YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM

PENGARUH PELAYANAN DAN ETIKA PEMASARAN ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK DAN JASA PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP RENGAT

SKRIPSI

Diajukan Kepada Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Islam Riau (UIR) Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH:

DESY MURIYANA
NPM: 182610274

PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2022

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. **+62 761 674674** Fax. **+62761 674834** Email: **fai@uir.ac.id** Website: **www.uir.ac.id**

BERITA ACARA UJIAN MEJA HIJAU / SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Pekanbaru tanggal 19 Agustus 2022 Nomor : 489 /Kpts/Dekan/FAI/2022, maka pada hari ini Jumat Tanggal 19 Agustus 2022 telah dilaksanakan Ujian Meja Hijau/Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau :

1. Nama	: **Desy Muriyana**
2. NPM	: 182610274
3. Program Studi	: Perbankan Syariah (S.1)
4.Judul Skripsi	: Pengaruh Pelayanan dan Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk dan Jasa Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat
5.Waktu Ujian	: 11.00 – 12.00 WIB
6. Lulus Yudicium / Nilai	: 80,90 (A-)
7. Keterangan lain	: Ujian berjalan dengan lancar dan aman

PANITIA UJIAN

Ketua

Mufti Hasan Alfani, SE,Sy,ME

Dosen Penguji :

1. Mufti Hasan Alfani, SE,Sy ,ME	: Ketua	:
2. Muhammad Arif, SE,MM	: Anggota	:
3. Putri Nuraini, SE,Sy,ME	: Anggota	:

Dekan,
Fakultas Agama Islam UIR,

Dr. Zulkifli , M.M., M.E. Sy
NIDN : 1025066901

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الريوية
Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang sudah dimunaqasahkan dalam sidang sarjana (S1) Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau:

Nama	: Desy Muriyana
NPM	: 182610274
Jurusan	: Perbankan Syariah
Pembimbing	: **Mufti Hasan Alfani, S,E.Sy., M.E**
Judul Skripsi	: Pengaruh Pelayanan Dan Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Dan Jasa Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat

Skripsi ini dapat diterima oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1).

PANITIA UJIAN SKRIPSI
TIM PENGUJI
Ketua

Mufti Hasan Alfani, S,E.Sy., M.E
NIDN. 1024079002

Penguji I

Muhammad Arif, S.E.,M.M
NIDN. 1028048801

Penguji II

Putri Nuraini, S,E.Sy., M.E
NIDN. 1010059101

Diketahui Oleh,
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Islam Riau

Dr. Zulkifli, M.M., M.E. Sy.
NIDN. 1025066901

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الريوية
Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	: Desy Muriyana
NPM	: 182610274
Jurusan	: Perbankan Syariah
Pembimbing	: Mufti Hasan Alfani, SE.Sy., M.E
Judul Skripsi	: Pengaruh Pelayanan Dan Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Dan Jasa Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat

Skripsi ini dapat diterima dan disetujui untuk dimunaqasahkan dalam sidang panitia ujian sarjana (S1) pada Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau dan memenuhi persyaratan dan tugas- tugas yang ditetapkan.

Disetujui,
Dosen Pembimbing

Mufti Hasan Alfani, SE.Sy., M.E
NIDN: 1024079002

Turut Menyetujui,

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah

Dr. Zulfadli Hamzah, B, IFB., M. IFB
NIDN. 1024028802

Dekan
Fakultas Agama Islam

Dr. Zulkifli, M.M., M.E. Sy
NIDN. 1025066901

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الريوية
Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah dilaksanakan bimbingan skripsi terhadap:

Nama : Desy Muriyana
NPM : 182610274
Jurusan : Perbankan Syariah
Pembimbing : Mufti Hasan Alfani, SE.Sy., ME
Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan Dan Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Dan Jasa Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat

Dengan rincian sebagai berikut:

No	Tanggal	Dosen Pembimbing	Berita Bimbingan	Paraf
1	12-04-2021	Mufti Hasan Alfani, SE.Sy., ME	Revisi latar belakang	
2	20-04-2021	Mufti Hasan Alfani, SE.Sy., ME	Perbaikan pada hipotesis	
3	22-10-2021	Mufti Hasan Alfani, SE.Sy., ME	Perbaikan penelitian relevan	
4	14-11-2021	Mufti Hasan Alfani, SE.Sy., ME	Penambahan jumlah nasabah	
5	17-02-2022	Mufti Hasan Alfani, SE.Sy., ME	Penulisan pada skripsi	
6	22-02-2022	Mufti Hasan Alfani, SE.Sy., ME	Penambahan pada BAB IV	
7	23-03-2022	Mufti Hasan Alfani, SE.Sy., ME	Revisi kesimpulan dan saran	
8	14-04-2022	Mufti Hasan Alfani, SE.Sy., ME	ACC revisi skripsi	

Pekanbaru, 29 Agustus 2022
Diketahui Oleh,
Dekan Fakultas Agama Islam

Dr. Zulkifli, M.M., M.E.Sy
NIDN. 1025066901

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. **+62 761 674674** Fax. **+62761 674834** Email: **fai@uir.ac.id** Website: **www.uir.ac.id**

Skripsi ini diterima dan disetujui untuk dimunaqasahkan oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1).

