

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH DALAM
MENGUNAKAN TABUNGAN MUDHARABAH
DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR
CABANG CIPUTAT**



SKRIPSI

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

Oleh:

JIHAN MAHARANI

NIM : 1607025036

NIMKO : 3954020216036

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA
JAKARTA
TAHUN 2020 M/ 1442H**

PERNYATAAN KEKASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Mudharabah Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat”** 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 penelitian ini telah dicantumkan sesuai 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 berupa pencabutan gelar akademik (kesarjanaan) dan sanksi lain yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, Jakarta Selatan.

Jakarta, 15 Oktober 2020



Jihan Maharani

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Mudharabah Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat**”, ditulis oleh **Jihan Maharani**, NIM :1607025036, NIMKO : 3954020216036, telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata 1 (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

Pembimbing


Novi Leidiparasdewi, S.E, MM

PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Mudharabah Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat” ditulis oleh **Jihan Maharani**, NIM: 1607025036, NIMKO: 3954020216036, diujikan pada hari Sabtu tanggal 07 November 2020, diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelas 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



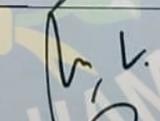
07/12/20

Dr. Ai Fatimah Nur Fuad, Ph.D.
Sekretaris



4/12/2020

Novi Leidiparasdewi, S.E,MM
Anggota/Pembimbing



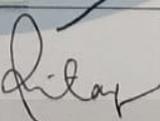
4/12/2020

Ir. Agung Haryanto, ME
Anggota/Penguji I



5/12/2020

Dr. Rita Yuni Mulyanti, MM
Anggota/Penguji II



3/12 2020

ABSTRAK

Jihan Maharani: 1607025036, *Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Mudharabah Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memperoleh bukti atas faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan promosi terhadap minat menabung nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri kantor cabang Ciputat. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada nasabah di bank Syariah mandiri kantor cabang Ciputat dan penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus - September 2020 dengan jumlah populasi nasabah produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri kantor cabang Ciputat pada tahun 2015-2019 sebanyak 4600 orang dan pengambilan sampel dilakukan berdasarkan rumus *slovin* sebanyak 97,87 responden dan dibulatkan menjadi 98 responden sebagai sampel. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling* dengan menggunakan cara *simple random sampling*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (X1) dan Promosi (X2), sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Menabung Nasabah (Y).

Dari hasil analisis uji t dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan sebesar 0,000 dan Promosi sebesar 0,238. Secara Bersama-sama variabel Kepuasan Pelanggan dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah produk tabungan mudharabah dengan F hitung sebesar 142.863 dan tingkat signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05)

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Promosi , dan Minat Menabung Nasabah.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | ii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | iii |
| PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| ABSTRAK | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 8 |
| C. Pembatasan Masalah..... | 9 |
| D. Perumusan Masalah..... | 9 |
| E. Tujuan dan Manfaat Penulisan..... | 9 |
| F. Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| G. Sistematika Penulisan..... | 14 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 17 |
| A. Bank dan Bank Syariah..... | 17 |
| B. Tabungan Syariah..... | 18 |
| C. Kepuasan Pelanggan | 33 |
| D. Promosi | 37 |
| E. Minat Nasabah | 41 |
| F. Kerangka Berpikir..... | 43 |
| G. Hipotesis Penelitian..... | 44 |

| | |
|---|------------|
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 45 |
| A. Ruang Lingkup Penelitian..... | 45 |
| B. Metode Pengumpulan Data..... | 48 |
| C. Metode Pengolahan Data | 50 |
| D. Definisi dan Operasional Variabel Penelitian | 50 |
| E. Teknik Pengolahan Data | 51 |
| F. Metode Analisis Data..... | 52 |
| | |
| BAB IV HASIL PENELITIAN..... | 59 |
| A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri | 59 |
| B. Deskripsi Responden..... | 67 |
| C. Hasil Kuesioner..... | 73 |
| D. Metode Analisis Data..... | 78 |
| E. Interpretasi Penelitian..... | 93 |
| | |
| BAB V PENUTUP..... | 96 |
| A. Kesimpulan | 96 |
| B. Saran..... | 97 |
| | |
| Daftar Pustaka | 99 |
| | |
| Lampiran | 101 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan lembaga yang berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan taraf hidup rakyat banyak. Perannya yang besar bagi pembangunan mendorong perbankan untuk senantiasa mendapatkan perhatian khusus dalam pengawasan agar pelaksanaan penghimpunan dan penyaluran dananya dapat tepat guna sesuai dengan tujuan dari pembangunan itu sendiri (Asnaini & Oktarina, 2020: 51).

