

**ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN, PRODUK PELAYANAN
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN DALAM MEMILIH
BANK SYARIAH**

(Studi Kasus Pada Pemilik Sanggar Kerajinan, Kayu Batik di Desa Kreet
Sendangsari Pajangan Bantul Yogyakarta)



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan
Syariah Universitas Alma Ata

Disusun Oleh:

S. Ayu Syafitri

132100008

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA**

2017

**ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN, PRODUK
PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
DALAM
MEMILIH BANK SYARIAH**

**(Studi Kasus Pada Pemilik Sanggar Kerajinan, Kayu Batik
di Desa Krebet Pajangan Bantul Yogyakarta)**

Email: ayusyafitri76@gmail.com

ABSTRAK

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syari'ah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Di zaman sekarang perbankan mempunyai peran yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat, Bank dianggap sebagai penggerak roda perekonomian suatu negara. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah pengetahuan, produk pelayanan dan promosi yang ada di Perbankan Syari'ah dapat mempengaruhi para Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Krebet Pajangan Bantul dalam memilih Bank Syari'ah yang mayoritas belum menggunakan jasa Perbankan Syari'ah. Penelitian ini dikumpulkan dari 36 responden yakni Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik dengan Pengolahan data menggunakan uji deskriptif, uji validitas dan reabilitas yang di gunakan dalam instrumen penelitian, serta pengujian hipotesis dengan menggunakan uji-T (parsial), uji-F (serentak) dan uji R^2 (identifikasi determinasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan valid dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05, dari semua variabel dinyatakan reliabel dengan Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Pada uji F (serentak) dapat diketahui bahwa keemapt variabel dependen dengan tingkat signifikan 0.007. Sedangkan hasil analisis dengan menggunakan koefisien determinasi (R^2) sebesar 3,60% yang berarti minat memilih Bank Syari'ah dapat di jelaskan oleh variabel pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi. Sedangkan sisanya sebesar 64% di jelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci; Pengetahuan, Produk, Pelayanan dan Promosi, terhadap Keputusan dalam Memilih Bank Syariah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi yang semakin berkembang dan permasalahan yang menjadi semakin kompleks, patut disadari bahwa bangsa Indonesia perlu mempunyai suatu pemikiran yang maju dan cerdas. Begitupun dengan adanya dunia Perbankan yang semakin maju dan besar, patut kita imbangi dengan pengetahuan agar tidak tertinggal dengan adanya pengetahuan-pengetahuan baru yang akan datang. Seperti penjelasan dalam Al-quran.

شَهِدَ اللَّهُ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَالْمَلَائِكَةُ وَأُولُو الْعِلْمِ قَائِمًا بِالْقِسْطِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ

Allah menyatakan bahwasanya tidak ada Tuhan melainkan Dia (yang berhak disembah), yang menegakkan keadilan. Para Malaikat dan orang-orang yang berilmu, (juga menyatakan yang demikian itu). tak ada Tuhan melainkan Dia (yang berhak disembah), yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana. (QS. Al- Imran ayat 18.)

Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit, simpanan, tabungan dan bentuk lain dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.¹ Pada zaman sekarang perbankan mempunyai peran yang sangat penting di dalam

¹ Ibnu Fallah Rosyadi, “Analisis Perbandingan Kinerja keuangan Perbankan Syari’ah dengan Perbankan Konvensional Berdasarkan Rasio Keuangan: Studi Kasus BMI dan 7 (tujuh) Bank Umum Konvensional”(Jakarta: Universitas Indonesia,2004).

kehidupan masyarakat, Bank dianggap sebagai penggerak roda perekonomian suatu negara. Fungsi utama bank dalam pembangunan ekonomi yaitu bank sebagai lembaga yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan, bank juga sebagai lembaga penyalur dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit, bank sebagai lembaga yang melancarkan transaksi perdagangan dan peredaran uang. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa bank sehat adalah bank yang dapat menjalankan fungsi-fungsinya dengan baik. Penilaian kesehatan bank sangat penting karena bank mengelola dana dari masyarakat dan bank dipercaya oleh masyarakat untuk mengelola dana mereka.² Bank syariah hadir dengan menggunakan sistem bagi hasil kepada nasabah.

Keputusan adalah tahap dimana proses pengambilan keputusan konsumen benar-benar membeli.³ Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Pada penelitian ini variabel dependen yang berupa “Keputusan dalam memilih Bank Syariah”. Dalam pengambilan keputusan tentunya ada sesuatu yang mendorong dan mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan ataupun menentukan pilihannya. Dalam penelitian ini mempunyai variabel independen yang dapat mempengaruhi keputusan diantaranya yakni;

² Melia Kusumawati. *Analisis Komparatif Kinerja Keuangan Perbankan. Berdasarkan Metode CAMELS dan RGEC Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.* (Universitas Negeri Surabaya: 2014)

³ Kotler, Philip, “*Manajemen Pemasaran di Indonesia*” (Jakarta: Salemba Empat, 2001).

a. Pengetahuan

Merupakan faktor penting yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Jika seseorang itu mengetahui akan sesuatu baik, dan buruk ataupun menemukan sesuatu yang di anggap itu benar dan pilih yang tepat maka dari itu pengetahuan merupakan variabel independen yang pertama dalam penelitian ini.