Mufti Hasan Alfani, SE.Sy., M.E Sponsor

Dr. Zulfadli Hamzah, B, IFB., M. IFB Ketua Program Studi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Desy Muriyana
NPM	: 182610274
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Agama Islam
Judul Skripsi	: Pengaruh Pelaynan Dan Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Dan Jasa Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar hasil karya saya dan dapat dipertanggung jawabkan bila kemudian hari ternyata skripsi yang saya buat adalah plagiat dari orang dan saya bersedia ijazah saya dicabut Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau (UIR).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Pekanbaru, 22 Juli 2022

Yang menyatakan,

Desy Muriyana

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. **+62 761 674674** Fax. **+62761 674834** Email: **fai@uir.ac.id** Website: **www.uir.ac.id**

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

Nomor: 2049 /A-UIR/5-FAI/2022

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama	Desy Muriyana
NPM	182610274
Program Studi	Perbankan Syariah

Judul Skripsi:
Pengaruh Pelajaran dan Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk dan Jasa Pada bank Syariah Indonesia KCP Rengat.

Dinyatakan telah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi 30% pada setiap sub bab naskah skripsi yang disusun dan dicek oleh pertugas yang ditunjuk Dekan. Surat keterangan ini digunakan sebagai persyaratan untuk ujian Skripsi.

Demikian surat keterangan diberikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 21 Juli 2022
an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Syahraini Tambak, S.Ag., M.A.
NPK : 12 08 02 488

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, wr. wb.

Puji syukur peneliti ucapkan atas terealisasinya penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Pelayanan dan Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk dan Jasa Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat" , sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program studi Strata 1 (S1) pada Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau serta dengan senantiasa mengucapkan lafadz Alhamdulillahhirobbil'alamin, karena peneliti masih diberikan kesempatan dan kekuatan untuk menyelesaikan proposal ini dan dapat menjalankan tugas-tugas keseharian. Tentu saja keberhasilan tersebut tidaklah terlepas dari ridho, hidayah dan berkah yang diberikan oleh Allah SWT.

Penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh Pengaruh Pelayanan dan Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk dan Jasa Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.`

Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih yang tak terhingga atas bantuan yang telah diberikan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, yaitu kepada yang terhormat:

1. Ayahanda Muridin dan Ibunda Yuli Beno Wati, beserta keluarga yang lainnya, Nenek dan Adik (Sulami dan Erliana putri) yang selalu memberikan do'a, dukungan serta motivasi kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., MCL., selaku Rektor Universitas Islam Riau.
3. Bapak Dr. Zulkifli, MM., M.E.Sy., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

4. Bapak Dr. Syahraini Tambak, S.Ag. M.A., selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, Bapak Dr. H. Hamzah, M.Ag selaku Wakil dekan II Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, Bapak Dr. H. Saproni, M.Ed selaku Wakil dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.
5. Bapak Dr. Zulfadli Hamzah, B.IFB., M.IFB., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Sekaligus selaku Dosen Pembimbing yang ditengah kesibukannya telah bersedia memberikan perbaikan serta masukan-masukan untuk penulisan skripsi ini.
6. Bapak Mufti Hasan Alfani, S.E.S.y., M.E.,selaku Pembimbing yang ditengah kesibukannya telah bersedia memberikan perbaikan serta segala wawasan dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat, terimakasih atas bimbingan serta pembelajarannya selama ini.
7. Ibu Putri Nuraini, S.E.Sy.,M.E., sebagai pembimbing Akademis sekaligus penguji II yang telah memberikan banyak ilmu berupa arahan dan bimbingan sehingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Muhammad Arif, S.E.,MM., sebagai pembimbing Akademis sekaligus penguji I yang telah memberikan banyak ilmu berupa arahan dan bimbingan sehingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu seluruh Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau yang telah membekali peneliti dengan segala wawasan dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat, terimakasih atas bimbingan serta pembelajarannya selama ini.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

10. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau yang telah banyak membantu dan memberikan kemudahan dalam mengurus dokumen persyaratan akademik kegiatan perkuliahan.
11. Kepada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat yang turut membantu serta memberikan dorongan dan motivasi dalam proses pembuatan skripsi ini.
12. Eka Yunanda S.OS, Darmi Wiranto S.OS, Ario Eko Saputra S.P, Yunita Indah Wati S.E, Nita Sulistiani S.E, Silvia Yanani S.E, Diana Witri S.E, Juwita Anjelina S.E, Desy Sunarti S.E, Dhea Ananda Putri S.E, Bela Silalahi S.E, Novita Sari S.E, Dwi Anggraini S.E, Maria Nadila S.E, Intan Reski yaniti S.IP, Dan Keluarga Besar Nursery Univesitas Islam Riau yang turut membantu serta memberikan dorongan dan motivasi dalam proses pembuatan skripsi ini. yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.
13. Kepada semua pihak yang telah bersedia membantu selama proses penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Penulis ucapkan terimakasih atas bantuan, dukungan dan motivasinya.

Sesungguhnya peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini mungkin masih ditemui kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan dari peneliti, untuk itu kritik dan saran sangat dinantikan sebagai bahan perbaikan untuk kesempurnaan dan menambah wawasan. Itu semua, tentunya akan menjadi hal yang sangat berguna dan berharga bagi peneliti.