Menurut Undang-Undang nomor 21 tahun 2008 pengertian Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, proses dalam melaksanakan kegiatannya, dan mencakup kelembagaan kegiatan usahanya (Yusuf, 2015: 11).

Perbankan syariah memiliki kesamaan fungsi dengan perbankan konvensional dalam hal mengumpulkan dana masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pemberian fasilitas pembiayaan, akan tetapi perbankan syariah memiliki perbedaan-perbedaan dengan perbankan konvensional. Perbedaan yang paling mendasar adalah bank syariah menerapkan sistem bebas bunga (*free interest*) atau memakai sistem bagi hasil (*profit sharing*), jual beli dan sewa. Sedangkan bank

konvensional menerapkan sistem bunga (Dahlan, 2010: 2-3). Sedangkan umat Islam dilarang untuk mengambil riba dalam bentuk apapun. Karena Allah SWT telah berfirman dalam surat Al-Imran ayat 130 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ .

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.” (Q.S Al Imron: 130)

Oleh karena itu Keuangan Syariah mengalami perkembangan yang cukup pesat dan berdampak besar terhadap ekonomi masyarakat adalah industri perbankan syariah. Industri Perbankan syariah dapat memberikan kontribusi dalam melakukan transformasi perekonomian pada aktivitas ekonomi produktif, bernilai tambah dan inklusif (Apriyanti, 2017: 17).

Perbankan di Indonesia kini semakin diramaikan oleh Bank Syariah yang menawarkan produk keuangan dan investasi dengan cara yang berbeda dibanding Bank Konvensional yang sudah lama ada. Meskipun masih dianggap pendatang baru, Perbankan Syariah berkembang cukup pesat. Hal itu dapat dimaklumi dengan status Indonesia sebagai negara muslim terbesar di dunia sehingga perbankan yang menggunakan hukum dan asas Islam akan lebih diminati. Seolah tidak mau kehilangan momentum, saat ini bank-bank konvensional di Indonesia ikut mendirikan institusi syariah atau unit usaha syariah sendiri. Hal ini dilakukan untuk menggaet lebih banyak

nasabah yang tertarik dengan keunggulan Bank Syariah (Marimin et al., 2015: 80).

Bank syariah sendiri mulai dibentuk di Indonesia pada tanggal 1 November 1991 yaitu PT Bank Muamalat Indonesia. Dalam perkembangannya bank Syariah telah banyak mengalami kemajuan dimulai dari penunjang infrastruktur, literasi masyarakat terhadap pelayanan perbankan Syariah, dan aspek sistem pengawasan dan perangkat regulasi (Dr.Kashmir, 2017: 165).

Berikut jaringan kantor Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di Indonesia pada tahun 2014-2020:

1. Bank Umum Syariah

- a. PT. Bank Aceh Syariah
- b. PT BPD Nusa Tenggara Barat Syariah
- c. PT. Bank Muamalat Indonesia
- d. PT. Bank Victoria Syariah
- e. PT. Bank BRI Syariah
- f. PT. Bank Jabar Banten Syariah
- g. PT. Bank BNI Syariah
- h. PT. Bank Syariah Mandiri
- i. PT. Bank Mega Syariah
- j. PT. Bank Panin Dubai Syariah
- k. PT. Bank Syariah Bukopin
- l. PT. BCA Syariah

- m. PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah
- n. PT. Maybank Syariah Indonesia (Otoritas Jasa Keuangan 2020: 4)

