


FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT 
NASABAH TERHADAP HASANAH CARD PADA
BNI SYARIAH KANTOR CABANG TANGERANG



SKRIPSI

**Disusun untuk Melengkapi Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelara Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh:

SULISMAYANA

NIM: 1307025115

NIMKO: 3954020213113

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA
1438 H / 2017 M

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Hasanah Card Pada BNI Syariah Kantor Cabang Tangerang”** merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa karya ini merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.

Jakarta, 10 Agustus 2017



Sulismayana

NIM : 1307025115

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Hasanah Card Pada BNI Syariah Kantor Cabang Tangerang”**, ditulis oleh Sulismayana, NIM: 1307025115, NIMKO: 3954020213113, telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.



Pembimbing,

Drs. Nandi Rahman, M.Ag.

PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Hasanah Card Pada BNI Syariah Cabang Tangerang**”, ditulis oleh Sulismayana, NIM: 1307025115, NIMKO: 3954020213113, diujikan pada hari Sabtu tanggal 26 Agustus 2017, diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,


Fitri Liza, S.Ag., M.A.

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Fitri Liza, S.Ag., M.A.

Ketua

Ir. Agung Haryanto, M.E.

Sekretaris

Drs. Nandi Rahman, M.Ag.


Anggota/Pembimbing

Arif Hamzah M.A.


Anggota/Penguji I

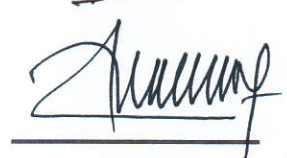
Priyo Prakoso S.E. MBA.


Anggota/Penguji II


23
08 '17


23/09/2017


22/9/2017


20/09/2017


20/09/2017

ABSTRAKSI

Sulismayana, *Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasaba terhadap Hasanah card pada BNI Syariah Kantor Cabang Tangerang*, Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengetahui: pengaruh Faktor Promosi, Faktor Merek, Faktor Fasilitas dan Faktor Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Hasanah Card pada BNI Syariah Kantor Cabang Tangerang. Peneliti menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan Populasi yakni Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Tangerang yang menggunakan Hasanah card dan sampel yang digunakan yaitu 85 responden. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode kuesioner dengan *Skala Likert*. Sebelum melakukan pengujian terlebih dahulu penulis melakukan uji validitas dan reliabilitas data terhadap hasil dari item pernyataan kuesioner tersebut. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Regresi Berganda, Uji T, Uji F, dan Koefisien Determinasi dengan bantuan software SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: adanya pengaruh promosi, fasilitas, merek dan pelayanan secara simultan dengan nilai F_{hitung} sebesar $22,739 > F_{tabel} 2,48$ dan secara parsial variabel promosi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Hasanah card dengan nilai $t_{hitung} -2,422$, variabel fasilitas berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Hasanah card dengan nilai $t_{hitung} 7,132$, variabel merek berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Hasanah card dengan nilai $t_{hitung} -3,347$ dan variabel pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Hasanah card dengan nilai $t_{hitung} 4,086$.

Kata Kunci: Faktor Promosi, Faktor Fasilitas, Faktor Merek, Faktor Pelayanan, Minat, Hasanah card.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
F. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	7
G. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Kartu Kredit.....	11
B. Pemasaran.....	19
C. Pemasaran Bank	22
D. Promosi.....	23
E. Fasilitas.....	26
F. Pelayanan.....	26
G. Merek (<i>Brand</i>).....	30