Wassalamualaikum, wr.wb

Pekanbaru, 7 April 2022

Desy Muriyana
182610274

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAS ISI

KATA PENGANTAR ..... **i**
DAFTAF ISI ..... **v**
DAFTAR TABEL ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **viii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **ix**
ABSTRAK ..... **x**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 7
E. Sistematika Penulis 8
BAB II LANDASAN TEORI **9**
A. Konsep Teori 9
1. Pengertian Bank Syariah 9
2. Pengertian Pelayanan 10
3. Pengertian Etika Pemasaran Islam 13
4. Keputusan Nasabah 18
5. Produk Dan Jasa Perbankan Syariah 23
a. Pengertian Produk 23
b. Produk Perbankan Syriah dibidang Penghimpunan data 24
c. Produk Perbankan Syriah dibidang Penghimpunan dana 26
d. Produk Jasa 32
B. Penelitian Relevan 35
C. Konsep Oprasional 36
D. Kerangka Berpikir 37
E. Hipotesis penelitian 37

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB III METODE PENELITIAN 39
A. Jenis Penelitian 39
B. Tempat dan Waktu Penelitian..... 39
C. Subjek dan Objek Penelitian 40
D. Populasi dan Sampel 40
E. Sumber data Penelitian 42
F. Teknik Pengumpulan Data 42
G. Teknik Pengelolaan Data 43
H. Analisis data 44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 49
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 49
1. Sejarah Bank Syariah Indonesia KCP Rengat 49
2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia 50
3. Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia 50
4. Struktur Organisasi 52
B. Gambaran Responden Penelitian 53
C. Deskripsi Penelitian 55
1. Uji Instrument Penelitian 55
2. Uji Normalitas Data 57
3. Uji Hipotesis 60
D. Pembahasan Hasil Penelitian 63

BAB V PENUTUP 65
A. Kesimpulan 65
B. Saran 65

DAFTAR KEPUSTAKAAN 67

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Nasabah 5
Tabel 2 Penelitian Relavan..... 35
Tabel 3 Konsep Operasional Variabel Penelitian 36
Tabel 4: Waktu Penelitian 40
Tabel 5: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 53
Tabel 6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 54
Tabel 7: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 54
Tabel 8: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir 55
Tabel 9: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas X1 56
Tabel 10: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas X2 57
Tabel 11 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Y 57
Tabel 12: Hasil Uji Regresi Linier Berganda 59
Tabel 13: Hasil Uji T 61
Tabel 14: Hasil Uji F 62
Tabel 15: Hasil Uji Koefisien Determinasi 63

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir 37

Gambar 2 Struktur Organisasi BSI KCP RENGAT 52

Gambar 3 Hasil Uji Normalitas Data 58

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing
Lampiran 2 Surat Balasan Pra Riset
Lampiran 2 Surat Balasan Riset
Lampiran 3 Kuisioner Penelitian
Lampiran 4 Hasil Kuisioner Penelitian
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas X1
Lampiran 6 Hasil Uji Reabilitas
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas
Lampiran 8 Uji Regresi Linier Berganda
Lampiran 9 Hasil Uji F
Lampiran 10 Hasil Uji T
Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi
Lampiran 12 Dokumentasi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ABSTRAK

PENGARUH PELAYANAN DAN ETIKA PEMASARAN ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK DAN JASA PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP RENGAT

DESY MURIYANA
182610274

Tujuan penelitian untuk mengetahui pelayanan dan etika pemasaran Islam berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian field research (penelitian lapangan) dengan menggunakan observasi, kuesioner dan dekomentasi sebagai alat pengumpulan data. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Syriah Indonesia KCP Rengat sebanyak 8.000 responden. Dalam penelitian ini untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunkan rumus Morgan sehingga didapatkan sampel sebanyak 366 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen penelitian,uji asumsi klasik, uji hipotesis. Proses penghitungan data menggunakan SPSS for windows 21.0. Hasil penelitian menujukan bahwa variable pelayanan (XI) sebesar 0,635 tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah sedangkan variable etika pemasaran Islam (X2) sebesar 4,182 terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. Dari kedua variabel tersebut yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk dan jasa adalah etika pemasaran (X2). yang dapat di lihat dari t hitung 4,182 > t tabel 2.250.

Kata Kunci: Pengaruh Pelayanan, Etika Pemasaran, Keputusan Nasabah

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

تأثير الخدمات الإسلامية وأخلاقيات التسويق على قرارات العملاء لاختيار المنتجات والخدمات في البنك الشرعي الإندونيسي **KCP RENGAT**

ديزي موريانا
18261074

الغرض من هذا البحث هو معرفة كيفية تأثير خدمات وأخلاقيات التسويق الإسلامي على قرارات العملاء في اختيار المنتجات والخدمات في Bank Syariah Indonesia KCP Rengat. نوع البحث المستخدم هو البحث الميداني باستخدام الملاحظة والاستبيانات والتفكيك كأدوات لجمع البيانات. بلغ عدد السكان في هذه الدراسة ، وهم عملاء بنك سوريا إندونيسيا KCP Rengat ما يصل إلى 8000 مستجيب. في هذه الدراسة لتحديد عدد العينات ، استخدم الباحثون صيغة مورغان بحيث تم الحصول على عينة من 366 مستجيبًا. البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي بيانات أولية وثانوية. تقنية تحليل البيانات المستخدمة في هذا البحث هي اختبار أداة البحث واختبار الافتراض الكلاسيكي واختبار الفرضيات. عملية حساب البيانات باستخدام SPSS لنظام التشغيل windows 21.0. أظهرت النتائج أن متغير الخدمة (XI) 0.635 لم يكن له تأثير معنوي على قرارات العميل ، بينما كان لمتغير أخلاقيات التسويق الإسلامي (X2) البالغ 4.182 تأثير كبير على قرارات العميل. من بين المتغيرين ، فإن أكثر المتغيرين تأثيرًا على قرارات العملاء لاختيار المنتجات والخدمات هو أخلاقيات التسويق (X2). والتي يمكن رؤيتها من t عدد 4.182> جدول 2.250.