2. Unit Usaha Syariah

- a. PT Bank Danamon Indonesia
- b. Bank Permata, Tbk
- c. PT Bank Maybank Indonesia, Tbk
- d. PT Bank CIMB Niaga, Tbk
- e. PT Bank OCBC NISP, Tbk
- f. PT Bank Sinarmas
- g. PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk
- h. PT BPD DKI
- i. PT BPD Daerah Istimewa Yogyakarta
- j. PT BPD Jawa Tengah
- k. PT BPD Jawa Timur, Tbk
- l. PT BPD Sumatera Utara
- m. PT BPD Jambi
- n. PT BPD Sumatera Barat
- o. PT BPD Riau dan Kepulauan Riau
- p. PT BPD Sumatera Selatan dan Bangka Belitung
- q. PT BPD Kalimantan Selatan
- r. PT BPD Kalimantan Barat
- s. PD BPD Kalimantan Timur

- t. PT BPD Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat (Otoritas Jasa Keuangan 2020: 4)

Bahwa jumlah Bank Umum Syariah di setiap tahunnya mengalami peningkatan. Di tahun 2014 jumlah bank syariah mencapai 12 bank umum Syariah dan 22 unit usaha Syariah. Di tahun 2016 jumlah bank Syariah mencapai 13 bank umum Syariah dan 21 unit usaha Syariah. Dan di tahun 2020 jumlah bank Syariah mencapai 14 bank umum Syariah dan 20 unit usaha Syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2020: 18)

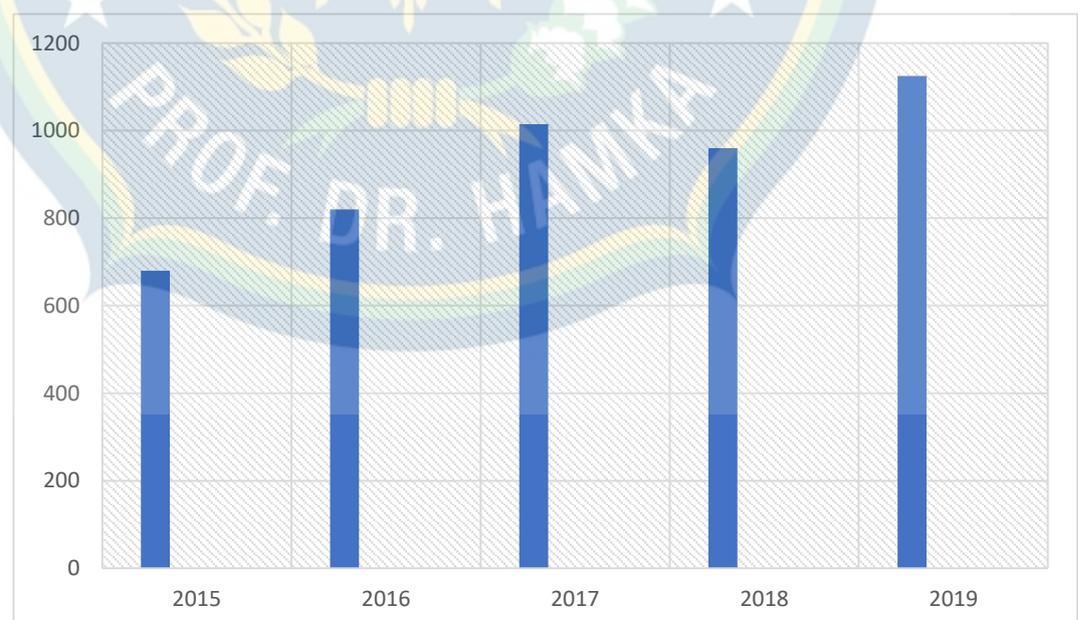
Sudah kita ketahui bahwa fungsi Bank Syariah yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan atau biasa disebut dengan tabungan. Dan salah satu bank Syariah yang memiliki produk tabungan tersebut adalah Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu Bank Syariah di Indonesia yang sudah ada sejak tahun 1999 yang secara resmi beroperasi pada tanggal 1 November 1999 (PT Bank Syariah Mandiri 2017). Bank Syariah Mandiri menjadi salah satu bank Syariah dengan pelayanan terbaik, dapat dilihat dari beberapa penghargaan yang didapat pada tahun 2019 antara lain *The Strongest Islamic Retail Bank in Asia* dari *Cambridge Analytica Islamic Finance* dan *Service Excellence* (MRI) dari *Market Research Indonesia & Infobank Magazine* (PT Bank Syariah Mandiri 2017)

