

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank bukanlah suatu hal yang asing bagi masyarakat di negara maju. Masyarakat di negara maju sangat membutuhkan keberadaan bank. Bank dianggap sebagai suatu lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Bank merupakan salah satu lembaga yang mempunyai peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian suatu negara, bahkan pertumbuhan bank di suatu Negara dipakai sebagai ukuran pertumbuhan perekonomian negara tersebut. (Ismail, 2010)

Perbankan Islam memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Islam melarang kaum muslimin menarik atau membayar bunga (riba). Pelarangan inilah yang membedakan sistem perbankan Islam dengan sistem perbankan konvensional. Secara teknis, riba adalah tambahan pada jumlah pokok pinjaman dan jumlah pinjamannya. (latifa & Mervyn, 2001)

Islamic bank performs the same essential functions as the accordance to the rules and principles of Islam. Therefore, Islamic banking strictly prohibits not only Riba (usury) or the excess interest charge, for example additional charge on loan, but also involvement in other unethical activities, such as speculation, liquor, and gambling.

(Bank syariah menjalankan fungsi esensial yang sama dengan bank konvensional, kecuali bahwa transaksi dilakukan sesuai dengan aturan dan prinsip islam. Oleh karena itu, perbankan syariah dengan tegas melarang tidak

hanya riba, kelebihan bunga, misalnya biaya tambahan pinjaman, tetapi juga keterlibatan dalam kegiatan etis lainnya, seperti spekulasi, minuman keras, dan perjudian).(Hayduk & Littvay, 2012)

Lembaga keuangan syariah atau perbankan syariah berperan sebagai lembaga perantara (*financial intermediary*), yaitu penghimpun dana dari masyarakat yang mengalami kelebihan dana (*surplus*) dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dan (*defecit*) yaitu dalam bentuk fasilitas pembiayaan.(Muhammad, 2014)

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit unit*.(Antonio, 2001)

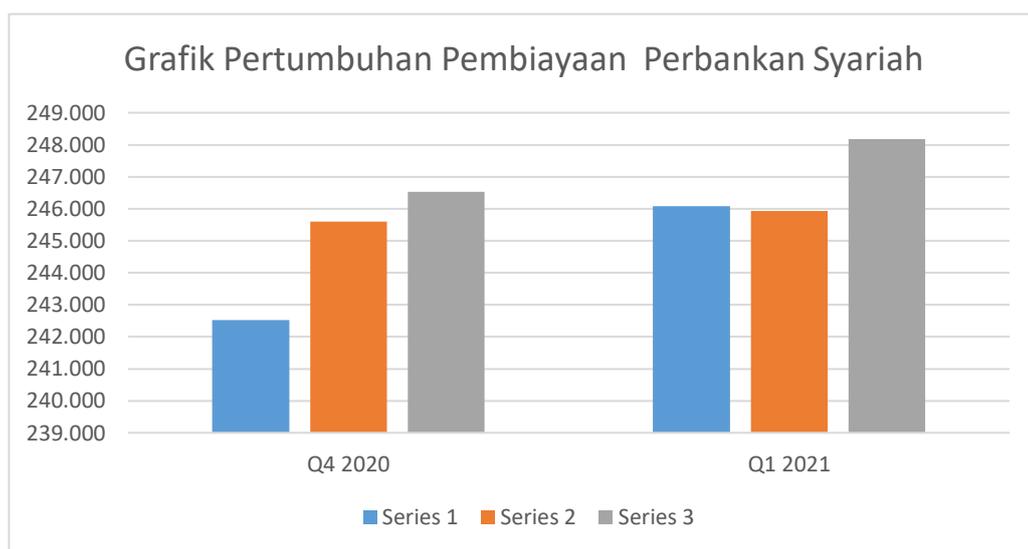
Produk pembiayaan bank syariah dapat menggunakan empat pola yang berbeda.