الكلمات المفتاحية: تأثير الخدمة ، أخلاقيات التسويق ، قرار العميل

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ABSTRACT

THE EFFECT OF ISLAMIC SERVICES AND MARKETING ETHICS ON CUSTOMERS' DECISIONS TO CHOOSE PRODUCTS AND SERVICES AT INDONESIAN SHARIA BANK KCP RENGAT

DESY MURIYANA
182610274

The purpose of this research is to find out how Islamic marketing services and ethics affect customer decisions in choosing products and services at Bank Syariah Indonesia KCP Rengat. The type of research used is field research using observation, questionnaires and decommentation as data collection tools. The population in this study, namely customers of Bank Syriah Indonesia KCP Rengat as many as 8,000 respondents. In this study to determine the number of samples, researchers used the Morgan formula so that a sample of 366 respondents was obtained. The data used in this study are primary and secondary data. The data analysis technique used in this research is the research instrument test, classical assumption test, and hypothesis testing. The process of calculating data using SPSS for windows 21.0. The results showed that the service variable (XI) of 0.635 had no significant effect on customer decisions, while the Islamic marketing ethics variable (X2) of 4.182 had a significant effect on customer decisions. Of the two variables, the most dominant influencing customer decisions to choose products and services is marketing ethics (X2). which can be seen from t count 4.182 > t table 2.250.

Keywords: Service Influence, Marketing Ethics, Customer Decision

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram. Selain itu, UU Perbankan Syariah juga mengamanahkan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai kehendak pemberi wakaf (*wakif*).

Pada umumnya manusia merupakan konsumen yang selalu menggunakan atau membeli barang dan jasa dalam bentuk aktivitas untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan hidup. Hal ini mengidentifikasikan bahwa konsumen tidak hanya membeli produk atau barangnya saja, akan tetapi yang dibeli adalah manfaat atau kegunaan dari dari suatu produk maupun jasa. Sifat manusia yangselalu konsumtif dalam memenuhi segala bentuk keinginan dan kebutuhannya, cenderung tidak stabil dengan jumlah sumber daya yang tersedia. Dalam menyalurkan segala bentuk kebutuhan konsumen, keberadaan *marketer* dan pemasaran sangatlah

penting untuk meregulasi apa yang dibutuhkan oleh calon konsumen yang di tawarkan oleh individu, kelompok maupun lembaga. Pemasaran dalam arti sempit sering diartikan sebagai kegiatan menyalurkan atau mendistribusikan barang atau jasa kepada konsumen. Pengertian pemasaran dalam arti luas salah satunya adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan suatu kebutuhan dan keinginan mereka dengan menawarkan, menciptakan produk dan jasa yang bernilai satu sama lain. (Darsono,2017)

Pemasaran merupakan peroses merencanakan dan melaksanakan konsep penentuan harga, promosi dan distribusi ide (*hasil pemikiran*),produk, dan jasa untuk menciptakan nilai tukar yang dapat memuaskan, baik itu tujuan individu serta organisasi. Keunikan dalam sebuah sistem etika Islam ini berlaku untuk semua atmosfer dan bidang kehidupan manusia. Di dalam etika pemasaran Islam, hal yang sangat utama adalah kehalalan, tidak manipulasi, promosi yang jujur, dan tidak melebih-lebihkan. Prinsip-prinsip Islam dituangkan dalam analisis bauran pemasaran dinilai sebagai bentuk analisis bauran pemasaran yang sesuai dengan nilai Islam. Nabi Muhammad SAW sangat menganjurkan umatnya untuk berbisnis (*berdagang*), karena berbisnis dapat menimbulkan kemandirian dan kesejahteraan bagi keluarga, tanpa tergantung atau menjadi beban orang lain. Beliau pernah bersabda, “Berdaganglah kamu, sebab dari sepuluh bagian penghidupan, sembilan di antaranya dihasilkan dari berdagang. Reputasi Nabi Muhammad SAW sebagai pedagang yang jujur, profesional, dan terpercaya telah terbina dengan baik sejak usia muda. (Kasmir,2015)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Selain pemasaran, pelayanan juga sangat berpengaruh di dalam sebuah bank syariah pelayanan dari seorang teller, nasabah sering kali melihat dan menilai dari kualitas sistem oprasional di dalam suatu bank sesuai dengan lamanya waktu menunggu antrian ataupun kecepatan seorang teller dalam memberikan suatu pelayanan kepada setiap nasabah tersebut. Dan akhir-akhir ini didalam perkembangan suatu bisnis yang ada di Indonesia terus saling berpacu untuk saling bersaing, tujuan utama dari para pelaku pembisnis yaitu saling berupaya memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya. (Hayat,2017)

Pada dasarnya setiap nasabah mengharapkan pada segala sesuatu yang diinginkannya didalam menerima sebuah pelayanan yang ada, maka sebab itulah sebuah perusahaan dan badan usaha lainnya harus mampu memiliki sebuah pelayanan yang berkualitas dan berbeda sehingga dapat membedakan setiap usahannya dengan lainnya. Didalam sebuah perusahaan kuatitas pelayanan sangatlah penting, bukan hanya pelayanan yang sekedar saja, tapi harus memiliki karakteristik yang menonjol agar dapat dibedakan sehingga menarik bagi setiap nasabah.