Bank Syariah Mandiri per Desember 2017 telah memiliki kantor layanan dengan jumlah 737 di seluruh Indonesia dan 196.000 akses jaringan ATM. Salah satunya Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat yang

merupakan kantor cabang dari Bank Syariah Mandiri. Dan memiliki beberapa produk bank Syariah yang terdiri dari tabungan, deposito, giro, dan lain-lainnya. Dalam produk tabungan terbagi menjadi 2 jenis tabungan dengan akad berbeda yaitu tabungan dengan akad wadi'ah dan tabungan dengan akad mudharabah.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat juga mempunyai produk yang begitu diminati oleh para nasabahnya, Yaitu, produk tabungan *mudharabah*. Yang menjadi faktor tabungan mudharabah begitu diminati bisa dinilai dari kepuasan pelangganya dan juga promosi yang diberikan oleh bank tersebut.

Gambar 1.1
Pembukaan Rekening Nasabah
Tabungan Mudharabah Periode 2015-2019



Sumber : Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat Tahun 2015-2019

Dari Gambar 1.1 menunjukkan pembukaan rekening tabungan mudharabah dari tahun 2015-2019 mengalami fluktuatif. Pembukaan rekening tabungan mudharabah pada tahun 2015 sebanyak 680 rekening tabungan, pada tahun 2016 mengalami peningkatan sebanyak 820 rekening tabungan, pada tahun 2017 mengalami peningkatan yang sangat signifikan sebanyak 1015, pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi sebanyak 960 rekening tabungan, dan pada tahun 2019 mengalami peningkatan yang signifikan lagi yaitu sebesar 1125 rekening tabungan.

Faktor kepuasan pelanggan dan promosi bisa menjadi penyebab terjadinya fluktuasi terhadap tabungan mudharabah. Pengertian kepuasan menurut *Philip Kotler* merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan (Arif, 2010: 193). Jika nasabah merasa puas terhadap pelayanan di bank tentu saja minat nasabah akan meningkat terhadap produk tabungan.

Promosi juga bisa menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung. Karena promosi tidak hanya membicarakan mengenai produk, harga, dan cara mendistribusikan, tetapi juga mengkomunikasikan kepada masyarakat agar produk dapat dikenal masyarakat. Promosi merupakan arus informasi yang dibuat untuk menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Andespa, 2017: 2).

Minat konsumen adalah terjadi kecenderungan dalam membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang ada hubungannya dengan pembelian

dan diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen dalam melakukan pembelian (Andespa, 2017: 2).

Dari latar belakang di atas, penulis ingin melakukan penelitian berkaitan dengan pendapat nasabah mengenai faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap tabungan *mudharabah* dan mengapa terjadinya fluktuatif. Oleh karena itu, peneliti membuat penelitian ini dengan judul **“PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH DALAM MENGGUNAKAN TABUNGAN MUDHARABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG CIPUTAT”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi Ada beberapa masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Produk yang diminati di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat salah satunya adalah tabungan *mudharabah*.
2. Kenapa terjadi fluktuasi pada tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat.
3. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap minat menabung dalam menggunakan tabungan *mudharabah*.
4. Faktor promosi dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah*.

C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti membatasi pembahasan agar penelitian lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok penelitian. Oleh karena itu, peneliti hanya fokus kepada masalah-masalah pokok yang dibatasi dalam konteks permasalahan yang terdiri dari faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan promosi terhadap minat menabung nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat.

D. Perumusan Masalah

Permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Minat Menabung Nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Minat Menabung Nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat?
3. Apakah Kepuasan Pelanggan dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Minat Menabung Nasabah dalam menggunakan tabungan *Mudharabah* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat?

