

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 menyebutkan bahwa bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup manusia. Keberadaan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan Indonesia secara umum. Perbankan syariah mulai dikenal pada tahun 1992 setelah diberlakukannya UU No. 7 Tahun 1992 yang memungkinkan bank syariah menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan asas bagi hasil. Secara perlahan, bank syariah mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang mengingatkan sistem perbankan yang berlandaskan pada syariat Islam (Nofinawati, 2015, hal. 171).

Di Indonesia terdapat dua jenis bank, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Kedua bank ini merupakan lembaga perbankan Indonesia yang kehadirannya sama-sama memberikan jasa perbankan untuk membantu masyarakat dengan prinsip-prinsip yang berbeda diantara keduanya (Yuliatin, 2005, hal. 2).

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang prinsip utamanya tidak beorientasi pada laba melainkan pada bagi hasil, serta berlandaskan prinsip dalam ajaran Islam (Antonio & Karmaen, 2017, hal. 33). Bank syariah merupakan salah satu alternatif bank yang dianggap aman oleh umat Islam untuk menyimpan dananya (Daulay, 2010, hal. 12). Dikatakan aman karena kegiatan usahanya dihasilkan dari

bisnis yang halal. Bank syariah memiliki keunggulan dibandingkan bank konvensional. Salah satunya adalah kegiatan usahanya tidak didasarkan pada sistem bunga seperti halnya yang terdapat pada bank konvensional melainkan menggunakan sistem bagi hasil yang sesuai dengan agama Islam yang bersumber pada Al-Quran dan Al-Hadist. Sistem bagi hasil sangat baik dalam pandangan Islam, karena sistem bagi hasil dianggap lebih adil daripada sistem bunga. Keadilan sistem bagi hasil terletak pada untung dan rugi dalam artian kalau untung dibagi bersama, maka kerugianpun dibagi bersama (Antonio & Karmaen, 2017, hal. 67).

Sistem berbasis bunga pada bank konvensional ternyata belum sepenuhnya mampu memenuhi kebutuhan nasabah sebagai konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari kebutuhan masyarakat yang beragama Islam, dimana dalam keyakinan Islam tidak diperbolehkan adanya sistem riba. Memungut atau mendapatkan keuntungan berupa riba pinjaman adalah haram, ini dipertegas dalam surat Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَنَّ اللَّهَ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahan :

*Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gil. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya kepada Allah orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni – penghuni neraka, mereka kekal didalamnya”.*(QS. Al- Baqarah : 275)

Salah satu Bank Syariah yang beroperasi di Kalimantan Selatan adalah Bank KalSel Syariah yang terus tumbuh dan berkembang cukup pesat sehingga saat ini Bank KalSel Syariah sudah memiliki puluhan cabang. Bank KalSel Syariah melayani nasabah untuk berbagai kebutuhan terkait produk perbankan seperti pengajuan kredit dan pinjaman, setor tunai, simpanan, pembuatan akun bank, pengajuan kredit pemilikan rumah atau KPR, hingga layanan perbankan secara online yang bisa diakses melalui telpon seluler (Nofinawati, 2015, hal. 173).

Saat ini Bank Syariah termasuk Bank KalSel Syariah dapat dikatakan sebagai sektor ekonomi yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian masyarakat, pertumbuhan itu selain disebabkan oleh pertumbuhan jenis jasa yang sudah ada sebelumnya, juga disebabkan oleh munculnya inovasi produk sebagai akibat dari tuntutan dan harapan masyarakat. Hal ini menjadi dasar bagi Bank KalSel Syariah untuk melakukan kegiatan pemasaran jasa, kegiatan pemasaran merupakan salah satu alat bagi pemasaran dalam mendorong keputusan menggunakan suatu produk. Proses pemasaran itu sendiri adalah upaya Bank KalSel Syariah dalam mempengaruhi nasabah agar para nasabah itu menjadi tahu, senang lalu berminat dan menggunakan produk yang di tawarkan oleh Bank KalSel Syariah (Wilardjo, 2005, hal. 1).

Keputusan nasabah dalam menabung, ditentukan oleh beragam faktor, sebagaimana pendapat Asnawi yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung terdiri dari, faktor *marketing mix*, faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi (Asnawi, 2015, hal. 45). Taslim dalam penelitiannya menyatakan bahwa promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menabung (Taslim, 2018, hal. 81). Demikian pula Ortega dalam penelitiannya menyatakan bahwa

penggunaan media untuk promosi dapat mempengaruhi keputusan menabung masyarakat di Bank Syariah (Ortega & Alhifni, 2017, hal. 87). Afriani dan Asandimitra menyatakan “*Profit sharing has an effect to saving decision, as the higher level of profit sharing will raise society’s interest for saving in sharia bank*” (Afriani & Asandimitra, 2020, hal. 1-17), artinya bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan menabung, tingkat bagi hasil yang lebih tinggi akan meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah. Wahyudin dalam penelitiannya menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap keputusan menabung (Wahyudin, 2018).

Hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara singkat dengan beberapa orang nasabah pada Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin mengungkapkan bahwa alasan nasabah memilih menabung pada Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin Sebagian besar disebabkan karena mereka mendapatkan informasi mengenai Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin melalui promosi-promosi yang dilakukan pihak bank misalnya saat mengikuti pameran di Mall atau event-event pemerintah. Selain itu ada pula nasabah yang menyatakan alasan mereka menabung di Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin karena Bank ini menerapkan system bagi hasil yang diyakini bebas dari riba, dan sebagian lagi menyatakan menabung sebagai bagian dari gaya hidup nasabah bersangkutan. Hal inilah yang kemudian menjadi alasan peneliti menjadi promosi, gaya hidup dan bagi hasil sebagai variabel bebas dalam penelitian ini.

Beberapa hasil penelitian terdahulu di atas mengindikasikan bahwa promosi, bagi hasil dan pendapatan turut menentukan keputusan menabung seseorang. Promosi secara sederhana dapat diartikan sebagai upaya untuk memperkenalkan suatu produk

kepada masyarakat yang dapat dilakukan melalui periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan tatap muka (*personal selling*) dan publisitas atau *public relation* (PR). Promosi merupakan suatu fungsi atau proses untuk memberi informasi, membujuk, dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian konsumen. Tanpa promosi nasabah tidak akan mengenal bank, oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya (Kasmir, 2018, hal. 175). Hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti mengungkapkan bahwa saat ini pihak Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin dalam melakukan promosi adalah melalui periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Dari seluruh metode promosi tersebut yang paling mudah dilihat itu adalah promosi melalui brosur yang diletakkan di ruang tunggu atau ruang pelayanan nasabah, selain itu pemasangan papan nama yang berisikan identitas Bank KalSel Syariah juga merupakan salah satu teknik yang digunakan sebagai media promosi.

Salah satu aspek yang menjadi pertimbangan seorang nasabah dalam memutuskan menabung pada sebuah bank adalah gaya hidup. Sebagaimana pendapat Peter dan Olson bahwa keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang salah satunya adalah gaya hidup. (Peter & Olson, 2016, hal. 6). Menurut Kotler dan Keller gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia (Kotler & Keller, 2021, hal. 192).

Selain gaya hidup, keputusan menabung juga dipengaruhi oleh bagi hasil. Sebagai mana pendapat Zahro yang menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada bank syariah (Zahro, 2019, hal. 57). 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. Makin tinggi tingkat bagi hasil atau bertambah optimalnya bagi hasil serta makin jelas ketentuan dalam ketentuan pembagian hasil maka memperbesar kemungkinan nasabah semakin terpengaruh untuk memutuskan menabung di bank syariah (Zahro, 2019, hal. 28). Hasil wawancara peneliti dengan *Customer Service* Bank KalSel Syariah mengungkapkan bahwa pihak bank berkewajiban memberi tahu jumlah nisbah dari bagi hasil kepada nasabah pada saat awal perjanjian.

Dari latar belakang tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti sejauh mana pengaruh promosi, gaya hidup dan bagi hasil terhadap keputusan menabung dengan mengambil judul “Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan dengan:

1. Apakah promosi, gaya hidup, dan bagi hasil secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin?
2. Apakah promosi, gaya hidup, dan bagi hasil secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi, gaya hidup, dan bagi hasil secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi, gaya hidup, dan bagi hasil secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis

Secara teoritis tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, gaya hidup, dan bagi hasil terhadap Keputusan Menabung di Bank Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin 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 pengaruh promosi, gaya hidup, dan bagi hasil terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin, serta media untuk belajar dalam memecahkan masalah.
- b. Bagi pihak luar, penelitian ini dapat digunakan bahan masukan bagi Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin untuk dapat meningkatkan keputusan menabung masyarakat melalui promosi dan bagi hasil.
- c. Bagi akademisi, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan menabung masyarakat atau nasabah.

## **E. Definisi Operasional**

Guna memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam melakukan penelitian guna membantu dalam penulisan skripsi ini, perlu merasa memberikan definisi operasional sebagaimana berikut ini:

### 1. Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi dari pihak bank kepada nasabah dengan bentuk informasi yang bertujuan untuk lebih mengenalkan nasabah pada bank serta jasa yang diberikan serta untuk merubah sikap dan tingkah laku nasabah terhadap bank (Laksana, 2017, hal. 133). Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah promosi yang dilakukan oleh Bank KalSel Syariah Cabang



Banjarmasin untuk memperkenalkan berbagai jenis produk dan jasa yang dimiliki Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin kepada masyarakat, misalnya melalui brosur, selebaran atau penyebaran informasi melalui media sosial dan media massa yang diukur melalui indikator periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan tatap muka (*personal selling*) dan publisitas atau *public relation* (PR).

