

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada perekonomian suatu negara, peranan bank begitu penting bagi kegiatan ekonomi, dapat dikatakan bahwa bank sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Oleh karena itu kemajuan suatu bank di suatu negara dapat dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut.<sup>1</sup>

Berdasarkan Undang Undang Nomor 10 tahun 1998 bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup manusia. Menurut Kasmir bank mempunyai kegiatan berupa menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, menyalurkan dana ke masyarakat dengan memberikan pinjaman kepada masyarakat yang mengajukan permohonan serta memberikan jasa-jasa bank lainnya seperti transfer, *clearing*, inkaso dan lain-lain. Dalam kegiatan operasionalnya bank dibagi menjadi bank konvensional dan bank syariah.<sup>2</sup>

Saat ini perbankan syariah perkembangannya pesat sejak disahkan Undang-Undang Perbankan Nomor 07 tahun 1992 sebagaimana telah diubah Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 mengenai Perbankan Syariah di mana

---

<sup>1</sup>Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan Edisi Revisi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 2.

<sup>2</sup> *Ibid.*, hlm. 4-5.

bank memiliki peluang besar dalam mengembangkan industri perbankan syariah. Dilirik dari hal tersebut banyak perbankan konvensional mulai menjalankan *dual banking sistem*. Dalam sistem perbankan ganda ini, kedua sistem perbankan secara bersama-sama memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dan jasa perbankan, serta mendukung pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.<sup>3</sup>

Dalam operasional bank Syariah pada bagian penghimpunan dana hampir sama dengan perbankan konvensional, artinya dalam sistem perbankan syariah dikenal produk berupa giro, tabungan dan deposito untuk menghimpun dana masyarakat serta adanya 2 akad yaitu *wadi>'ah* dan *mudharabah* (pasal 19 ayat 1 Undang Undang Nomor 21 tahun 2008).<sup>4</sup> *Wadi>'ah* dapat diartikan secara murni titipan dari satu pihak ke pihak lain.<sup>5</sup> *Mudharabah* merupakan salah bentuk akad kerja sama yang akan diberikan dan disepakati nasabah. Sistem dari *mudharabah* ini merupakan akad kerja sama usaha antara dua pihak di mana pihak pertama menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Dalam penentuan kontraknya, harus dilakukan diawal ketika akan memulai akad *mudharabah* tersebut.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup>Zainal Arifin, *Sistem Perbankan di Indonesia* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 37.

<sup>4</sup>Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Pasal 19.

<sup>5</sup>Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia* (Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 2014), hlm. 81.

<sup>6</sup> Sri Nurhayati, *Akuntansi Syariah di Indoensia* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hlm. 112.

Adapun dasar hukum mudarabah tercantum dalam Al Qur'an Surat Al Muzammil: 20 yang berbunyi:<sup>7</sup>

إِنَّ رَبَّكَ يَعْلَمُ أَنَّكَ تَقُومُ أَدْنَىٰ مِنْ ثُلُثِي اللَّيْلِ وَنِصْفَهُ وَثُلُثَهُ وَطَآئِفَةٌ مِّنَ الَّذِينَ مَعَكَ  
 وَاللَّهُ يُقَدِّرُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ ۚ عَلِمَ أَن لَّنْ نَّحْصُوهُ فَتَابَ عَلَيْكُمْ ۖ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنَ  
 الْقُرْآنِ ۚ عَلِمَ أَن سَيَكُونُ مِنكُم مَّرْضَىٰ ۚ وَآخَرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِن  
 فَضْلِ اللَّهِ ۚ وَآخَرُونَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ۚ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنْهُ وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ  
 وَآتُوا الزَّكَاةَ وَقَرِّضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا ۚ وَمَا تَقَدَّمُوا لَأَنفُسِكُمْ مِن خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ  
 اللَّهِ هُوَ خَيْرًا وَأَعْظَمَ أَجْرًا ۚ وَاسْتَغْفِرُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿٢٠﴾