H. Minat	33
I. Kerangka Berfikir.....	35
J. Hipotesis.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
A. Ruang Lingkup Penelitian	37
B. Metode Pengumpulan Data	43
C. Metode Pengolahan Data.....	44
D. Metode Analisis Data	44
BAB IV ANALISIS DATA.....	51
A. Gambaran Umum BNI Syariah.....	51
B. Gambaran Umum Responden.....	56
C. Analisis Data	64
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pemegang Hasanah <i>Card</i> Kantor Cabang Tangerang.....	4
Tabel 3. 1 Oprasional Variabel	38
Tabel 3. 2 Skala Likert	43
Tabel 4. 1 Identifikais Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden berdasarkan Status Pernikahan	58
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4. 6 Deskripsi Responden berdasarkan Pendapatan per Bulan	60
Tabel4.7 Deskripsi Responden berdasarkan Rata-rata Menggunakan Hasanah <i>Card</i> dalam 1 Bulan.....	61
Tabel4.8 Deskripsi Responden berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Sebelum Menggunakan Hasanah <i>Card</i>	62
Tabel4.9 Deskripsi Responden berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Setelah Menggunakan Hasanah <i>Card</i>	63
Tabel 4. 10 Deskripsi Responden berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi	70
Tabel 4. 14 Uji Multikolinieritas.....	71
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4. 16 Model Regresi Berganda.....	74
Tabel 4. 17 Uji F (Simultan)	75
Tabel 4.18 Uji t (Parsial).....	76
Tabel 4. 19 Koefesien Determinasi	78

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 4. 1 Struktur Organisasi BNI Syariah Kantor Cabang Tangerang 53
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas dengan Metode Normal Probability Plot 69



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dinamika Industri Perbankan Syariah mengalami pertumbuhan yang demikian pesat dan permintaan sumber daya perbankan syariah terus meningkat dari tahun ke tahun. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat sekarang ini, membuat kita untuk lebih membuka diri dalam menerima perubahan-perubahan yang terjadi akibat kemajuan dan perkembangan tersebut.

Perkembangan bank syariah di Indonesia dipengaruhi oleh berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-undang No.10 Tahun 1998. Dalam undang-undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat di oprasikan dan di implementasikan oleh bank syariah.¹

Di Indonesia, bank syariah yang pertama didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Walaupun perkembangannya agak terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia akan terus berkembang. Bila pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit Bank Syariah, maka pada tahun 2005, jumlah bank syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit, yaitu 3 bank umum syariah dan 17 unit usaha syariah.²

Perbankan syariah memiliki kesamaan fungsi dengan perbankan konvensional dalam hal mengumpulkan dana masyarakat dan menyalurkan dana kemasyarakatan dalam bentuk pemberian fasilitas pembiayaan, akan tetapi perbankan syariah memiliki beberapa perbedaan dengan perbankan

¹ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Cet. I, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm 25-26.

² Adiwarmanto, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo), hlm 25.

konvensional. Perbedaan yang paling mendasar adalah bank syariah menerapkan sistem bebas bunga atau memakai sistem bagi hasil, jual beli dan sewa. Sedangkan bank konvensional menerapkan sistem bunga.³

Oleh karena itu, “sebagian besar kalangan yang ingin memperjuangkan syariat islam dibidang ekonomi khususnya perbankan mulai bertemu dari satu waktu ke waktu dan hasilnya mulailah beberapa bank umum swasta yang memakai metode konvensional, memutuskan untuk mengkonversikan dirinya dari bank umum menjadi bank syariah.”⁴ Seiring dengan perkembangan dunia perbankan di Indonesia, bank-bank yang ada berusaha untuk selalu meningkatkan mutu pelayanannya guna menarik nasabah baru dan juga untuk menjaga loyalitas nasabah lama. Tidak heran jika banyak bank mengeluarkan produk-produk baru dalam dunia perbankan sehingga dapat meningkatkan pelayanannya yang akhirnya dapat menarik perhatian para nasabah atau calon nasabah. Oleh karena itu bank membuat sebuah produk yaitu kartu kredit.

