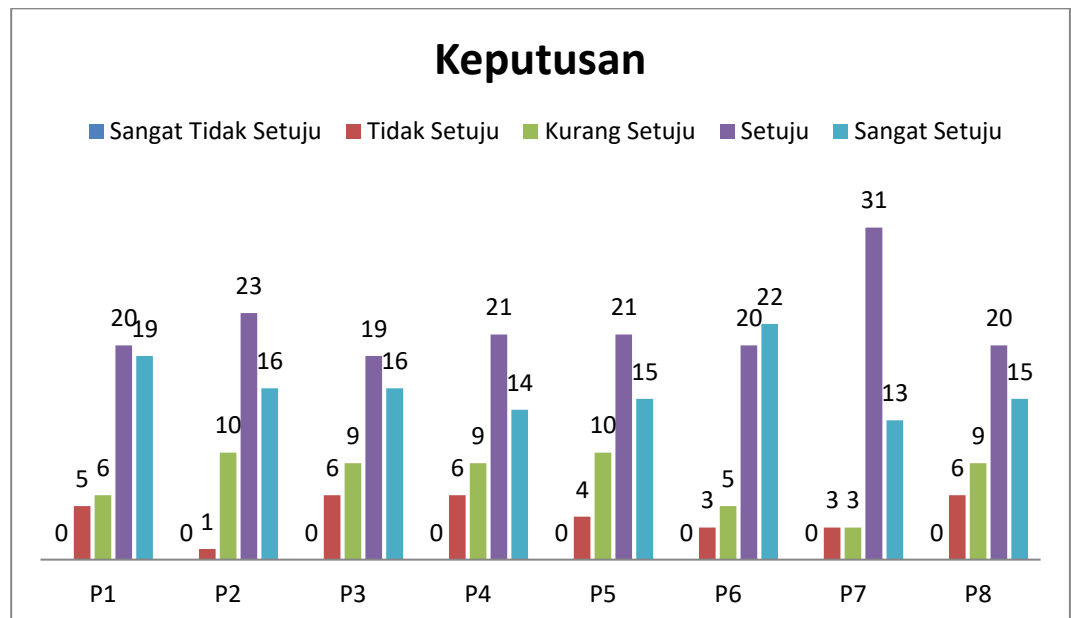
Keputusan adalah suatu proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, kesimpulan dan rekomendasi. Rekomendasi yang ada, kemudian dipakai sebagai dasar dari pengambilan sebuah keputusan (Hamdani, 2018, p. 23). Willian J. Stanton mengatakan, keputusan pembelian produk untuk kebanyakan produk hanyalah suatu kegiatan rutin dalam arti yang sama. Namun, apabila terjadi perubahan harga, produk, dan pelayanan yang diterima maka konsumen tersebut mungkin tidak akan mengulangi keputusan pembeliannya lagi dan mempertimbangkan berbagai alternatif produk lainnya (Usman Effendi, 2016, p. 247). Saat mengambil keputusan untuk menabung dan memilih jenis tabungan, nasabah dan calon nasabah

tersebut terlebih dahulu menganalisis hal-hal yang berhubungan dengan produk tabungan yang diinginkan. Nasabah akan lebih mengenali dan memahami terlebih jenis tabungan yang sesuai dengan kebutuhannya, kemudian nasabah melihat beberapa alternatif produk dari lembaga keuangan lain yang sesuai dengan keinginannya, sehingga ketika nasabah mengambil keputusan untuk memilih salah satu jenis tabungan, nasabah tersebut mendapat kepuasan terhadap produk yang telah dipilihnya.