## 2. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia (Kotler & Keller, 2021, hal. 192). Gaya hidup yang dimaksud dalam penelitian ini adalah gaya hidup nasabah Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin yang diukur melalui indikator *activities* (kegiatan), *interest* (minat), dan *Opinion* (Opini)..

## 3. Bagi Hasil

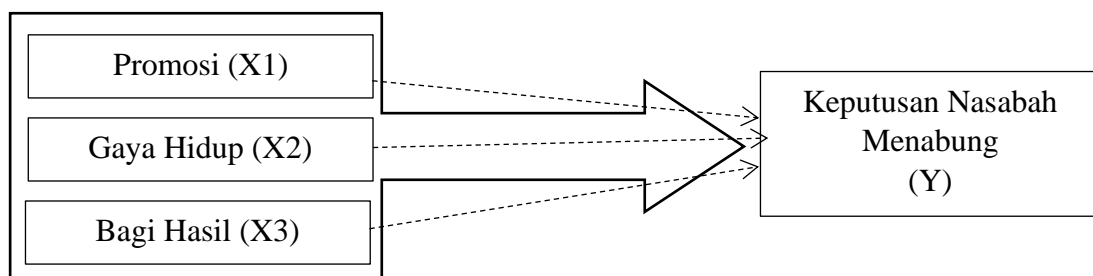
Bagi hasil merupakan sistem pembagian hasil antara pihak bank dengan nasabah. Di dalam bagi hasil tersebut ada pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat antara kedua belah pihak atau lebih (Nurhayati, 2016, hal. 117). Bagi hasil yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagi hasil yang diberikan oleh Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin kepada nasabah. Adapun wujud bagi hasil berupa nisbah serta dijelaskan ketentuannya seperti pembagian keuntungan, jaminan dari bagi hasil, dan besarnya nisbah keuntungan.

#### 4. Keputusan Menabung

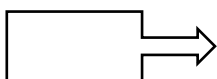
Keputusan menabung sama artinya dengan keputusan pembelian yaitu tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk (Kotler & Keller, 2017, hal. 221). Keputusan menabung dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah dalam menabung di Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin melalui berbagai 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.


#### F. Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Keterangan:

 : Secara simultan

 : Secara Parsial

Gambar 1. 1  
Kerangka Pikir Penelitian

Sumber: Diolah Peneliti, 2022.

## **G. Penelitian Terdahulu**

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

1. Anas Wahyudin (2018) dalam penelitian berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan terhadap Keputusan Manabung Mahasiswa UNISNU Jepara”. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah gaya hidup dan pendapatan berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa secara parsial atau simultan. Hasil dari penelitian ini adalah Mahasiswa mendapatkan pendapatan dari beberapa sumber yakni dari uang saku, kerja sampingan dan juga beasiswa. Secara parsial gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung, karena semakin tinggi gaya hidup seseorang maka menabung tidak akan menjadi sebuah keperluan lagi bagi dirinya. Pendapatan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menabung seseorang, karena semakin tinggi pendapatannya maka semakin tinggi pula sisa pendapatan untuk ditabungkan (Wahyudin, 2018, hal. vi). Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan pada variabel bebasnya karena penelitian Wahyudin juga memasukkan variabel pendapatan sebagai variabel bebas tanpa mencantumkan variabel promosi dan bagi hasil. Selain itu perbedaan juga terletak pada lokasi dan waktu penelitian dan responden penelitiannya pun berbeda karena penelitian Wahyudin respondennya adalah

mahasiswa sedangkan penelitian yang akan dilakukan respondennya nasabah Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin.

2. Taslim (2018) dalam Penelitian berjudul “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo”. Penelitian ini bertujuan: 1) Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap keputusan masyarakat menabung di Bank BNI Syariah kcp Wonomulyo. 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo. Hasil penelitian dengan Uji F yang telah dilakukan peneliti, menunjukkan bahwa Kualitas Jasa dan Kewajaran Harga secara bersama-sama mempengaruhi keputusan Menabung Masyarakat. Adapun hasil Uji T menunjukkan Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan Menabung Masyarakat (Taslim, 2018, hal. vi). Persamaannya adalah sama-sama menjadikan promosi sebagai salah satu variabel bebas dan keputusan menabung sebagai variabel terikat. Bedanya Taslim (2018) juga memasukkan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas, sedangkan penelitian yang akan dilakukan memasukkan variabel gaya hidup dan bagi hasil sebagai variabel bebas lainnya.
3. Aminatuz Zahro (2019) dalam penelitian berjudul “Pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah di Jepara”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Jepara. Hasil penelitian yang dihasilkan menunjukkan bahwa bagi hasil

berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada bank syariah. Serta kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada bank syariah. Hasil analisis regresi secara simultan menunjukkan bahwa bagi hasil dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menabung pada bank syariah (Zahro, 2019, hal. 57). Persamaannya adalah sama-sama menjadikan bagi hasil sebagai salah satu variabel bebas dan keputusan menabung sebagai variabel terikat. Bedanya Zahro (2019) juga memasukkan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas, sedangkan penelitian yang akan dilakukan memasukkan variabel gaya hidup dan promosi sebagai variabel bebas lainnya.