Dapat diartikan bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang diinginkan disebuah perbankan, suatu kepuasan nasabah sangat begitu menunjang akan keberlangsungan dan perkembangan sebuah perusahaan dalam waktu jangka panjang. Dalam kepuasan nasabah dapat dinilai dari apa yang telah dilihat dan dirasakan oleh setiap nasabah, baik tanggapan yang bersifat positif dan negatif terhadap bank syariah.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Bank Syariah adalah sebuah lembaga keuangan bank yang berfungsi sebagai intermediasi keuangan. Bank yang pelaksanaannya berdasarkan Al-Quran dan hukum Islam (*syariah*). Bank syariah dibawah pengawasan oleh dewan pengawas syariah sehingga bank syariah berjalan sesuai dengan peraturan perbankan syariah. Pembentukan sistem syariah berdasarkan adanya larangan dalam agama Islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan mengenakan bunga pinjaman (*riba*), serta larangan untuk berinvestasi pada usaha-usaha yang bersifat (*haram*).(Nainggolan,B.2016)

Salah satu lembaga keuangan Bank Syariah yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI), dimana pada tahun 2016 orientasi jasa keuangan atau sering kita dengar dengan OJK masih menyiapkan pengembangan keuangan syariah dengan membuat struktur peta jalan agar terciptanya perencanaan yang baik dimasa yang akan datang sejalan dengan waktu yang akan disaingi dengan kemajuan teknologi. Pada tahun 2019 otoritas jasa keuangan atau OJK melakukan dorongan terhadap bank syariah dan unit usaha syariah (UUS) milik pemerintah berkonsolidasi atau merger perbankan yaitu diantara PT Bank BRI Syariah, PT Bank BNI Syariah, PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank Tabungan Negara (*Persero*) Tbk, dan Unit Usaha Syariah. Berjalannya waktu pada tanggal 2 Juli 2020 , Mentri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Erick Thohir berencana untuk menggabungkan beberapa bank syariah BUMN yaitu PT Bank BRI Syariah, PT Bank BNI Syariah, PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kemudian pemerintah secara resmi mengumumkan adanya rencana merger bank syariah dari tiga bank Himbara yaitu PT Bank BRI Syariah, PT Bank BNI Syariah, PT Bank

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Syariah Mandiri pada bulan oktober 2020. Setelah adanya rencana tersebut konsolidasi bank syariah Himbara menetapkan nama perusahaan hasil merger menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk Pada 11 Desember 2020. Lalu pada tanggal 27 Januari 2021 otoritas jasa keuangan atau OJK secara resmi mengeluarkan izin merger usaha tiga bank syariah. surat itu terbit dengan Nomor SR-3/PB.1/2021. Pada 1 Februari 2021, presiden Joko Widodo meresmikan PT Bank Syariah Indonesia Tbk atau Bank Syariah Indonesia (BSI).

Tabel 1. Jumlah Nasabah

NO	BULAN	JUMLAH
1	Desember	8.000

Sumber : BSI Rengat 2022

Bank Syriah Indonesia KCP Rengat merupakan sebuah lembaga keuangan syariah yang dulunya Bank Syariah Mandiri KCP Rengat . dalam melakukan setiap kegiatan usahanya bank syariah Indonesia KCP Rengat selalu berdasarkan dengan prinsip-prinsip syariah. Sama dengan lembaga keuangan perbankan syariah lainnya, Bank Syariah Indonesia KCP Rengat melakukan kegiatan penghimpunanan , penyaluran, dan penyediaan jasa bagi pada nasabahnya. Dari hasil pra survei yang dilakukan oleh peneliti bahwa jumlah nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Rengat kurang lebih 8.000 nasabah. Pelayanan yang di berikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Rengat tersebut sesuai dengan *Standart Oprasional Procedural* (SOP) yang berlaku, serta etika pemasaran sudah sesuai dengan syariat Islam sehingga nasabah mengambil produk dan jasa di Bank Syariah Indonesia KCP Rengat. Dengan adanya wawancara bersama nasabah

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Bank Syariah Indonesia KCP Rengat mengenai pelayanan dan etika pemasaran Islam bahwa. Bank Syariah Indonesia KCP Rengat memberikan pelayanan yang sesuai bank pada umumnya seperti tersenyum saat melayani, melayani dengan baik, melayani sepenuh hati, ramah, dan sopan kepada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.

Setelah memlakukan pra surve di lapangan saya menemukan masalahlah bahwa nasabah sangat benyak yang minat melakukan transaksi dan mengambil produk dan jasa di Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.

Di dalam perbankan syariah biasanya terdapat beberapa produk yaitu produk salur, produk himpun dan jasa. Produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah harus bersifat halal, tidak terdapat unsur *riba*, *gharar*, dan *maysir*. Kemudian, mengutamakan prinsip keadilan, amanah, jujur dan profesional dalam menawarkan produk-produk perbankan serta tidak menutupi kekuranngan dari setiap produk yang ditawarkan.

Dari uraian latar belakang diatas, penulis mamapu mengambil penelitian yang berjudul **"Pengaruh Pelayanan dan Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk dan Jasa Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat "**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat ?
2. Apakah Etika Pemasaran Islam berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat?