Hasil survey atau observasi yang dilakukan peneliti pada bulan April 2023, menunjukkan keputusan, pemahaman dan sosialisasi terhadap masyarakat tentang jenis produk dan system layanan Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru masih sangat terbatas. Hal ini terbukti dengan penelitian *Tiara Lintang Utami dan Arief Maulana Novendra (2023)* yang berjudul “*Analisis tingkat Pemahaman Terhadap Sosialisasi Ekonomi Syariah*” menyatakan Sebanyak 36% hasil questionnaire menyatakan bahwa mereka mengetahui konsep dasar ekonomi syariah sedangkan sisanya sebanyak 64% menjawab ragu-ragu. Saat pertanyaan questionnaire di perdalam mengenai akad keuangan syariah, semakin berkurang responden yang mengetahui tentang akad tersebut yakni sebanyak 8%. Kemudian 32 % ragu-ragu, dan sisanya 60% menjawab tidak mengetahui soal akad keuangan syariah. Angka penurunan yang sangat signifikan dari 36% masyarakat yang menyatakan diri bahwa mengenal konsep dasar ekonomi syariah namun hanya 8% yang mengerti akad keuangan syariah. Kemudian mengenai produk perbankan syariah, hanya sekitar 10%

masyarakat yang memiliki produk dari perbankan syariah baik itu tabungan, deposito atau giro. Sisanya sebanyak 90% masyarakat desa Pangulah Selatan menyimpan dananya di Bank konvensional dengan alasan lebih banyak cabangnya, ATM, dan familiar Namanya dibandingkan dengan bank syariah. (Utami & Novendra, 2023, pp. 219–220) Sedangkan hasil survey keputusan nasabah dalam memilih menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru menunjukkan

Gambar 1. 1 Diagram Keputusan



Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024

Keterangan ;

P1 : Tertarik dengan tabungan akad wadiah

P2 : Pengetahuan informasi tabungan akad wadiah

P3 : Media promosi tabungan akad wadiah

P4 : Pengamatan terhadap tabungan akad wadiah

P5 : Evaluasi tabungan akad wadiah

P6 : Keputusan memilih tabungan akad wadiah

P7 : Keyakinan dengan tabungan akad wadiah

P8 : Kepuasan tabungan akad wadiah

Dari hasil survei keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru adalah pada pertanyaan pertama sampai sepuluh ada 0% yang menjawab sangat tidak setuju. Pertanyaan pertama ada 10% yang menjawab tidak setuju, 12% kurang setuju, 40% setuju dan 38% sangat setuju. . Pertanyaan kedua ada 2% yang menjawab tidak setuju, 20% kurang setuju, 46% setuju dan 32% sangat setuju. Pertanyaan ketiga ada 12% yang menjawab tidak setuju, 18% kurang setuju, 38% setuju dan 28% sangat setuju. Pertanyaan keempat ada 12% yang menjawab tidak setuju, 18% kurang setuju, 42% setuju dan 28% sangat setuju. Pertanyaan kelima ada 8% yang menjawab tidak setuju, 20% kurang setuju, 42% setuju dan 30% sangat setuju. Pertanyaan keenam ada 6% yang menjawab tidak setuju, 10% kurang setuju, 40% setuju dan 44% sangat setuju. Pertanyaan ketujuh ada 6% yang menjawab tidak setuju, 6% kurang setuju, 62% setuju dan 26% sangat setuju. Pertanyaan kedelapan ada 12% yang menjawab tidak setuju, 18% kurang setuju, 40% setuju dan 30% sangat setuju. Dari hasil keseluruhan banyak nasabah yang menggunakan tabungan wadiah di BSI KCP Kotabaru.

Adapun hasil wawancara dari Branch Manajer bapak Apriadi bahwa tabungan akad wadiah merupakan produk unggulan di Bank Syariah Indonesia karena banyaknya minat nasabah mengambil produk wadiah dan meningkat setiap tahun sebesar 15% dari tahun-tahun sebelumnya, di bandingkan mudharabah yang meningkat setiap tahun 10% dari tahun-tahun sebelumnya. Dikarenakan sebelum memilih produk nasabah di berikan penjelasan mengenai produk tabungan yang yang tersedia secara detail..