“Sesungguhnya Tuhanmu mengetahui bahwasanya kamu berdiri (sembahyang) kurang dari dua pertiga malam, atau seperdua malam atau sepertiganya dan (demikian pula) segolongan dari orang-orang yang bersama kamu. Dan Allah menetapkan ukuran malam dan siang. Allah mengetahui bahwa kamu sekali-kali tidak dapat menentukan batas-batas waktu-waktu itu, maka Dia memberi keringanan kepadamu, karena itu bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Quran. Dia mengetahui bahwa akan ada di antara kamu orang-orang yang sakit dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah; dan orang-orang yang lain lagi berperang di jalan Allah, maka bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Quran dan dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat dan berikanlah pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik. Dan kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu niscaya kamu memperoleh (balasan)nya di sisi Allah sebagai balasan yang paling baik dan yang paling besar pahalanya. Dan mohonlah ampunan kepada Allah; sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”. (QS. Al Muzammil: 20).

Dari tahun ke tahun, bank syariah menerima pembukaan rekening untuk menghimpun dana dari masyarakat. Pada bagian dana pihak ketiga jumlah paling banyak atas pembukaan rekening adalah pada bagian tabungan serta jumlah dana

<sup>7</sup>Moh Rifai, *Terjemah Tafsir Al Quranul Karim* (Semarang: Wicaksana, 2013), hlm. 1037-1038.

yang dihitung terbanyak adalah tabungan berakad mudarabah Hal ini karena tabungan dengan akad mudarabah mengedepankan sistem bagi hasil bukan bunga atau riba. Dalam satu akad mudarabah, pemodal dapat bekerjasama dari satu pengelola. Para bekerjasama tersebut seperti bekerja sebagai mitra usaha terhadap pengelolaan yang lain. Nisbah porsi bagi hasil pengelola dibagi sesuai kesepakatan dimuka.

Pelaksanaan tabungan pada bank syari'ah berpedoman pada Surat Al-Baqarah/2: 283 yang berbunyi:<sup>8</sup>

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً ۖ فَإِنْ أَتَىٰ بَعْضُكُم بَعْضًا  
فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ ۖ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا  
فَأِنَّهُ رَءِءِءٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang, (oleh yang berpiutang). Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya. Dan janganlah kamu (parasaksi) menyembunyikan kesaksian, karena barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdoa hatinya dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Al-Baqarah/2: 283)

Konsep tabungan di perbankan syariah sangat berbeda dengan tabungan di perbankan konvensional perbedaan ini terjadi karena perbankan syariah tidak mengenal suku bunga tertentu yang dijanjikan. Tetapi nisbah atau persentase bagi hasil pada tabungan mudarabah dan bonus pada tabungan *wadi>'ah*.<sup>9</sup> Dengan

<sup>8</sup> Moh Rifai, *Ibid*, hlm. 301.

<sup>9</sup> Wiroso, *Penghimpun Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank. Syariah* (Jakarta: Grasindo, 2011), hlm. 153.

nisbah bagi hasil yang tinggi masyarakat akan tertarik untuk menitipkan dananya pada bank dengan harapan mendapatkan imbalan yang diterima oleh kedua pihak baik pihak bank maupun nasabah. Namun, bukan hanya besaran bagi hasilnya saja yang membuat nasabah tertarik tetapi ketentuan dalam pembagian bagi hasil juga yang membuat nasabah yang memiliki dana untuk menyimpan dananya pada bank syariah.<sup>10</sup>