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Apakah Pelayanan dan Etika Pemasaran Islam berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam meemilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada penjelasan sebalumnya maka dapat dituliskan bahwa tujuan dari penulisan ini ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat
2. Untuk mengetahui pengaruh Etika pemasaran Islam berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan Etika pemasaran Islam berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan penulis dalam penelitian ini antara lain:

a. Penelitian ini dapat memberikan wawasan dan meningkatkan ilmu pengetahuan bagi pengembangan teori mengenai pengaruh keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank Syariah..
b. Memberikan suata pengetahuan mengenai ilmu ekonomi syariah khususnya dalam perbankan syariah dalam memahami keputusan nasabah dalam memilih produk dan jasa.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

E. Sistematika Penulis

Adapun sistematika penyusun penelitian ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulis.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang kajian teori yang digunakan dalam mendukung penulisan proposal ini yang meliputi Pengertian Bank Syariah, Pengertian Pelayanan, Pengertian Etika Pemasaran Islam, Keputusan Nasabah, Produk Dan Jasa Perbankan Syariah.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini yang berisi tentang jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang Gambaran umum lokasi penelitian, Gambaran Responden Penelitian, Deskripsi Penelitian, Pembahasan Hasil Penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang Kesimpulan dan Saran Penelitian.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Teori

1. Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebani bagi hasil serta imbalanlain sesuai dengan akad-akad yang di perjanjikan. Konsep dasar bank syariah berlandaskan kepada al-Qur'an dan hadis. Semua produk dan jasa yang di tawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi al-Qur'an dan hadis Rasulullah SAW.

Bank Syariah memiliki sistem oprasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Dalam sisitem oprasional bank syariah, pembayaran dan penarikan bunga di larang dalam semua bentuk transaksi. Bank syariah tidak mengenal sistem bunga, baik bunga yang di peroleh dari nasabah maupun yang meminjam atau bunga yang di bayar kepada penyimpan dana di bank syariah.

Bank syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentag bank syariah dan unit usaha, mencakup, kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah berfungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Fungsi lain ialah menyalurkan dana kepada pihak lain

yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerja sama usaha. (ismail, 2011)

2. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang diberikan produsen kepada konsumen atau perusahaaan/instansi kepada publik untuk memberi rasa puas dan menanggapi respon konsumen. Pelayanan memiliki banyak arti dan pandangan berbeda-beda dari setiap individu. Pelayanan yang mengesankan, yang istimewa, dapat menyebabkan kesetiaan pelanggan: misalnya, dalam bentuk pra-jual,kegiatan menjual, maupun purna-jual yang handal.

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuantungan bagi perusahaan. Sementara kuatitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasaan yang di yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. (Yulianti, A. L., 2016)

Menurut (Abdul, 2009) bahwa "Pelayanan sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun pelayanan yangbaik saja tidak cukup untuk memberi kepuasan pada pelanggan. Pelayanan yang diberikan harus bermutu atau berkualitas, Misalnya nasabah bank mengharapkan pada saat berada di bank, mereka tidak harus antri lebih dari lima menit, menemukan kasir bank yang ramah, teliti dan menguasai seluk beluk pekerjaannya serta computer bank yang selalu berjalan lancar. Karena pentingnya pelayanan nasabah, profesionalisme petugas pelayanan nasabah di dalam usaha perbankan adalah suatu keharusan. Oleh karena itu pihak bank (misalnya

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

seksi pelayanan nasabah) perlu mendefenisikan dengan jelas peringkat pelayanan yang disediakan, dengan demikian para karyawan akan memahami apa yang harus mereka berikan dan supaya para nasabah mengetahui juga apa yang mereka peroleh. Apabila pelayanan dihubungkan dengan nasabah, beberapa hal yang dicoba untuk diamati antara lain yang menyangkut tingkat Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan.

Menurut (Winarsih, 2005)Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan".

Menurut (Kotler, 2008) bahwa pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut."

Menurut (Mulyono, 2008) juga mendefenisikan pelayanan adalah aktivitas tambahan di luar tugas pokok (job description)yang diberikan kepada konsumen serta dirasakan baik sebagai penghargaan maupun penghormatan."

1. Bentuk-Bentuk Pelayanan

Pelayanan di bagi menjadi berbagai bentuk yaitu: layanan dengan lisan, layanan dengan tulisan, dan layanan dengan perbuatan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

a. Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan di berikan oleh petugas-petugas di bidang hubungan masyarakat (HUMAS), bidang layanan informasi dan bidang-bidang yang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapa pun yang membutuhkan.

b. Layanan tulisan

Pelayanan dengan tulisan yang sering di gunakan pada siapa pun karena pelayanan dengan tulisan ini cukup efisien terutama untuk yang membutuhkan pelayanan jarak jauh karena faktor biaya. Agar layananadengan tulisan ini dapat memuasakan pihak yang sedang di layanani, ada satu hal yang harus di perhatikan yaitu dalam faktor kecepatan, baik di dalam pengolahan masalah maupun proses penyelesaiannya, (pengetikannya, penandatanganannya, dan pengirimana kepada pihak bersangkutan).

c. Layanan dengan perbuatan

Layanan dengan perbuatan ini sering di lakukan oleh kalangan menengah ke bawah. Karena layanan dengan perbuatan ini menggunakan keahlian dan keterampilan para petugas tersebut sangat menetukan hasil dari perbuatan atau pekerjaaan.

2. Dasar-Dasar Pelayanan

Berikut ini adalah dasar-dasar pelayanan yang harus di pahami dalam memberikan sebuah pelayanan yaitu:

a. Cara berpakaian dan berpenampilan yang bersih dan rapi.

b. Harus oercaya diri, bersikap akrap dan harus selalu tersenyum.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

c. Berbicara dengan lembut daan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal.
d. Bersikap tenang, sopan, hormat, serta tekun dalam mendengarkan setiap pembicaraan.
e. Berbicara dengan baik dan benar.
f. Dan harus memiliki sifat bertangguang jawab.