Menurut Kasmir dalam bukunya menjelaskan bahwa “kartu kredit merupakan kartu plastik yang dikeluarkan oleh bank atau lembaga pembiayaan lainnya yang diberikan kepada nasabah untuk dapat dipergunakan sebagai alat pembayaran dan pengambilan uang tunai.”⁵

Hasanah *card* merupakan salah satu kartu kredit syariah yang diterbitkan oleh BNI Syariah sebagaimana yang dijelaskan dalam bukunya BNI Syariah sebagai berikut:

Bisnis kartu kredit di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun ini. Bahkan saat ini jenis kartu kredit yang beredar telah ada yang menggunakan sistem syariah. Bertepatan dengan Festival Ekonomi Syariah (FES) yang di selenggarakan oleh Bank Indonesia, Unit Usaha Syariah PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk (BNI Syariah) me-*launching* salah

³ Rahmat Dahlan, *Teori dan Praktik Murabahah di Bank Syariah*, Cet I, (Jakarta: PKSP, 2010), hlm 3.

⁴ Abu Muhammad Dwiono K, *Ayo ke Bank Syariah*, Cet I, (Jakarta: Mitra Sukses, 2016), hlm 7.

⁵ Kasmir, *Dasar-dasar perbankan*, cet 2, (Jakarta: PT . Raja Grafindo, 2003), hlm 170.

satu jenis pembiayaan yang berbasis kartu kredit yaitu *Hasanah Card* pada tanggal 7 Februari 2009.

Hasanah Card merupakan kartu pembiayaan berbasis syariah yang berfungsi sebagai kartu kredit yang berhubungan dengan hukum antara pihak berdasarkan prinsip syariah, *Hasanah Card* juga berfungsi sebagai kartu kredit yang sistem perhitungan yang lebih transparan, adil serta lebih ringan jika di bandingkan dengan kartu kredit konvensional.⁶

Selain itu, yang menjadi salah satu landasan hukum diperbolehkan penggunaan *syariah card* adalah QS. Al-Baqarah ayat 280.

Firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 280 :

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۗ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ (البقرة ..)

Artinya:

“Dan jika ia (orang yang berhutang itu) dalam kesulitan, berilah tangguh ia berkelapangan.”

Sesuai dengan Fatwa DSN No. 54/DSN-MUI/X/2006 Tentang Fatwa yang memperbolehkan adanya kartu kredit syariah dan Tentang *Syariah Card* didefinisikan sebagai “kartu yang berfungsi sebagai kartu kredit yang berhubungan hukum antara para pihak berdasarkan prinsip syariah sebagaimana di atur dalam fatwa.”⁷

Meskipun *Hasanah Card* merupakan produk baru, perkembangan jumlah pemegang *Hasanah Card* yang terus bertambah setiap tahunnya. Hal ini membuktikan bahwa kartu kredit syariah memang di butuhkan oleh masyarakat, khususnya *Hasanah Card*. Oleh karena itu dengan bertambahnya pengguna *Hasanah card* membuat nasabah percaya akan produk yang dikeluarkan oleh BNI Syariah tersebut. Kebanyakan Nasabah hanya mengetahui kartu kredit yang di keluarkan oleh Bank konvensional namun pada kenyataannya Bank Syariah pun

⁶ BNI Syariah, Produk *Hasanah Card*. <http://www.bnisyariah.co.id/produk-hasanah-card/>. (diakses 6 April 2017).

⁷Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia, *Syariah Card*. <http://www.Dsnmui.or.id/fatwa/syariah-card/>. (diakses 10 April 2017)

mengeluarkan kartu kredit yang berbasis syariah. Untuk meningkatkan minat nasabah di bank syariah khususnya BNI Syariah tentunya dilatar belakangi oleh beberapa faktor.⁸

Tabel 1. 1

Jumlah Pemegang Hasanah Card Kantor Cabang Tangerang.

No	Tahun	Pemegang Kartu
1.	2013	222
2.	2014	285
3.	2015	354
4.	2016	429
5.	Per Mei 2017	509

Sumber: Wawancara Pribadi dengan Manajer Sales BNI Syariah Tangerang.