Dalam menunjukkan produk yang dimiliki bank juga harus memberikan informasi kepada masyarakat melalui promosi. Promosi yang dapat dilakukan bank harus memberikan informasi yang tepat di mana komunikasi berperan penting, dalam hal ini promosi menjadi suatu yang berharga. Morgan dan Hunt pernah mengatakan komunikasi merupakan karakter yang penting dalam membangun hubungan.<sup>11</sup> Dengan diadakan promosi maka masyarakat mengetahui apa saja yang diberikan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung.<sup>12</sup> Namun tindakan promosi oleh bank juga bisa mengurangi niat masyarakat bila dilakukan dengan tujuan yang tidak tepat atau berlebihan. Oleh karena itu, bank harus dapat memanfaatkan dengan benar media promosi seperti iklan media cetak atau elektronik, promosi langsung atau mengadakan *event/acara* yang tersedia.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> Abdul Ghofur Ansori, *op,cit*, hlm. 90-92.

<sup>11</sup> Morgan, R.M. and Hunt, S.D. (1994), “*The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing*”, *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 3, hlm. 22.

<sup>12</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran, edisi pertama* (Yogyakarta: BPFE, 2013), hlm. 235.

<sup>13</sup> Desi Arista dan Sri Rahayu Tri Astuti, “Analisis Pengaruh Iklan Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen,” *Jurnal. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro* (2011) hlm. 5.

Ketika masyarakat telah memiliki informasi yang telah didapat maka tindakan masyarakat selanjutnya untuk menjadi nasabah adalah melakukan kegiatan sebagai nasabah. Dalam hal ini, kualitas pelayanan mendapatkan peran, di mana kualitas pelayanan yang diterima konsumen menjadi penilaian atas pelanggan.<sup>14</sup> Selain itu, untuk memaksimalkan daya saing di antara lembaga keuangan yang ada, perlu adanya peningkatan kualitas produk /jasa, proses dan manusia.<sup>15</sup> Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas layanan merupakan suatu proses evaluasi menyeluruh pelanggan mengenai kesempurnaan kinerja layanan.<sup>16</sup> Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap anggota maupun calon anggota sehingga dapat menarik minat anggota/calon anggota untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.

Hasil pra survei yang dilakukan peneliti dengan beberapa nasabah pada bulan Juli 2017 menunjukkan bahwa beberapa nasabah masih ragu-ragu untuk menabung di bank syariah karena kurang mengetahui informasi tentang bank syariah, dan tidak memahami sistem bagi hasil di perbankan syariah. Kondisi ini memberikan bank syariah peluang sangat besar sekaligus tantangan untuk dapat meraih pangsa pasar perbankan nasional di masa mendatang.

---

<sup>14</sup> A. Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L, "Problems and Strategies in Services Marketing". *Jurnal of Marketing Vol. 49. (Spring)*, (1985) hlm. 19.

<sup>15</sup> Ali Hasan. *Marketing* (Yogyakarta: Media Utama, 2013), hlm. 88.

<sup>16</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), hlm. 213.

Hasil pra survei juga menunjukkan bahwa nasabah kurang mengetahui jenis produk dan layanan perbankan baru yang tersedia di BNI Syariah Cabang Banjarmasin. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan kurang menginformasikan jenis layanan baru kepada seluruh nasabah serta kurangnya promosi kepada masyarakat tentang jenis layanan jasa perbankan di BNI Syariah Cabang Banjarmasin.

BNI Syariah Cabang Banjarmasin selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan kepada para nasabahnya agar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, namun tetap saja ada keluhan yang muncul dari nasabah seperti adanya keluhan terkait pelayanan penggunaan ATM kadang selalu lambat dalam bertransaksi, ATM sering mengalami *crash* dan gangguan (*offline*), antrian bertransaksi di *teller* yang cukup memakan waktu lama, sulit untuk menghubungi *customer service* pusat apabila ada permasalahan yang berkaitan dengan pelayanan, dan lambatnya waktu penanganan keluhan.