E. Tujuan dan Manfaat Penulisan

Sesuai dengan identifikasi masalah sebagaimana yang disebutkan di atas, penulis bermaksud untuk memperoleh data dan informasi yang

berkaitan dengan permasalahan penelitian sehingga dapat dicapai tujuan dan manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat menabung nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat.
- b. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat menabung nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat.
- c. Untuk menganalisis Kepuasan Pelanggan dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Minat Menabung Nasabah dalam menggunakan tabungan *Mudharabah* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

a. Bagi penulis

Hasil penelitian ini memberikan penambahan pengetahuan yang dalam tentang perbankan Syariah mengenai faktor apa yang mempengaruhi minat menabung

nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciputat.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini bisa menjadi bahan referensi atau sumber untuk penelitian berikutnya dan bagi para pembaca untuk dijadikan referensi. Terutama bagi pihak yang akan melakukan penelitian berkaitan dengan Kepuasan pelanggan dan promosi terhadap minat menabung yang di bank Syariah.

c. Bagi Bank Terkait

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan dalam pengembangan di bank, khususnya pada faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada produk tabungan seperti dari segi kepuasan dan kualitas pelayanan.

F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

| No | Naman, Judul Skripsi, tahun | Hasil | Persamaan | Perbedaan |
|----|---|---|--|---|
| 1. | Asti Dwi Putri, Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Produk Tabungan BSM PT. Bank Syariah Mandiri | Bahwa 0,816 atau 81,6% variabel keputusan menabung bisa dijelaskan oleh kedua variabel independent dalam penelitian yaitu Promosi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama. | Penulis dan Asti dwi putri menggunakan objek penelitiannya terhadap nasabah yang menabung di BSM, dan menggunakan variabel | Penulis menggunakan Variabel independen yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan Sedangkan Asti dwi putri |

| | | | | |
|----|---|---|---|---|
| | Kantor Cabang Simping Patal Palembang, 2016 | Sedangkan 18,4% sisanya dijelaskan oleh variabel yang lain diluar penelitian ini yang merupakan kontribusi dari variabel bebas selain kedua variabel dalam penelitian. | independent yang sama pengaruh promosi | menggunakan variabel independen yang berpengaruh pada kualitas pelayanan |
| 2. | Adella Rianty, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah, 2017 | Bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan dan bagi hasil signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan variabel kualitas pelayanan dan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah Bank Syariah Mandiri di wilayah Tangerang Selatan pada tingkat signifikansi kurang dari 0,05 atau 5%. | Penulis dan Adella Rianty menggunakan objek penelitian yang sama yaitu tabungan mudharabah | Penulis dan Adella Rianty variabel bebas dan variabel terikat |
| 3 | Isnaine Maulida, Analisis Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bmt Taruna Sejahtera Cabang Tuntang, 2016 | Bahwa secara individu variabel promosi berpengaruh terhadap minat nasabah. Selain itu variabel Pelayanan juga berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah. Secara bersama-sama promosi dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah. | Persamaan penulis dengan Isnaine Maulida menggunakan variabel independent mengenai promosi. | Penulis menggunakan Variabel independent mengenai kepuasan nasabah dan promosi, Sedangkan Isnaine Maulida menggunakan variabel dependen mengenai promosi dan pelayanan. |

| | | | | |
|---|--|--|---|---|
| 4 | Devi Lavitasari, Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Minat Menabung Ulang Nasabah Tabungan Mudharabah Pada PT. Bank Sinarmas Syariah, TBK Cabang Jember, 2020 | Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda atas pengaruh kualitas layanan terhadap minat menabung ulang menunjukkan hubungan yang positif signifikan. Ini membuktikan bahwa kualitas layanan yang baik akan meningkatkan minat menabung ulang. Hasil pengujian regresi linear berganda atas pengaruh kepuasan nasabah terhadap minat menabung ulang menunjukkan hubungan yang positif signifikan. | Penulis dan Devi Lavitasari yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan pelanggan terhadap minat menabung nasabah | Penulis tidak membahas tentang kualitas pelayanan, sedangkan penulis membahas tentang kepuasan nasabah. |
| 5 | Diana Risqi Amelia, Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bprs Bina Finansia, 2019 | Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan Nasabah menabung pada BPRS Bina Finansia dan nilai signifikansi $0,941 > 0,05$. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada BPRS Bina Finansia dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Promosi tidak berpengaruh signifikan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan | Persamaan sama-sama membahas tentang pengaruh promosi terhadap minat menabung nasabah | Perbedaan peneliti tidak membahas kualitas pelayanan . |