1. Pola bagi hasil, untuk *investment financing*.
2. Pola jual beli, untuk *trand financing*.
3. Pola sewa, untuk *trade financing*.
4. Pola Pinjaman, untuk dana talangan.(Ascarya, 2008)

Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat di bagi menjadi dua yaitu pembiayaan produktif (pembiayaan yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, seperti untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan maupun investasi) dan pembiayaan konsumtif (pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan).(Antonio, 2001)

Dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dapat diketahui pertumbuhan pembiayaan perbankan Syariah pada kuartal 4 di bulan Oktober, November, Desember tahun 2020 dan pada kuartal 1 di bulan Januari , Februari, Maret tahun 2021 sebagai berikut:

Gambar 1. 1



Sumber: Statistik Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2021

Adapun pertumbuhan pembiayaan perbankan syariah di Indonesia mengalami peningkatan walaupun ada terjadi penurunan. Dari kuartal 4 tahun 2020 di bulan Oktober sampai November mengalami pertumbuhan sebesar Rp.242.516 miliar menjadi Rp.245.597 miliar. Pada kuartal 4 tahun 2020 di bulan Desember terjadi peningkatan dari bulan sebelumnya sebesar Rp.246.532 miliar dan pada kuartal 1 tahun 2021 terjadi penurunan dari bulan sebelumnya sebesar Rp.246.087 miliar. Kemudian pada kuartal 1 tahun 2021 di bulan februari mengalami penurunan kembali sebesar Rp.245.926 miliar dan pada kuartal 1 tahun 2021 di

bulan Maret mengalami peningkatan yang lumayan besar yaitu sebesar Rp.248.181 miliar.

PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk yaitu salah satu bank syariah di Indonesia, merupakan perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam. Perbankan syariah memiliki tujuan yang sama dengan bank konvensional, yaitu agar lembaga perbankan dapat menghasilkan keuntungan dengan cara meminjamkan modal, menyimpan dana, membiayai kegiatan usaha dan kegiatan lainnya yang sesuai dengan prinsip hukum islam. (Suhendro, 2019)

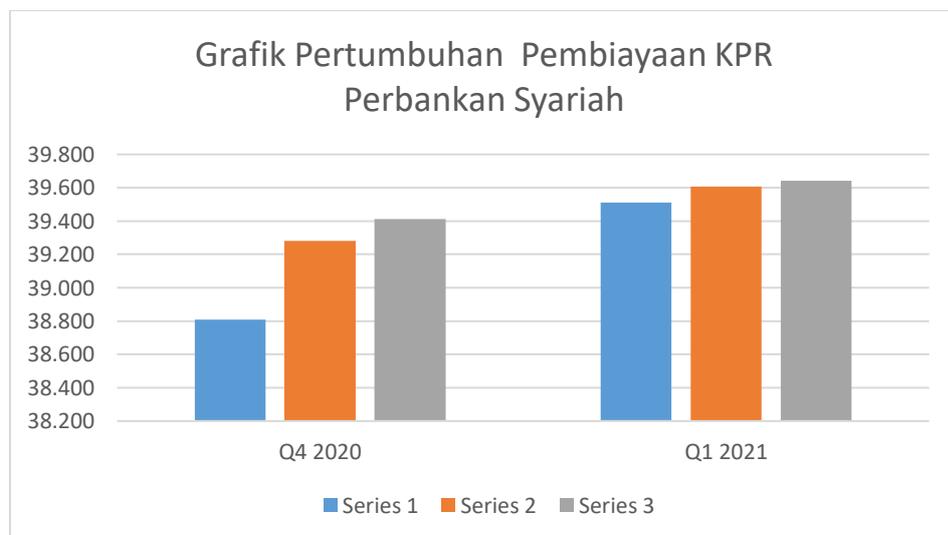
Pembiayaan KPR sendiri merupakan salah satu produk pembiayaan yang ada di Bank Tabungan Negara Syariah dalam hal jenis pelayanan untuk mendapatkan pinjaman dalam pemberian kredit perumahan kepada nasabahnya. KPR muncul karena adanya kebutuhan yang tinggi di kalangan masyarakat untuk dapat memiliki rumah. KPR sendiri pada awalnya merupakan salah satu produk yang dikeluarkan oleh perbankan konvensional. Akan tetapi, seiring dengan perkembangannya, juga banyak dilakukan oleh perbankan syariah.(Heykal, 2014)

Produk KPR yang ada pada perbankan syariah pada dasarnya berbeda dengan KPR yang ada di perbankan konvensional. Perbendaan ini dapat terjadi karena terdapat perbedaan prinsip antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional. Dalam Perbankan syariah biasa dikenal dengan konsep berbasis bagi hasil dan juga perdagangan. Sedangkan dalam perbankan konvensional, dikenal sistem yang berbasis bunga. Dalam produk yang biasa dikenal dengan sistem KPR

syariah menggunakan beberapa akad diantaranya yaitu akad *murabahah*, *ijarah muntahiya bittamlik* dan juga *musyarakah mutanaqisah*.

Dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Dapat diketahui pertumbuhan Pembiayaan KPR di Perbankan Syariah pada kuartal 4 di bulan Oktober, November, Desember tahun 2020 dan pada kuartal 1 di bulan Januari, Februari, Maret tahun 2021 sebagai berikut:

Gambar 1. 2



Sumber: Statistik Perusahaan pergadaian Indonesia Otoritas Jasa Keuangan 2021

Adapun pertumbuhan pembiayaan KPR Perbankan Syariah mengalami peningkatan secara signifikan. Dari kuartal 4 tahun 2020 di bulan Oktober sampai November mengalami pertumbuhan sebesar Rp.38.810 miliar menjadi Rp.39.282 miliar dan kemudian pada bulan Desember terjadi peningkatan lagi dari bulan sebelumnya sebesar Rp.39.413 miliar dan pada kuartal 1 tahun 2021 di bulan Januari kembali mengalami peningkatan sebesar Rp.39.510 miliar dan pada bulan

Februari kembali lagi mengalami peningkatan sebesar Rp.39.607 miliar dan pada bulan Maret terus mengalami peningkatan sebesar Rp.39.643 miliar.

Dari hal tersebut, penulis melihat dari perkembangan pembiayaan dan KPR yaitu menunjukkan pertumbuhan yang lumayan bagus walau ada terjadi penurunan. Hal tersebut juga merupakan kesempatan baik untuk dijadikan peluang bagi bank dalam meningkatkan potensi menjadi lebih baik lagi untuk kedepannya. Akan tetapi, ada pertimbangan masyarakat dalam mengambil keputusan. Sebelum terjadinya keputusan nasabah ada beberapa proses yang menjadi model perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan konsumen diantaranya yaitu, harga, kualitas pelayanan dan promosi.

Harga yang merupakan sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Komponen harga yang dimaksud dalam dunia perbankan adalah biaya administrasinya. Apabila perbankan dapat memenuhi keinginan nasabah akan biaya administrasi yang rendah maka hal tersebut juga akan mendorong nasabah untuk mengambil keputusan. (Wijaya & Ariyani, 2018)

Selain masalah harga adanya upaya dari bank didalam setiap manajemen di seluruh outlet untuk meningkatkan kualitas pelayanan, karena konsumen sebagai pengguna produk biasanya akan cenderung menjadi konsumen yang mereka anggap memiliki kualitas pelayanan paling baik dan mampu memenuhi kebutuhan mereka akan layanan sebaliknya bank yang dipersepsikan memiliki kualitas pelayanan kurang baik dan tidak mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan ditinggalkan oleh konsumennya. hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan suatu

perusahaan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang wujud dari sikap untuk selalu menggunakan jasa bank tersebut agar memperoleh kepuasan terhadap kebutuhannya.(Hasanuddin, 2016)

Dalam hal pemasaran produk, informasi sangat penting dalam pemasaran agar setiap pihak yang berkepentingan mengerti akan manfaat dan kelebihan dari produk yang ditawarkan. Oleh karena itu dalam penyampaian informasi tersebut diperlukan adanya suatu kegiatan komunikasi yang efektif atau biasa disebut dengan kegiatan promosi. Promosi dapat merupakan salah satu instrumen yang paling populer diantara instrument strategis lainnya dan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.(Kaluku dkk., 2018)

Keputusan Nasabah sendiri merupakan efek akhir dari suatu pembelian yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku.(Ali, 2017) Banyaknya bank dengan berbagai kelebihan dan kekurangan masing-masing, membuat konsumen harus selektif dalam memilih bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangan. Sikap konsumen yang telah terpolat dari proses pengenalan kebutuhan akan merangsang konsumen untuk melakukan pencarian informasi baik secara internal maupun eksternal. Informasi ini akan menggiring konsumen untuk mengambil evaluasi alternatif tentang keputusan pembelian yang dipengaruhi kepercayaan, sikap, dan nilai yang dimiliki calon konsumen yang pada akhirnya akan mengambil sebuah keputusan pembelian/penggunaan atau tidak, termasuk proses pemecahan masalah pasca pembelian/penggunaan.(Wijaya & Ariyani, 2018)

Dalam berbagai kasus produk di bank mendapatkan bahwa variabel harga, kualitas pelayanan, dan harga sangat menentukan dalam pengambilan keputusan nasabah. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengangkat tema skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan dan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin?
2. Apakah variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin .
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

D. Signifikan Penelitian

Di harapkan dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat konseptual bagi perkembangan ilmu ekonomi khususnya pada produk KPR di Perbankan Syariah dan pembelajaran penerapan teori yang diperoleh selama perkuliahan membandingkan dengan realita di dunia nyata.