Bagi hasil dan kualitas pelayanan yang berbeda menjadi salah satu faktor yang memengaruhi nasabah untuk memutuskan menjadi anggota pada lembaga keuangan yang diinginkan. Keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dua atau lebih pemilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif.<sup>17</sup> Banyaknya macam bank syariah dan produk tabungan mudarabah yang ditawarkan menjadikan banyak alternatif. Jika

---

<sup>17</sup> Ujang Sumarwan. *Perilaku Konsumen* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2014), hlm. 357.

konsumen telah memutuskan alternatif yang akan dipilih dan mungkin pengantinya jika diperlukan, maka ia akan melakukan pembelian.<sup>18</sup>

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam menggunakan akad mudarabah”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan bagi hasil secara simultan terhadap Keputusan Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam menggunakan akad mudarabah?
2. Bagaimana pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan bagi hasil secara parsial terhadap Keputusan Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam menggunakan akad mudarabah?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

---

<sup>18</sup> *Ibid*, hlm. 377.

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan dari promosi, kualitas pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam menggunakan akad mudarabah.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial dari promosi, kualitas pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam menggunakan akad mudarabah.

#### **D. Signifikansi Penelitian**

##### 1. Secara Teoritis

Secara teoritis tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan jasa perbankan syariah mudarabah dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

##### 2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti, sebagai penambah pengetahuan penulis dalam pemahaman mengenai akad mudarabah, serta media untuk belajar dalam memecahkan masalah.
- b. Bagi pihak luar, penelitian ini dapat digunakan bahan masukan bagi nasabah yang lain dalam memilih jasa perbankan Syariah.
- c. Bagi akademisi, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai akad mudarabah.

## E. Definisi Operasional

1. Keputusan Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam menggunakan akad mudarabah

Keputusan nasabah dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam menggunakan akad mudarabah melalui berbagai tahapan seperti pengenalan masalah di mana masalah akan kebutuhan yang harus dipenuhi, pencarian informasi terhadap jasa yang digunakan, evaluasi berbagai pilihan jasa, mengambil keputusan dan yang terakhir perilaku setelah melakukan pengambilan keputusan.<sup>19</sup>

2. Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi dari pihak bank kepada nasabah dengan bentuk informasi. Informasi yang diberikan bertujuan untuk lebih mengenalkan nasabah pada bank serta jasa yang diberikan serta untuk merubah sikap dan tingkah laku nasabah terhadap bank. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur variabel promosi adalah periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan tatap muka (*personal selling*) dan publisitas atau *public relation* (PR).<sup>20</sup>

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan merupakan suatu tingkat mutu dari kualitas atas standar pelayanan yang diberikan kepada nasabah ketika nasabah melakukan kegiatan atau transaksi di bank yang bisa diukur dari bukti fisik, keandalan, daya

---

<sup>19</sup> Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2014), hlm. 184-190.

<sup>20</sup> Indriyo Gitosudarmo, *op. cit.*, hlm. 242-245.

tanggap, kenyamanan serta empati.<sup>21</sup> Kualitas pelayanan bisa menunjang atau menaikkan peluang nasabah untuk memutuskan menggunakan jasa perbankan.

#### 4. Bagi Hasil

Bagi hasil merupakan sistem pembagian hasil antara pihak bank dengan nasabah. Di dalam bagi hasil tersebut ada pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat antara kedua belah pihak atau lebih. Wujud bagi hasil berupa nisbah serta dijelaskan ketentuannya seperti pembagian keuntungan, jaminan dari bagi hasil, dan besarnya nisbah keuntungan.<sup>22</sup>