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk yang bertujuan untuk menarik nasabah untuk membelinya. Promosi juga salah satu strategi setiap Bank untuk mendapatkan nasabah baru, salah satunya Bank BNI syariah. Akan tetapi masih kurangnya promosi dan sosialisasi yang dilakukan oleh BNI syariah membuat Hasanah Card belum di kenal masyarakat luas. Selain itu, fasilitas juga hal yang penting untuk diperhatikan dalam usaha jasa, terutama yang berkaitan dengan nasabah. Karena dalam suatu usaha jasa, penilaian nasabah terhadap suatu produk didasari apa yang mereka peroleh pada saat menggunakan produk tersebut. Adanya fasilitas tentunya akan menunjang kegiatan konsumen, fasilitas yang baik dan memenuhi kebutuhan konsumen pasti akan menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam memilih *Hasanah Card* ini. Di sisi lain, sebuah merek mempunyai kekuatan untuk memikat hati nasabah agar membeli produk tersebut. Merek juga sangat penting untuk meningkatkan

⁸Wawancara Pribadi dengan Manajer Sales Ibu Suci Widyaningsih, Tangerang, 10 Mei 2017.

penjualan suatu produk, dan merek juga salah satu yang membuat nasabah percaya akan suatu produk yang kita pasarkan. Dan juga Pelayanan merupakan kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah dengan turut memberikan kemudahan yang menguntungkan. Sehingga terciptanya kepuasan dalam diri nasabah. Dengan menyadari akan pentingnya kualitas pelayanan yang baik, maka pegawai di bidang *Hasanah Card* berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya, baik dengan cara memberikan tambahan fasilitas maupun kemudahan dalam bertransaksi.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian di BNI Syariah untuk dapat meneliti faktor apa yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *Hasanah Card*. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP HASANAH CARD PADA BNI SYARIAH KANTOR CABANG TANGERANG”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar belakang di atas, maka identifikasi masalah yaitu sebagai berikut :

1. Kurangnya Promosiyang dilakukan oleh BNI membuat *hasanah card* belum dikenal masyarakat luas.
2. Kualitas pelayanan yang masih di anggap kurang baik oleh sebagian besar konsumen.
3. Kurangnya ketertarikan masyarakat untuk mengambil produk *Hasanah Card*.
4. Citra merek *Hasanah Card* yang turun di mata konsumen.
5. *Hasanah Card* yang kurang dapat bersaing dengan merek lama maupun pendatang baru.
6. Rendahnya kualitas produk menyebabkan masyarakat kurang berminat untuk menggunakan *Hasanah Card*.
7. Fasilitas yang kurang mencukupi membuat masyarakat beranggapan bahwa menggunakan *Hasanah Card* itu sulit.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah di uraikan diatas dan agar pembahasan ini lebih terarah dan tidak melebar, penulis membatasinya hanya pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap *Hasanah Card* pada BNI Syariah Kantor Cabang Tangerang, yaitu Faktor Promosi, Faktor Merek, Faktor Fasilitas dan Faktor Pelayanan.

D. Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah :

1. Apakah faktor Promosi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Hasanah Card* pada BNI Syariah Kantor Cabang Tangerang ?
2. Apakah faktor Fasilitas berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Hasanah Card* pada BNI Syariah Kantor Cabang Tangerang ?
3. Apakah faktor Merek berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Hasanah Card* pada BNI Syariah Kantor Cabang Tangerang ?
4. Apakah faktor Pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Hasanah Card* pada BNI Syariah Kantor Cabang Tangerang ?
5. Apakah faktor Promosi, Fasilitas, Merek dan Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat nasabah menggunakan *Hasanah card* pada BNI Syariah Kantor Cabang Tangerang ?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan yang dicapai dari penelitian ini adalah

- a. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat nasabah menggunakan *Hasanah Card*.
- b. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap minat nasabah menggunakan *Hasanah Card*.

- c. Untuk menganalisis pengaruh merek terhadap minat nasabah menggunakan *Hasanah Card*.
- d. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan *Hasanah Card*.
- e. Untuk menganalisis pengaruh promosi, fasulitas, merek, pelayanan secara bersama-sama terhadap minat nasabah menggunakan *Hasanah Card*.

2. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah

- a. Bagi Perusahaan
Penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk meningkatkan jumlah nasabah perusahaan tersebut khususnya dalam mengembangkan produk *Hasanah Card* tersebut.
- b. Bagi Penulis
Penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis untuk menambah pengetahuan dan wawasan yang luas.
- c. Bagi masyarakat
Dapat di jadikan sebagai sumber informasi dan juga sebagai masukan bagi pihak-pihak yang terkait langsung dengan penelitian ini.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama, Tahun Penulis	Judul	Kesimpulan	Perbedaan
1.	Titin Suhartini, 2011, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah	Analisis SWOT terhadap produk iB Hasanah Card	Skripsi membahas tentang sejauh mana perkembangan produk hasanah card BNI Syariah dibandingkan dengan CIMB Niaga gold card. Serta	Skripsi yang di bahas penulis mengenai Apakah promosi, pelayanan, fasilitas dan merek Hasanah

No	Nama, Tahun Penulis	Judul	Kesimpulan	Perbedaan
	Jakarta.		untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki hasanah card.	<i>Card</i> berpengaruh terhadap minat nasabah.
2.	Fahd, 2010, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.	Aplikasi Hasanah Card di BNI Syariah	Skripsi membahas tentang oprasional dan prinsip-prinsip Hasanah Card dan juga proses pembagian keuntungan antara BNI Syariah dengan <i>Master Card</i>	Skripsi yang di bahas penulis mengenai Apakah promosi, pelayanan, fasilitas dan merek Hasanah <i>Card</i> berpengaruh terhadap minat nasabah.
3.	Hafidhuddin, 2015, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.	Efektivitas iklan pada media cetak terhadap keputusan konsumen menggunakan IB Hasanah Card BNI Syariah.	Skripsi membahas tentang periklanan yang diterapkan BNI Syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan Hasanah Card BNI	Skripsi yang di bahas penulis mengenai Apakah promosi, pelayanan, fasilitas dan merek Hasanah <i>Card</i> berpengaruh

No	Nama, Tahun Penulis	Judul	Kesimpulan	Perbedaan
			Syariah.	terhadap minat nasabah.
4.	Ganis Abdul Hafizh, 2012, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.	Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku Nasabah dalam menggunakan Hasanah card pada BNI Syariah cabang Bekasi.	Skripsi membahas tentang Faktor Agama, Sosial dan Psikologi yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan Hasanah card.	Skripsi yang di bahas penulis mengenai Apakah promosi, pelayanan, fasilitas dan merek Hasanah Card berpengaruh terhadap minat nasabah.
5.	Wilda Farhanah, 2016, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.	Pengaruh Produk Hasanah card terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada BNI Syariah Cabang Meruya Ilir Jakarta Barat.	Skripsi membahas tentang pengaruh <i>Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangible</i> terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada BNI Syariah terhadap hasanah card.	Skripsi yang di bahas penulis mengenai Apakah promosi, pelayanan, fasilitas dan merek Hasanah Card berpengaruh terhadap minat nasabah

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan ini, maka disusun sistematika penulisan menjadi beberapa bab dan sub bab seperti dijelaskan berikut ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini penulis menguraikan teori-teori yang berkaitan dengan pembahasan, kerangka berfikir, hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini penulis menguraikan tentang ruang lingkup penelitian, metode pengolahan data, dan metode pengumpulan data, metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PENELITIAN