3. Pengertian Etika Pemasaran Islam

Ethics berasal dari kata *'Ethikos'* (Yunani) yang bermakna "*Watak atau Adat Kebiasaan".* Secara terminologis, etika merupakan kajian terhadap sistem nilai yang muncul dari tingkah laku manusia (Sukarno,2013). Etika merupakan suatu upaya dalam merealisasikan nilai dan norma moral melalui proses penilaian atau pengajaran tentang kebaikan\keburukan dari pembuatan sehingga dapat menentukan baik atau buruk, benar atau salah, berakibat lebih atau lebih buruk, pantas atau tidak pantas suatu tindakan atau perilaku seseorang dalam hidupnya. (Sari, P.R., Kosim, M.A., & Arif, S, 2018)

Pemasaran selalu ada di dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha social. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginaan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Kegaiatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak di capai, baik tujuan jangaka pendak maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut konsumen terutama untuk produk yang diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis di masyarakat.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Secara umum pengertian manajeman pemasaran bank adalah:

> *"Suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa-jasa keuangan".*

Sedangkan etika pemasaran Islam adalah prinsip-prinsip syariah *marketer* yang menjalankan fungsi-fungsi pemasaran secara Islam, yaitu memiliki kepribadian spiritual (takwa), jujur (transparan), berlaku adil dalam bisnis (*Al-Adl*), bersikap melayani, dan menepati janji. Dalam Islam, istilah paling dekat yang berhubungan dengan etika dalam Alquran adalah *Khuluq*. Al-Quran juga menggunakan sejumlah istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan:*Khair* (kebaikan), *birr*(kebenaran), *qist* (persamaan), *'adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (kebenaran dan kebaikan), *ma'ruf* (mengetahui dan menyetujui) dan *takwa* (ketakwaan). Tindakan terpuji disebut dengan *salihat* dan tindakan yang tercela disebut sebagai *sayyiat*(Dawwabah, 2007).

Dalam khazanah pemikiran Islam, etika dipahami sebagai akhlak atau adab yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia. Etika terdapat dalam materi-materi kandungan ayat-ayat Al-Quran yang sangat luas, dan dikembangkan dalam pengaruh filsafat Yunani hingga sufi. Ahmad Amin memberi batasan, bahwa etika atau akhlak adalah ilmu yang menjelaskan makna baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan manusia kepada orang lain, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat. Etika merupakan jiwa ekonomi Islam yang membangkitkan kehidupan dalam setiap peraturan dan syariat. Oleh sebab itu, etika atau akhlak adalah hakikat-hakikat yang menempati

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ruang luas dan mendalam pada akal, hati nurani, dan perasaan seorang muslim. (Rivai, 2012).

a) Tujuan Pemasaran Bank

Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarika nasabah untuk membeli produk yang di tawarkan bank secara berulang-ulang, memberikan kepuasan kepada para konsumen dengan menggunakan pelayanan yang di inginkan oleh nasabah, menyediaan berbagai macam pilihan produk dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah dapat memilih berbagai jenis produk yang disediakan bank. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikn berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

b) Konsep- Konsep Pemasaran

Terdapat beberapa konsep pemasaran dimana masing-masing konsep memiliki tujuannya masing-masing. Konsep ini timbul dari satu priode ke priode lainnya akibat perkembangan pengetahuan baik produsen maupun konsumen. Penggunaan konsep ini tergantung kepada perusahaan yang juga dikaitkan dengan jenis usaha dan tujuan perusahaan yang bersangkutan. Adapun konsep-konsep yang ada di maksud adalah sebagai berikut:

1. Konsep produksi

Menyatakan bahawa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efesiensi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

distribusi. Konsep ini merupakan salah satu falsafah tertua yang menjadi penuntun para penjual dan merupakan konsep yang menekankan kepada volume produksi yang seluas-luasnya dengan harga serendah mungkin.

2. Konsep produk

Konsep ini berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kineja yang paling baik serta keistimewaan yang mencolok. Oleh karena itu, perusahaan harus mencurahkan upaya terus-menerus dalam perbaikan produk. Konsep ini menimbulkan adanya marketing nyopia (pemandangan yang dangkal terhadap pemasaran). Konsep produk merupakan kosep yang menekankan kepada kualitas, penampilan, dan ciri-ciri yang terbaik.

4. Konsep Penjualan

Kosep penjualan berpikir bahwa konsumen tidak akan memebeli cukup banyak produk terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Konsep ini biasanya di terapkan pada produk-produk asuransi, ensiklopedia atau kapling-kapling pemakaman, juga untuk lembaga nirlaba seperti partai politik (parpol). Dalam konsep ini kegiatan pemasaran di tekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar.

5. Konsep pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

sasaran dan pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang di lakukan pesaing.

6. Konsep pemasaran

Menyatakan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat.

7. Konsep pemasaran kemasyarakatan

Merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini yang menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar serta memberikan memberikan kepuasan, sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

c) Sumber-Sumber Hukum Etika Pemasaran

a. Dalam Al-Qur'an:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِيْ رَسُوْلِ اللّٰهِ اُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَنْ كَانَ يَرْجُوا اللّٰهَ وَالْيَوْمَ الْاٰخِرَ وَذَكَرَ اللّٰهَ كَثِيْرًا

Artinya : *"Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah"* (Qs. Al-ahzab ayat 21).