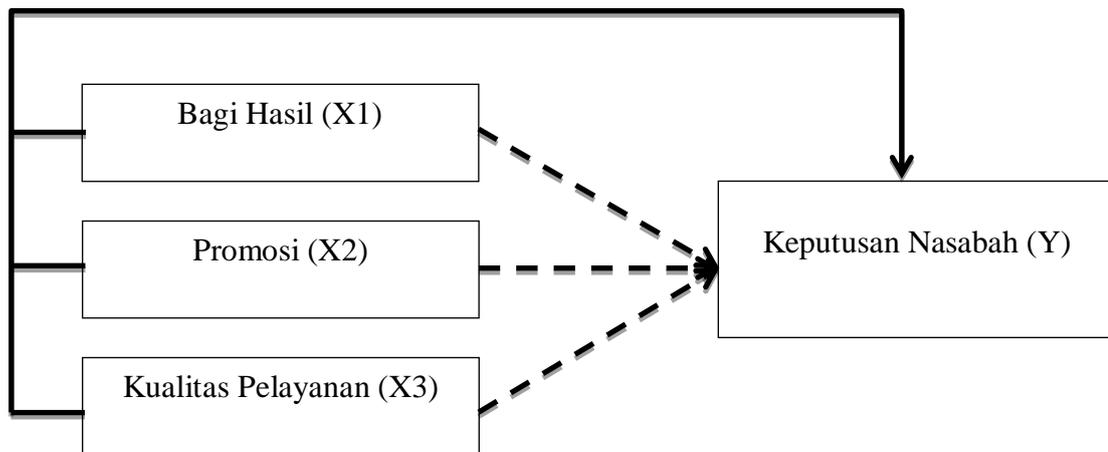
### **F. Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Bagi Hasil (X3) terhadap keputusan nasabah (Y) Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam menggunakan akad mudarabah, sehingga kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut :

---

<sup>21</sup> Parasuramman, *Kualitas Pelayanan. Item Pilihan Untuk Mengukur Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan* (Jakarta: Erlangga, 2015) hlm.23.

<sup>22</sup> Sri Nurhayati, *op. cit*, hlm. 117.



Keterangan :

—————> : Pengaruh Secara Simultan

- - - -> : Pengaruh Secara Parsial

### G. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada gambar kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara simultan promosi, kualitas pelayanan dan bagi hasil memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam menggunakan akad mudarabah.
2. Secara parsial promosi, kualitas pelayanan dan bagi hasil memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam menggunakan akad mudarabah.

## H. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil telaahan terhadap penelitian terdahulu ada beberapa Skripsi yang berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

II Mandasari, 2015. *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada BRI Syariah Cabang Cirebon*. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada bank syariah di BRI Syariah Cabang Cirebon. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik pengambilan sampelnya adalah cara sederhana. Jumlah sampel sebanyak 50 dari total populasi 4.927 menggunakan rumus *slovin*. Instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Pengujian instrumen menggunakan regresi linier berganda dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Syariah Cabang Cirebon adalah kualitas pelayanan dengan tingkat kesalahan sebesar 5% atau 0,05 yang mempunyai nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$  dan nilai thitung (3,306)  $>$  dari ttabel (2,011) sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Sedangkan faktor promosi memiliki nilai signifikansi  $0,085 > 0,05$  yang artinya tidak signifikansi dan  $H_o$  diterima. Sementara itu thitung (1,759)  $<$  ttabel (2,011) yang berarti tidak signifikan. Sedangkan koefisien determinan (*R Square*) sebesar 0,415 atau 41,5%

maka pengaruh promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah untuk menabung adalah sebesar 41,5%. Sedangkan sisanya sebesar 58,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sekarang terletak pada tempat penelitian karena penelitian ini dilaksanakan di Bank BRI Syariah Cabang Cirebon, sedangkan penelitian sekarang dilaksanakan di Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin. Perbedaan lainnya adalah terletak pada jumlah variabel dimana penelitian Mandasari menggunakan dua variabel bebas yaitu promosi dan kualitas pelayanan, sedangkan penelitian sekarang menggunakan tiga variabel bebas, yaitu : bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan dan untuk variabel terikat sama-sama menggunakan variabel keputusan nasabah.