4. Karima Halimah Asmar (2019) dalam penelitian berjudul “Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Bank terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pelayanan, promosi, lokasi, dan bagi hasil PT. Bank BRI Syariah KCP. Sudirman Lubuk Pakam terhadap keputusan nasabah menabung. Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh fakta bahwa pelayanan menjadi variabel yang sangat signifikan dan berpengaruh positif terhadap peningkatan keputusan nasabah menabung. Dengan pelayanan yang baik dan sikap ramah para pegawainya, mampu membuat nasabah merasa nyaman dan aman ketika melakukan transaksi di bank mereka. Lalu tingkat bagi hasil yang juga menjadi salah satu variabel yang memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan keputusan nasabah menabung. Berbeda dengan lokasi dan promosi yang tidak memiliki pengaruh positif dalam

penelitian ini. Lokasi yang kurang strategis menjadi sedikit cela untuk pemasukan sumbangsih dampak negatif dalam penelitian ini. Selain tidak berada ditengah kota tidak adanya sarana umum atau angkutan umum menjadi tolak ukur nasabah untuk sering melakukan transaksi di dalam bank. Sama halnya dengan promosi yang tidak memiliki pengaruh positif untuk peningkatan minat nasabah karena banyak nasabah yang tidak pernah melihat adanya promosi dari pihak bank untuk mengenalkan produk mereka (Asmar, 2019, hal. iv). Lokasi penelitian Asmar (2019) berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan, selain itu perbedaan juga ada pada aspek variabel bebas yang digunakan karena penelitian Asmar menggunakan pelayanan, promosi, lokasi, dan bagi hasil sebagai variabel bebas, sedangkan penelitian yang akan dilakukan variabel bebasnya adalah promosi, gaya hidup dan bagi hasil.

5. Tia Afriani dan Nadia Asandimitra (2020) dalam jurnal berjudul "*Determinants of Customer Preference to Save in Islamic Bank*". Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh literasi keuangan, bagi hasil, pengetahuan pelanggan, jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan terhadap keputusan menabung. Hasil penelitian menemukan bahwa literasi keuangan pelanggan memiliki pengaruh sedang sekitar 72.1% terhadap keputusan menabung. Tingkat literasi keuangan pelanggan yang lebih tinggi meningkatkan kemampuan mereka untuk mengelola keuangan dan tabungan. Sedangkan bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan menabung, karena semakin tinggi tingkat bagi hasil akan meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Jika tidak, pengetahuan pelanggan dan faktor

demografis (jenis kelamin, usia, pendidikan dan pendapatan) tidak berpengaruh pada keputusan menabung mereka (Afriani & Asandimitra, 2020, hal. 1). Perbedaannya selain terletak pada waktu dan lokasi penelitian, juga pada jumlah variabel bebas yang digunakan karena penelitian Afriani dan Asandimitra (2020) menggunakan tujuh variabel bebas yang terdiri dari literasi keuangan, bagi hasil, pengetahuan pelanggan, jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan, sedangkan penelitian sekarang hanya menggunakan tiga variabel bebas yaitu promosi, gaya hidup dan bagi hasil.

## **H. Hipotesis**

Hipotesis atau kesimpulan yang sifatnya sementara tentang pengaruh variabel yang digunakan dalam model dan yang akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini adalah;

### Hipotesis 1

H<sub>01</sub> : Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin.

H<sub>a1</sub> : Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin.

### Hipotesis 2

H<sub>02</sub> : Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin.

H<sub>a2</sub> : gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin.

### Hipotesis 3

- H<sub>03</sub> : Bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin.
- H<sub>a3</sub> : Bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin.



#### Hipotesis 4

H<sub>04</sub> : Promosi, gaya hidup, dan bagi hasil secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin

H<sub>a4</sub> : Promosi, gaya hidup, dan bagi hasil secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin

#### **I. Sistematika Pembahasan**

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, gaya hidup, bagi hasil, dan keputusan menabung.

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 Data Penelitian yang terdiri dari gambaran umum Bank KalSel Syariah Cabang Banjarmasin, karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, hasil uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis dan Pembahasan.

Bab V Penutup, berisi simpulan dan saran

Daftar Pustaka