Beberapa peneliti telah mengangkat judul berkaitan pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan, dari hasil beberapa penelitian tersebut mempunyai hasil yang berbeda-beda. Dibeberapa penelitian terdahulu *Ima Mar'atus Sholikhah (2019)* yang berjudul " *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan di BRI Syariah KCP Ponorogo*" bahwa variabel promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan-keputusan nasabah. Begitu pula variabel promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan. *Ismail Marzuki Lubis (2019)* yang berjudul " *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Bank Muamalat Cabang Balaiikota Medan)*" bahwa Variabel promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah. *Wahyu Hidayat (2019)* yang berjudul " *Pengarug Promosi dan Kuitas*

Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadiah (Studi pada BMT ASSYAFI'YAH Cabang Pringsewu)” bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih tabungan wadiah, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih tabungan wadiah. *Dwi Susanti, Femei Purnamasari dan Diah Mukminatul Hasyim (vol.4 no.1. 2023)* yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Alwadhiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah*” bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah, variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah, dan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah. Dari beberapa penelitian terdahulu, maka penelitian tersebut mempunyai celah yang bisa di angkat kembali, dimana penelitian tersebut memiliki hasil yang berbeda-beda setiap variabel yang di teliti.

Di beberapa penelitian tersebut bahwa pengaruh promosi terdapat hasil signifikan dan tidak signifikan, kualitas pelayanan terdapat hasil signifikan dan tidak signifikan. Tidak ada promosi secara teori maka nasabah tidak akan tau, apalagi di era digital promosi sangat dibutuhkan. Dikarenakan marketing tidak lagi berperan secara langsung, tetapi bagaimana aktif ke media sosial. Dimana adanya promosi di era sekarang menjadi tantangan bisa mempegaruhi keputusan nasabah. Diera sekarang

kualitas pelayanan menjadi hal yang terpenting dan mempermudah nasabah menggunakan informasi dari sistem yang sudah dikelola dengan baik dijadikan bahwa kualitas pelayanan perlu ditingkatkan untuk meningkatkan keputusan nasabah. Tidak hanya kualitas pelayanan langsung saja yang baik, namun kualitas pelayanan digitalnya pun juga begitu baik seiring dengan berkembang teknologi sekarang. Dalam penelitian ini peneliti mengambil kualitas pelayanan secara langsung di Bank Syariah Indonesia KCP Kotabaru.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Akad Wadiah di BSI KCP Kotabaru”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat di peroleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah yang menggunakan tabungan akad wadiah di BSI KCP Kotabaru?
2. Apakah promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah yang menggunakan tabungan akad wadiah di BSI KCP Kotabaru ?

C. Tujuan Penelitian

Berawal dari permasalahan tersebut, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah yang menggunakan tabungan akad wadiah di BSI KCP Kotabaru.
2. Untuk mengetahui promosi dan kualitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah yang menggunakan tabungan akad wadiah di BSI KCP Kotabaru.

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian yang dilakukan, diharapkan hasilnya akan berguna sebagai:

1. Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan subangsih konseptual bagi perkembangan dunia ilmu ekonomi dan perbankan sebagai pembelajaran penerapan teori yang telah di peroleh semasa perkuliahan dan membandingkan dengan relaita yang ada di dunia nyata.

2. Praktis

Peneitian ini diharapkan dapat di jadikan pertimbangan bagi para pihak yang berkempentingan untuk memecahkan persoalan dan perbaikan dalam sektor perbankan syariah baik masa sekarang ataupun

masa yang akan datang sebagai sumbangan pemikiran dalam menambah khazanah ilmu pengembangan dan penalaran pengetahuan bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya UIN Antasari Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan yang mungkin terjadi dalam memahami judul serta permasalahan yang akan diteliti, maka penulis memberikan penjelasan sebagai berikut :

1. Promosi

promosi adalah suatu kegiatan yang sudah sangat umum dilakukan oleh para *marketer* untuk bisa memberikan informasi terkait suatu produk dan juga mendorong calon konsumen agar mau melakukan pembelian barang ataupun jasa yang ditawarkan perusahaan (ibnu, 2021). Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah komunikasi yang dilakukan produsen untuk menarik nasabah dalam menggunakan tabungan wadiah di BSI KCP Kotabaru.

2. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat mutu dari suatu yang ditawarkan kepada pihak lain yaitu konsumen. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang pelanggan (Kasmir, 2012, pp. 246–249).

Kualitas pelayanan yang di maksud dalam penelitian ini adalah dimana kualitas pelayanan secara langsung di Bank Syariah Indonesia mempunyai Kualitas yang bagus sehingga mendapatkan keputusan dari nasabah.

3. Keputusan

Keputusan adalah proses penelusuran yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Keputusan adalah suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisa kemungkina-kemungkinan dari alternatif tersebut bersama konsekuensinya.(n.d.). Keputusan yang di maksud dalam penelitian ini adalah dimana nasabah mengenali kebutuhannya, mencari informasi produk yang sesuai dan mengambil keputusan tentang produk yang akan di ambil di BSI KCP Kotabaru.

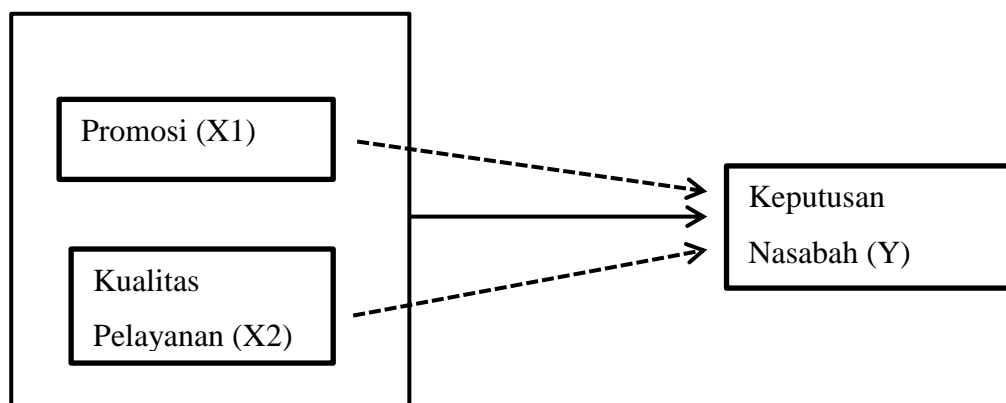
4. Akad wadiah

Wadiah adalah titipan dari nasabah yang harus dijaga oleh pihak yang dititipkan (dalam hal ini bank) dan wajib dikembalikan kapanpun pemiliknya ingin mengambil. Wadiah atau al-wadi'ah diambil dari prinsip Fiqih dalam Islam yakni Al-wadi'ah yang artinya titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki (*Dalam Prinsip Bank Syariah, Apa yang Dimaksud dengan Wadiah?*, 2022). Akad wadiah yang di maksud

dalam penelitian ini adalah dimana nasabah menggunakan tabungan wadiah sebagai tempat penyimpanan dana di BSI KCP Kotabaru.

F. Kerangka Pemikiran

Dengan memperhatikan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti akan menguraikan beberapa hal yang menjadi landasan sebagai pedoman dalam memecahkan masalah.



————— : Garis Simultan

----- : Garis Parsial

Didalam penelitian ini telah ditentukan dua variabel yakni variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Berdasarkan gambar diatas dapat diuraikan secara singkat bahwa penelitian parsial dan simultan merupakan penelitian yang berhubungan tentang pengaruh antar variabel, baik variabel independen (bebas) maupun variabel dependen (terikat). Parsial artinya pengaruh secara sebagian variabel independen (bebas) dari keseluruhan variabel dependen (terikat), sedangkan simultan artinya pengaruh secara keseluruhan variabel independen (bebas) dari keseluruhan variabel dependen (terikat).