Tatik Ernawati, 2015. *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah (Survey pada BTN Syariah Cabang Surakarta)*. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh produk, pelayanan, promosi, lokasi, dan bagi hasil terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Penelitian ini dilaksanakan di Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah Cabang Surakarta dengan sampel yaitu nasabah yang menabung di BTN Syariah Cabang Surakarta. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang ada di BTN Syariah Cabang Surakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *convenience sampling*. Hasil analisis disimpulkan bahwa dari hasil asumsi klasik tidak terjadi masalah dalam uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas data berdistribusi normal. Berdasarkan hasil penelitian analisis data

yang diketahui bahwa produk, pelayanan dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih BTN Syariah Cabang Surakarta. Sedangkan promosi dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih BTN Syariah Cabang Surakarta. Hasil uji t variabel produk menunjukkan nilai thitung sebesar 2,422 dengan nilai signifikansi sebesar 0,017 ( $p < 0,05$ ) sehingga H1 diterima, variabel pelayanan menunjukkan nilai thitung sebesar 2,201 dengan nilai signifikansi sebesar 0,030 ( $p < 0,05$ ) sehingga H2 diterima, variabel promosi menunjukkan nilai thitung sebesar 0,374 dengan nilai signifikan sebesar 0,709 ( $p > 0,05$ ) sehingga H3 ditolak, variabel lokasi menunjukkan nilai thitung sebesar 0,552 dengan nilai signifikansi sebesar 0,582 ( $p > 0,05$ ) sehingga H4 ditolak, dan variabel bagi hasil menunjukkan nilai thitung sebesar 4,254 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) sehingga H5 diterima. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sekarang terletak pada tempat penelitian karena penelitian ini dilaksanakan di BTN Syariah Cabang Surakarta, sedangkan penelitian sekarang dilaksanakan di Bank BNI Syaiah Cabang Banjarmasin. Perbedaan lainnya adalah terletak pada jumlah variabel dimana penelitian Tatik Ernawati menggunakan lima variabel bebas yaitu produk, pelayanan, promosi, lokasi dan bagi hasil, sedangkan penelitian sekarang menggunakan tiga variabel bebas, yaitu : bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan dan untuk variabel terikat sama-sama menggunakan variabel keputusan.

Adapun hasil perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.1 Perbandingan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu**

No.	Nama / Judul	Variabel Penelitian	Lokus Penelitian	Metode Penelitian	Alat Analisis
1.	II Mandasari, 2015. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada BRI Syariah Cabang Cirebon	- Promosi - Kualitas Pelayanan - Keputusan Nasabah	BRI Syariah Cabang Cirebon	Penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif	SPSS melalui regresi linier berganda dengan uji t dan uji F
2.	Tatik Ernawati, 2015. Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah (Survey pada BTN Syariah Cabang Surakarta)	- Produk - Pelayanan - Promosi - Lokasi - Bagi Hasil - Keputusan Masyarakat	BTN Syariah Cabang Surakarta	Penelitian kuantitatif	SPSS regresi berganda
3.	Nur Laili Rahmah. 2017. Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudarabah (Studi Kasus pad Nasabah Bank BNI Syariah Banjarmasin)	- Bagi Hasil - Promosi - Kualitas Pelayanan - Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudarabah	Bank BNI Syariah Banjarmasin	Penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif	SPSS melalui regresi sederhana dan berganda

## I. Sistematika Penulisan

Hasil penelitian akan disusun ke dalam 5 (lima) Bab sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan teori, yang memuat landasan teoritis berkaitan dengan Promosi, Kualitas Pelayanan, bagi hasil dan Keputusan nasabah serta akan mudarabah.

Bab III Metode penelitian, berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran dan teknik analisa data.

Bab IV Hasil penelitian, berisi gambaran umum lokasi penelitian mencakup: sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi, deskripsi kerja dan produk dari Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin. Bab ini juga berisi hasil Penelitian yang terdiri dari: karakteristik responden, hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen peneltian deskripsi variabel penelitian, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup, berisi kesimpulan dan saran.