Selanjutnya dalam dunia perbankan khususnya dalam penelitian ini yakni suatu lembaga ataupun perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pastinya mempunyai sesuatu yang dapat di tawarkan kepada konsumen dan sesuatu yang dapat di tawarkan kepada konsumen itulah juga yang akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan yakni.

a. Produk

Produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan serta keunggulan-keunggulan dari produk itu sendiri. Dalam dunia perbankan ataupun usaha pastinya perusahaan mempunyai produk yang akan ditawarkan. Suatu perusahaan atau lembaga keuangan dalam mengeluarkan produk pastinya di sesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dan hal inilah yang akan mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini produk merupakan variabel yang kedua dalam penelitian ini.

b. Pelayanan

Pelayanan merupakan variabel independen ketiga dalam penelitian ini. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Setelah pengetahuan, produk ada pelayanan. Jika konsumen sudah tertarik akan produk yang di hasilkan oleh bank itu sendiri tentunya akan ada pelayanan yang akan menarik dan memberikan kepuasan pada konsumen itu sendiri. Semakin baik pelayanan yang di berikan maka akan semakin baik pulalah pengaruh yang di berikan perusahaan tersebut.

Setelah adanya variabel independen yakni pengetahuan, produk, pelayanan tentunya harus ada promosi yang akan memberikan ketertarikan kepada konsumen itu sendiri.

c. Promosi

Sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Dengan melakukan berbagai cara untuk mengenalkan dan memasarkan kepada konsumen seperti iklan, publisitas ini merupakan cara untuk mempengaruhi konsumen. Maka dari itu penelitian ini terdapat variabel promosi.

Telah kita ketahui bahwa masyarakat lebih mengenal dengan adanya bank konvensional, yang sudah berdiri terlebih dahulu dibandingkan bank syariah. Akan tetapi pada tahun 1997 terjadi krisis moneter yang menyebabkan

bank-bank konvensional saat itu berjumlah 240 mengalami *negative spread* yang berakibat pada likuiditas kecuali perbankan yang menggunakan prinsip syariah. Menelaah fenomena faktual tentang krisis moneter yang disebabkan rapuhnya perbankan konvensional yang menerapkan sistem bunga dalam operasional perbankan di Indonesia, maka muncullah ide atau gagasan baru dari sebagian pelaku ekonomi di Indonesia untuk mencari perbankan alternatif untuk menjawab permasalahan moneter yang di hadapi bangsa Indonesia. Sistem alternatif adalah sistem perbankan syariah (bank Islam) yang berbasis pada nilai-nilai *Ilahiyah* (ketuhanan). Nilai-nilai itu terimplementasi ke bumi melalui agama Islam yang selanjutnya menjadi rahmat bagi seluruh alam semesta (*rahmatan lil alamin*).⁴

Bank syariah mempunyai ciri khas tersendiri mulai dari keunggulan, kelemahan serta sistem yang digunakan, acuan hukum dan masih banyak lagi. Masyarakat di pedesaan khususnya “Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik Krebet Pajangan Bantul” yang bertempat di bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada umumnya masyarakat di sana lebih mengenal dan menggunakan bank konvensional di bandingkan syariah khususnya para pemilik sanggar lebih banyak melakukan pinjaman di bank konvensional di bandingkan syariah, ini bisa dilihat bahwa memang pengetahuan tentang bank syariah yang belum memadai.

Sikap pengambilan keputusan banyak yang mempengaruhi maka dari itu berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti ingin mengetahui apakah

⁴ M. Husni Ingratubun, *Teori Bank Syariah (Studi Terhadap Nilai-Nilai Syariah dalam Operasionalisasi Perbankan Syariah)*, (Yogyakarta: Rangkang Education, 2013), hlm 3.

faktor pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi dapat memengaruhi Pemilik Sanggar Kerajinan Krebet Sendangsari Pajangan Bantul dalam memilih Bank Syariah. Oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Pengaruh Pengetahuan, Produk, Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan dalam memilih Bank Syariah*” (Studi Kasus Pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik Krebet Pajangan Bantul Yogyakarta).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat di peroleh rumusan sebagai berikut :

1. Apakah Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih Bank Syariah pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Krebet?
2. Apakah Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih Bank Syariah pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Krebet ?
3. Apakah Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih Bank Syariah pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Krebet?
4. Apakah Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih Bank Syariah pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Krebet?

5. Apakah Pengetahuan, Produk, Pelayanan dan Promosi berpengaruh secara Parsial terhadap keputusan dalam memilih Bank Syariah.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang di rumuskan di atas, maka tujuan yang hendak di capai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan terhadap keputusan dalam memilih Bank Syariah pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Kreet?
2. Untuk mengetahui pengaruh Produk terhadap keputusan dalam memilih Bank Syariah pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Kreet?
3. Untuk mengetahui pengaruh Pelayanan terhadap keputusan dalam memilih Bank Syariah pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Kreet?
4. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap keputusan dalam memilih Bank Syariah pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Kreet?
5. Untuk mengetahui apakah Pengetahuan, Produk, Pelayanan dan Promosi secara bersamaan dapat mempengaruhi keputusan dalam memilih Bank Syariah pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Kreet?