Promosi adalah pertukaran informasi antara penjual dan pelanggan. Tujuannya adalah untuk mengenalkan konsumen terhadap produk tersebut sehingga mereka akan menjadi pembeli dan terus mengingatnya. Promosi pada dasarnya adalah suatu jenis komunikasi pemasaran, yang terdiri dari tindakan yang dimaksudkan untuk menginformasikan, mengingatkan, dan mempengaruhi pasar sasaran tentang perusahaan dan penawarannya agar mereka menerima, membeli, dan tetap setia pada produk perusahaan. Demikian pula halnya dengan keputusan mempunyai tabungan wadiah, promosi mempunyai kekuatan untuk menarik pembeli agar mencoba barang dan jasa yang tersedia.

Kualitas pelayanan dipersepsikan ketika nasabah menerima layanan yang lebih baik dari yang mereka perkirakan, mereka akan melihatnya sebagai layanan yang sangat baik dan berkualitas tinggi. Jika tidak, mereka akan menganggapnya baik dan memuaskan. Sebaliknya, jika tingkat pelayanan berada di bawah apa yang diharapkan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas rendah. Nasabah mempertimbangkan kualitas pelayanan saat memilih tabungan wadiah. Pelayanan nasabah yang baik akan menghasilkan kepuasan yang besar dan mendorong nasabah untuk bercerita kepada orang lain tentang produk BSI KCP Kotabaru khususnya tabungan wadiah.

Teori di atas menjelaskan mengapa keputusan nasabah dalam menggunakan jasa tabungan wadiah dipengaruhi oleh promosi dan kualitas pelayanan..

G. Hipotesis Penelitian

Penelitian Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya atau jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian dalam perumusan masalah. Dikatakan sementara karena merupakan jawaban yang berdasarkan teori, artinya masih perlu dilakukan pengujian secara empirik. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. H₀: Promosi dan Kualitas Pelayanan Tidak Berpengaruh secara simultan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Tabungan Akad Wadiah di BSI KCP Kotabaru.
H₁: Promosi dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh secara simultan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Tabungan Akad Wadiah di BSI KCP Kotabaru.
2. H₀: Promosi dan Kualitas Pelayanan Tidak Berpengaruh secara parsial Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Tabungan Akad Wadiah di BSI KCP Kotabaru.
H₂: Promosi dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh secara parsial Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Tabungan Wadiah di BSI KCP Kotabaru

H. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang peneliti rasa sangat relevan dengan penelitian terdahulu ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Hasil	Perbedaan
1.	Ellisa Nur Amalia (2021). <i>Persepsi Mahasiswa atas Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat menggunakan Akad Wadiah di Bank Syariah.</i>	Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif secara signifikansi terhadap minat, sedangkan promosi memiliki pengaruh positif secara tidak signifikansi terhadap minat.	Perbedaan dari skripsi adalah persepsi mahasiswa sedangkan di penelitian ini menggunakan nasabah yang berada di Kotabaru. Persamaan dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan promosi terhadap akad wadiah.
2.	Imam Fajar pratama (2016). <i>Faktor yang mempengaruhi</i>	Berdasarkan analisis yang dilakukan dengan uji t (parsial). Variabel periklanan	Perbedaan dari skripsi ini adalah menggunakan akad mudharabah di bank