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | | <p>terhadap keputusan nasabah menabung pada BPRS Bina Finansia dikarenakan hasil uji F yang dilakukan menghasilkan nilai signifikansi $0,000 < \text{level of significant } 0,05$. Nilai koefisien determinasi adalah 0,577 berarti besarnya pengaruh promosi dan kualitas layanan secara bersamaan terhadap keputusan nasabah menabung pada BPRS Bina Finansia Semarang adalah 57,7% sedangkan sisanya 42,3% dipengaruhi variabel lainnya.</p> | | |
|--|--|---|--|--|

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, terdiri dari beberapa bab yang berkesinambungan antara satu dengan yang lainnya pada di setiap bab. Sistematika penulisan penelitian ini dibagi menjadi lima bab. Adapun penulisan sistematika penulisan bab-bab dengan pokok permasalahannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan yang meliputi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menyajikan kajian teoritis, baik mengenai pengertian dan teori dasar. Kerangka berpikir dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian selanjutnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai metode yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, variabel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan untuk memberikan jawaban terhadap permasalahan yang menjadi objek kajian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan hasil yang telah dilakukan oleh penelitian dan dijelaskan temuan-temuan hasil oleh data dan analisis yang berhubungan dengan pembahasan. Hasil penelitian juga menjelaskan tentang karakteristik responden, hasil uji menggunakan SPSS, menjelaskan modal dan menganalisis seberapa besar pengaruh variabel yang dipilih dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan jawaban dari rumusan masalah dan memenuhi harapan tujuan penelitian. Saran yang dibahas pada bab ini adalah saran yang dihasilkan dari sebuah penelitiannya, dari hasil masing-masing setiap kesimpulan diberikan saran. Yang sangat berguna bagi untuk penelitian berikutnya memperhatikan saran-saran tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- A. Wangsawidjaja, Z. 2012. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia.
- Andespa, Roni. 2017. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah." *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* 2:2.
- Apriyanti, Hani Werdi. 2017. "Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan." *Maksimum Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang* 8(1):17.
- Arif, M. Nur Rianto Al. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Asnaini, dan Aminah Oktarina. 2020. "Potensi Kontribusi Institusi Pendidikan Islam Terhadap Perkembangan Bank Syari'ah Di Indonesia." *Al-Intaj Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 6:51.
- Astuti, Tri, dan Rr Indah Mustikawati. 2013. "Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah." *Nominal Dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta* 2:1.
- Basuki, Agus Tri, dan Nano Prawoto. 2017. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Jakarta: Rajawali.
- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. Sulawesi Selatan: Global Research dan Consulting Institute.
- Dahlan, Rahmat. 2010. *Teori dan Praktik Murabahah Di Bank Syariah*. Jakarta: PKSP.
- Danang, Sunyoto. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika.
- Dr.Kashmir. 2017. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Hardani, Helmina Adriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, dan Nur Hikmatul Auliya. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hasan, Nurul Ihsan. 2014. *Perbankan Syariah (Sebuah Pengantar)*. Jakarta: Referensi.
- Herlina, Vivi. 2019. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.

- Karim, Adiwarmarman A. 2013. *Analisi Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Laksana, Muhammad Fajar. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Marimin, Agus, Abdul Haris Romdhoni, dan Tira Nur Fitria. 2015. "Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 01(02):80.
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2020. *Statistik Perbankan Syariah*. Vol. 53. Jakarta.
- Priyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing.
- PT Bank Syariah Mandiri. 2017. "Sejarah Bank Syariah Mandiri." www.Mandirisyariah.Co.Id.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sudarsono, Heri. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Sudaryana, Dr. Bambang. 2017. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish (CV Budi Utama).
- Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: UII Press Yogyakarta.
- Suryabrata, Sumadi. 2018. *Metode Penelitian*. Depok: Rajawali Press
- Suryati, Lili. 2015. *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish (CV Budi Utama).
- Widodo, Dr. 2018. *Metode Penelitian Populer&praktis*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Yusuf, Burhanudin. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Di Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: PT. RajaGrafindo.