D. Manfaat Penelitian

Pada hakikatnya tidak ada sesuatu pekerjaan yang tidak ada manfaatnya akan tetapi itu semua tergantung dari niat dan orang itu sendiri, begitupun juga dengan penelitian yang di lakukan oleh peneliti mempunyai manfaat diantaranya yakni:

1. Kegunaan Ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi adik tingkat khususnya Prodi Perbankan Syariah, dan sebagai rujukan tentang “Analisis pengaruh pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi terhadap keputusan dalam memilih Bank Syari’ah”.

2. Kegunaan Terapan

Hasil yang diperoleh diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi penyusun, umumnya bagi instansi yang bersangkutan dan lembaga-lembaga yang berkecimpung dalam dunia ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ingratubun, Husni. 2013, *Teori Bank Syari'ah (study terhadap nilai-nilai syari'ah dalam organisasi Perbankan Syari'ah)*, Yogyakarta; Rangka Education.
- Sugino. 2015, *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung, Alfabeta.
- Rianto, M. Nur. 2010, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung, Alfabeta.
- Sarwon, Jonathan. 2009, *Statistik itu mudah, Panduan Lengkap Mengajar Komputasi Statistik Menggunakan SPSS 16*, Yogyakarta.
- Soewandi, Jusuf. 2012, *Pengantar Metodologi Penelitian* Jakarta; Mitra Wacana.
- Ruslan, Rosyd. 2006, *Metode Penelitian : Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada).
- Kasmir. 2014, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta; PT Raja Grafindo Persada.
- Syarifudin, Aswar. 2008, *Realibilitas dan Validitas*, Yogyakarta; Pustaka Pelajar. Hlm 5.
- Arikunto, Subarsimi. 2013, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. Hlm 223.
- Wicaksono, "Aplikasi Excel dalam menganalisis data". Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip, 2001, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat)
- Antonio, Muhammad Syafi'i, 2005, "Bank Syari'ah, Dari Teori ke Praktek", (Jakarta: Gema Insani Press), hlm 180.
- Abdul Ghofur Anshori, 2008, *Penerapan Prinsip Syari'ah dalam Lembaga Keuangan, Lembaga Pembiayaan, dan Perusahaan Pembiayaan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).

Skripsi:

- Yupitri. 2010, *Pengaruh Produk Pelayanan Promosi dan Lokasi*.
- Ernawati. 2009, *Pengaruh Religuitas Terhadap Perilaku Nasabah Dalam Memilih Bank Di Yogyakarta*, Yogyakarta, STEI
- Rosyadi, Ibnu Fallah. 2004, *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Syari'ah dengan Perbankan Konvensional Berdasarkan Rasio Keuangan: Studi Kasus BMI dan 7 (tujuh)*, Jakarta; Universitas Indonesia.
- Kusumawati, Melia. 2014, *Analisis Komparatif Perbankan. Berdasarkan Metode CAMELS DAN RGEK, Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk*, Surabaya; Universitas Negeri Surabaya.
- Dewi Gemala. 2017, *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syari'ah di Indonesia*, Jakarta; Prenada Media.
- Nafik HR, Muhammad. 2009, *Bursa Efek dan Investasi Syari'ah*, Jakarta; Serambi Ilmu Semesta, hlm 41-42.
- Rsjid, Sulaiman. 2007, *Fiqih Islam*, hlm 187
- Latifa M. Algaoud, Mervin K. 2004, *Perbankan Syari'ah: Prinsip, Praktik dan Prospek*, Jakarta; PT. Serambi Ilmu Samesta, hlm 34-35
- Soemitra, Andri. 2009, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Jakarta; Prenada Media.,
- Huda Nurul dan Mohammad Heykal. 2010, *Lembaga Keuangan Islam*, Jakarta; Pernada Media Group, hlm 25.
- Sutisna. 2002, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Bandung; PT Remaja Rosdakarya, hlm 15,
- Notoatmodjo, Soekijo. 2010, *Ilmu Perilaku Kesehatan*, Jakarta; PT. Rineka Cipta, hlm 27.
- Arifin Atwal & Khusnul Khotimah. 2014, *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Masyarakat memilih Bank di Surakarta*, FEB-UMS, hlm, 174.

Jurnal:

Sarwon, Jonathan. 2009, *Statistik itu Mudah, Panduan Lengkap Mengajar Komputasi Statistik Menggunakan SPSS 16*, Yogyakarta.

Atwal & Husnul Khotimah. 2014 “*Pengaruh Produk Pelayanan Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta*”(FEB-UMS), V.

Maisur. “*Pengaruh Pinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religuitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh*”, V.

Poerwadarminta, W. J. S. 1976, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta; PN Balai Pustaka, cet. V.

Evi Yupitri dan Raina Linda Sari. 2012 “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syari'ah Mandiri di Medan*”, (Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol, 1, Desember,)