No	Judul	Hasil	Perbedaan
	<p><i>Keputusan Nasabah Menabung Menggunakan Akad Wadiah Mudharabah di Bank Syariah.</i></p>	<p>berpengaruh negative secara signifikansi terhadap keputusan menabung mudharabah. Sedangkan variabel citra, kepercayaan, dan pendapatan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan menabung mudharabah.</p>	<p>syariah. Persamaan dari penelitian ini adalah keputusan nasabah dan menggunakan penelitian kuantitatif.</p>
3.	<p>Ricky Raynaldo Hafid (2018). <i>Analisis Komparatif Produk Tabungan Wadiah Yad Dhamanah dengan</i></p>	<p>Produk tabungan mudharabah mutlaqah lebih banyak diminati dari pada produk tabungan wadiah yad dhamanah, dikarena pada faktor-faktor produk tabungan yang</p>	<p>Perbedaan dari skripsi ini adalah menggunakan analisis komparatif dan mudharabah mutlaqah pada PT. Bank Syariah. Persamaan dalam</p>

No	Judul	Hasil	Perbedaan
	<i>Mudharabah Mutlaqah pada PT. Bank Syariah.</i>	berakad mudharabah mutlaqah lebih menguntungkan nasabah.	penelitian ini adalah menggunakan tabungan wadiah yad dhamanah
4.	Ratna Dwi Setyawati dan Mutiara Hanum (2023). <i>Analisis Minat Nasabah dalam Memilih Tabungan Wadiah pada Bank Syariah Indonesia KCP Soetta Ponorogo.</i>	Terdapat dua faktor minat dalam memilih tabungan wadiah yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi minat nasabah terdiri dari faktor pribadi, reigiusitas, pengetahuan dan keluarga, serta faktor eksternal yang meliputi faktor pekerjaan dan social budaya.	Perbedaan dari penelitian ini adalah analisis minat nasabah dalam memilih tabungan wadiah di BSI KCP Soetta Ponorogo. Persamaan dalam penelitian ini adalah pada tabungan wadiah dan metode kuantitatif.
5.	Subhan (2020).	Hasil penelitian	Perbedaan dari

No	Judul	Hasil	Perbedaan
	<i>Analisis Determinan Kualitas Layanan dan Iklan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Wadiah Yadhomanah di BRI Syariah Cabang Sipin Kota Jambi.</i>	menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan periklanan produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah.	penelitian ini ada pada analisis determinan kualitas layanan dan iklan di BRI Syariah Cabang Sipin Kota Jambi. Persamaan dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah menggunakan akad wadiah yad dhamanah dan menggunakan metode kuantitatif.

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024

I. Sistematika Penulisan

sesuai dengan pedoman penulisan skripsi, maka penulisan akan membagi skripsi ini dalam 5 Bab, yaitu :

Bab I adalah pendahuluan, merupakan penjelasan mengenai latar belakang masalah dari penelitian, yang kemudian di Tarik eksplisit dalam rumusan masalah sebagai acuan dari keseluruhan penelitian ini akan di

tegaskan dengan tujuan penelitian secara final agar lebih jelas dan terarah serta manfaat dari penelitian ini sendiri baik secara teoritis maupun praktis. Sistematika penulisan yang merujuk pada panduan skripsi dan beberapa buku yang mengulas tentang metode riset lainnya.

BAB II adalah landasan teori dimana pada bab ini di jabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literature yang berkaitan dengan masalah yang di teliti dan juga sumber informasi dari referensi media lain.

BAB III adalah metode penelitian, dalam bab ini di fokuskan pada pembahasan teknis metode penelitian. Penelusuran objek serta subjek penelitian secara singkat pada bagian yang akan di kaji termasuk dalam pembahasan pada bagian-bagian ini.

BAB IV adalah penyajian dan analisis data, bab ini berisi tentang hasil penelitian Pengaruh, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Akad Wadiah, yang selanjutnya membahas mengenai analisis data dan hasil analisis serta pembahasannya yang di sesuaikan dengan metode penelitian pada bab III, sehingga akan memberikan jawaban dari pertanyaan yang telah di sebutkan dalam perumusan Masalah

BAB V adalah penutup, dalam bab ini penelitian memberikan kesimpulan terhadap permasalahan yang telah di bahas dalam uraian sebelumnya, selanjutnya di kemukakan beberap saran yang dirasa perlu.