Bab ini membahas hasil penelitian yang lebih inti yang menjelaskan hasil dari temuan-temuan sesuai dengan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Rachman. *Psikologi Pendidikan*, cet 4. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 1993.
- Antonio, M. Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Allesandro F.D, David. *Perang Merek*, cet 1. Yogyakarta: Andi, 2003.
- Azwar, Saifuddin. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offest, 2010.
- Basuki Tri Agus dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi*. Jakarta: Rajawali Pres, 2016.
- Dahlan, Rahmat. *Teori dan Praktek Murabahah di Bank Syariah*. Jakarta: PKSPP, 2010.
- Dendawijaya, Lukman. *Manajemen Perbankan*. Ghalia indonesia, 2005.
- Dwiono, M. Abu. *Ayo ke Bank Syariah*. Jakarta: Mitra Sukses, 2016.
- Effendy, Usman. *Psikologi Konsumen*, cet 1. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Fahd. "Kesesuaian Prinsip Syariah Terhadap Aplikasi Hasanah Card di BNI Syariah". Skripsi S1 UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.
- Farhanah, Wilda. "Pengaruh Produk Hasanah Card terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada BNI Syariah Cabang Meruya Ilir Jakarta Barat". Skripsi S1 Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, 2016.
- George Edward, Belch. *Advertising and Promotion*. New York: The McGraw Hill, 2004.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponogoro, 2011.
- Hafidhuddin. "Efektivitas Iklan pada Media Cetak Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hasanah Card BNI Syariah". Skripsi S1 UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015.
- Hafizh, Abdul Ganis. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah dalam menggunakan Hasanah card pada BNI Syariah cabang Bekasi". Skripsi S1 Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, 2012.

- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.
- Ibrahim, Johannes. *Kartu Kredit Dilematis antara Kontrak dan Kejahatan*. Bandung: Refika Aditama, 2004.
- Ichsan, Nurul. *Pengantar Perbankan Syariah*. Jakarta: Kalam mulia, 2013.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, cet 1. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Ismail. *Manajemen Perbankan*, cet 1. Jakarta: Kencana, 2010.
- Iqbal, Muhammad. *Pelayanan yang Memuaskan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007.
- Jackie Amnadar dkk. *Mengelola Merek*. Jakarta: Yayasan Bina Karsa, 2007.
- Karim, Adiwarmanto. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2013.
- Kasmir. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2003.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali, 2014.
- Kerin A, Roger. *Marketing*. New York: The Grow Hill, 2006.
- Mubin, Falihul. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wirausaha Mahasiswa". Skripsi S1 UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014.
- Muhammad, As'adi. *Cara Pintar Promosi Murah dan Efektif*. Yogyakarta: Garailmu, 2009.
- Muhidin Ali Sambas dan Maman Abdurahman. *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia, 2007.
- Mustafa EQ, Zainal. *Mengurai Variabel Hingga Instrumen*. Yogyakarta: Candi Gebang Permai, 2013.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Purnamasari Irma Davida dan Suswinarno. *Akad Syariah*. Bandung: PT Mizan Pustaka, 2011.

- Sadat, M. Andi. *Brand Belief Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*, cet 3. Jakarta: PT. RINEKA CIPTA, 1995.
- Studi Pasar Kartu Kredit di Indonesia*. Jakarta: Mars Indonesia, 2012.
- Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*. ALFABETA, 2010.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2012.
- Suhartini, Titin. “ Analisis SWOT Terhadap Produk Hasanah Card.” Skripsi S1 UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011.
- Sulaiman Abdul Wahab Ibrahim Abu. *BankingCard Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Sulationo, Agus. *Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi*. Bandung: Alfabet, 1999.
- Sunaryo. *Hukum Lembaga Pembiayaan*. Jakarta: Sinar Grafika, 2013.
- Soewadji, Jusuf. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.
- Supranto J dan Nanda Lamakrisna. *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah untuk Menyusun Skripsi, Tesis, dan Distertasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.
- Surachman. *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumedia Publishing, 2008.
- Suryadi, didih. *Promosi Efektif*, cet 1. Jakarta: ORYZA, 2011.
- Tampubolon. *Mengembangkan Minat dan Kebiasaan pada Anak*. Bandung: Angkasa.
- BNI Syariah, Produk Hasanah Card. <http://www.bnisyariah.co.id/produk-hasanah-card/>. (diakses 6 April 2017).
- BNI Syariah, Sejarah, Visi dan Misi. <http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah/>. (diakses 01 Juli 2017).
- Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia, Hasanah Card. <http://www.dsnmui.or.id/fatwa/syariah-card/>. (diakses 10 April 2017)