1. Bagi Bank Tabungan Negara Syariah

Sebagai masukan bagi Bank Tabungan Negara Syariah untuk efisiensi serta efektivitas perkembangan Bank Tabungan Negara Syariah guna untuk perbaikan penyusunan rencana atau kebijakan yang dilakukan pada waktu yang akan datang.

2. Bagi UIN Antasari

Sebagai khazanah ilmu pengetahuan dan literature bagi perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin pada umumnya, dan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada khususnya.

3. Bagi penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin dan sebagai persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program S1 jurusan Perbankan Syari'ah UIN Antasari Banjarmasin, guna memperoleh gelar S.E.

4. Bagi Pembaca

Untuk bahan referensi bagi pihak-pihak yang memerlukan dan menjadi masukan atau informasi bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti dari aspek yang berbeda.

E. Definisi Operasional

1. Pengaruh

Pengaruh menurut kamus besar Indonesia (KBBI) adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.

2. Harga

Harga (*price*) adalah jumlah yang di tagihkan atas semua produk atau jasa. Pengertian harga secara luas adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sepanjang sejarahnya harga telah menjadi factor utama yang mempengaruhi pilihan para Pembeli.(Darda & Abdulah, t.t.). Yang dimaksud oleh penulis disini harga yang ditawarkan dari produk atau jasa dari Bank kepada nasabah dengan harga yang sesuai dengan kualitas dan mutunya.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau atau jasa yan bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.(Fahim, 2019). Yang dimaksud penulis disini adalah bantuan pelayanan seseorang (*customer service, teller*) yang diperlukan nasabah untuk menuntun memberikan arahan atau memperoleh informasi mengenai sesuatu yang berhubungan dengan produk. Dimulai dengan mencari tahu mengenai produk yang diinginkan, memilih produk dan diberikan penjelasan tentang produk sampai dengan pembayaran di *teller*.

4. Promosi

Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong

permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari perusahaan dengan cara mempenaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.(Tajudin & Mulazid, 2017)

5. Keputusan Nasabah

Keputusan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keputusan yang diambil pembeli yaitu suatu proses penyelesaian masalah yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan atau keinginan akan suatu produk yang tepat dan sesuai keinginan. Keputusan merupakan bagian/salah satu elemen penting dari perilaku nasabah disamping kegiatan fisik yang melibatkan nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomi. Persefktif pemecahan masalah mencakup semua jenis perilaku pemenuhan kebutuhan dan jajaran luas dari faktor-faktor yang memotivasi dan mempengaruhi keputusan nasabah.

6. Pembiayaan

Pembiayaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Pembiayaan yang merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit unit*.(Antonio, 2001)

7. KPR

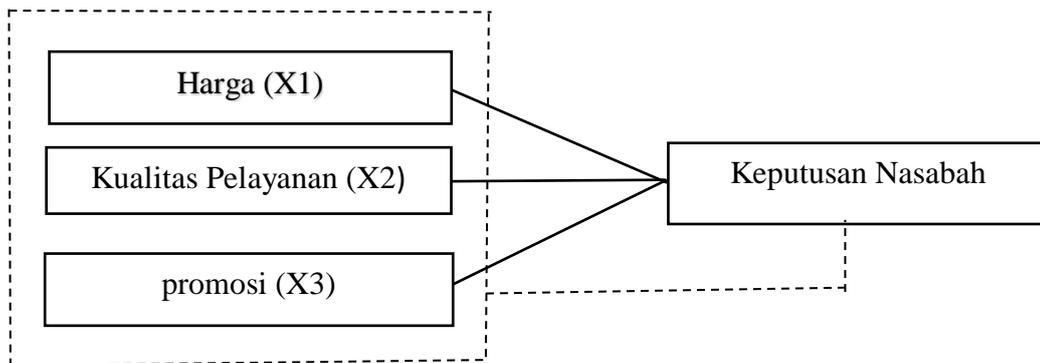
KPR atau Kredit Kepemilikan Rumah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah salah satu jenis pelayanan kredit yang diberikan oleh bank kepada para nasabah yang menginginkan pinjaman khusus untuk memenuhi kebutuhan dalam pembangunan rumah.(Satria, 2018)

F. Kerangka Pemikiran

Berikut ini adalah kerangka pemikiran dari peneliti mengenai penelitian yang akan dilakukan:

Gambar 1.3

Kerangka Pikir



Keterangan:

- Pengaruh secara Simultan
- Pengaruh secara Parsial

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah atau pertanyaan penelitian. Hipotesis dibuktikan kebenaranya melalui hasil analisis data. Hipotesis penelitian terdiri dari hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1 atau H_a) yang merupakan lawan dari hipotesis nol. Pengujian hipotesis akan menunjukkan apakah peneliti harus menerima hipotesis nol atau menolak hipotesis nol (menerima hipotesis alternatif). (Bachmid dkk., 2020)

1. Secara Simultan (Uji F)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah ketiga variabel independen yang terdiri harga, kualitas pelayanan dan promosi tersebut bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan gadai. Pengujian terhadap koefisien regresi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

H₀: B= 0, tidak ada pengaruh variabel yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

H_a: B=0, ada pengaruh variabel yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

2. Secara Parsial (uji T)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdiri dari harga, kualitas pelayanan dan promosi benar-benar memberikan kontribusi terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah.(Bachmid dkk., 2020). Dengan mengambil keputusan:

- a. Jika nilai sig. < 0.05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H₀ ditolak dan H_a diterima, hal ini membuktikan bahwa variabel bebas secara parial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai sig. > 0.05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H₀ diterima dan H_a ditolak, hal ini membuktikan bahwa variabel bebas secara parial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.(Fahim, 2019)

H. Kajian Pustaka/Peneliti Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang penulis lakukan untuk menghindari kesalahpahaman dan memperjelas permasalahan yang penulis angkat, maka diperlukan kajian pustaka untuk membedakan penelitian ini dan penelitian yang telah ada. Berikut ini penelitian yang telah penulis telusuri:

1. Muhammad Rayhan (2019). Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang berjudul “Pengaruh harga, Tempat, dan Promosi Terhadap Minat Tabungan Emas PT Pegadaian Syariah kantor Unit kertak Baru Banjarmasin”. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh variabel harga, tempat, dan promosi sebagai variabel independen, terhadap minat nasabah sebagai variabel dependen secara parsial dan simultan pada PT Pegadaian Syariah kantor Unit Kertak Baru Banjarmasin. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis akan lakukan yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh harga, dan promosi. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada produk dan objek yang diteliti peneliti sebelumnya yang meneliti tentang produk tabungan emas di PT Pegadaian Sayariah Kantor Unit Kertak Baru Banjarmasin sedangkan yang diteliti oleh peneliti adalah gadai KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.
2. Nur Laili Rahmah (2018). Jurusan perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas pelayanan dan bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam menggunakan Akad

Mudarabah”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengaruh secara simultan dan pengaruh secara parsial dari bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam menggunakan akad mudarabah. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh promosi dan Kualitas pelayanan. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada produk dan objek penelitian yaitu meneliti produk mudarabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

3. Yulita Herlina (2019). Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang berjudul “Pengaruh harga, Fasilitas dan kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Umrah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin ”Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan umrah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu sama-samameneliti tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada produk dan objek penelitian yaitu meneliti produk pembiayaan umrah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

I. Sitematika Penulisan

Dalam penelitian skripsi ini penulis menguraikan sistematika penulisan yang terdiri dari 5 bab, yaitu:

Bab 1 yang diawali dengan pendahuluan. Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikan penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, kajian pustaka dan sistematik penulisan.

Bab II merupakan landasan teori. Pada bab ini menjelaskan mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian, yakni tianjauan umum tentang harga, kualitas pelayanan, promosi, keputusan nasabah, teori tentang pembiayaan, dan KPR

Bab III merupakan metode penelitian terdiri dari: jenis data dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sample sifat, data/sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran dan teknik analisis data, hal ini buat agar penelitian sistematis sesuai dengan prosdur penelitian.

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian. Pada bab ini penulis akan menguraikan hasil penelitian mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin .

Bab V merupakan bab terakhir sebagai penutup, dalam bab ini penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian dan juga saran-saran yang perlu.