Rasulullah adalah manusia yang terbaik di segala sisi. Di setiap lini kehidupan, beliau selalu nomor satu dan paling pantas dijadikan profil

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

percontohan untuk urusan agama, kebaikan, dan akhlak dalam melakukan bisnis.

b. Al- Hadist Rasulullah SAW Bersabda:

أَنَا زَعِيمٌ بِبَيْتٍ فِي رَبَضِ الْجَنَّةِ لِمَنْ تَرَكَ الْمِرَاءَ وَإِنْ كَانَ مُحِقًّا وَبِبَيْتٍ فِي وَسَطِ الْجَنَّةِ لِمَنْ تَرَكَ الْكَذِبَ وَإِنْ كَانَ مَازِحًا وَبِبَيْتٍ فِي أَعْلَى الْجَنَّةِ لِمَنْ حَسَّنَ خُلُقَهُ

Artinya:"*Aku adalah penjamin sebuah rumah di sekitar taman (Surga) bagi seseorang yang meniggalkan perdebatan walaupun ia benar, penjamin rumah ditengah Surga bagi orang yang meninggalkan dusta walaupun ia bercanda, juga menjadi penjamin sebuah rumah di Surga paling atas bagi orang yang memiliki akhlak yang baik." (HR. Abu Dawud)*.

4. Keputusan Nasabah

1. Pengertian Keputusan Nasabah

Pelanggan atau nasabah adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa, secara terus-menerus. Pelanggan atau nasabah adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahan- perusahaan bisnis. (Setyabudi, 2014)

Menurut Kotler dan Amstrong dalam jurnal ilmiah Sumarsono, *et.al* dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen akan melalui tahap pencarian informasi. Jika sumber informasi yang di dapat menyatakan kepuasan maka hal itu akan menjadi rekomendasi untuk konsumen yang baru mengambil keputusan pembelian terhadap suatu produk atau jasa yang sama.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Menurut Winardi dalam bukunya Sunyoto (2015:3) perilaku konsumen dapat dirumuskan sebagai perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam hal merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa-jasa.

Sedangkan menurut Engel dalam bukunnya Sunyoto (2015:3) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Menurut Ivancevich, *et.al*. dalam jurnal ilmiah Maisyaroh pengambilan keputusan adalah sebagai proses pemilihan tindakan atau solusi dalam menghadapi suatu permasalahan atau menangani masalah yang ada.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah adalah sesuatu yang diputuskan nasabah setelah mendapat informasi untuk melakukan tindakan penggunaan produk ataupun jasa-jasa.

2. Faktor- Faktor Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan

Menurut Kotler (2002) ada beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen yaitu:

a. Faktor Kebudayaan

Budaya adalah nilai dasar, persepsi, keinginan serta tingkah laku yang dipelajari seseorang dari keluarga dan lembaga penting lainnya.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial terbagi dua yaitu:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Kelompok acuan seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja serta kelompok sekunder seperti kelompok keagamaan, profesi dan asosiasi perdagangan.
2. Keluarga seperti peran suami, istri dan anak dalam pembelian produk dan jasa yang berbeda.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi terdiri dari:

1. Usia dan tahap siklus hidup
2. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi
3. Gaya hidup
4. Kepribadian dan konsep diri (Zainal, *et.al*, 2017)

d. Faktor Psikologis

Faktor psikologis terdiri dari:

1. Motivasi
2. Persepsi
3. Proses belajar
4. Keyakinan dan sikap (Eliza, *et.al*, 2011)

3. Dasar Pertimbangan Konsumen Dalam Mengambil Keputusan

Ada beberapa pertimbangan konsumen sebelum mengambil keputusan yaitu:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

a. Pertimbangan Ekonomis

Pertimbangan secara ekonomis terkait dengan perhitungan nasabah secara ekonomis atas produk atau jasa yang akan digunakan. Membuat peetimbanagan ekonomis berarti nasabah memiliki pengetahuan tentang produk yang akan digunakan

b. Pertimbangan Pasif

Pada tipikal ini konsumen dianggap sebagai pembeli yang tidak berfikir secara rasiona, konsumen bersikap mengikuti apa saja yang dapat dilakukannya.

c. Pertimbangan Rasional

Konsumen tipikal ini fokus pertimbangannya terletak pada manfaat produk atau jasa yang akan diputuskan untuk dibeli.

d. Pertimbangan Emosional

Tipikal ini lebih mengikuti pertimbangan emosionalnya.

e. Pertimbangan Lainnya

Pertimbangan yang dimaksud seperti suasana hati, pembawaan konsumen, dan suasana lingkungan pada saat membuat pertimbangan.

4. Indikator-Indikator Dalam Keputusan Konsumen

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan nasabah menurut Kotler dan Keller (2008:227) adalah:

a. Pengenalan Masalah

b. Mencari informasi

c. Evaluasi alternative

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

d. Keputusan pembelian

e. Perilaku Pasca Pembelian

Ada empat tahap produsen dalam melakukan pembelian terhadap suatu barang atau produk yang dikenal dengan model AIDA, (Kotler, 2008) yaitu:

1. *Attention* (perhatian)

   Attention menjadi tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa sesuai keinginan pelanggan, selain itu calon pelanggan juga membaca dan mempelajari deskripsi produk yang ditawarkan.

2. *Interest* (minat)

   Pada tahap ini pelanggan merasa tertarik untuk membeli suatu produk atau jasa yang telah ditawarkan karena sudah mendapatkan deskripsi yang lengkap tentang produk atau jasa yang ditawarkan.

3. *Desire* (keinginan)

   Dalam tahap ini pelanggan mulai berkeinginan serta memikirkan dan bertanya mengenai produk atau jasa yang telah ditawarkan dan hadirlah minat yang kuat untuk membeli dan mencoba produk atau jasa tersebut.

4. *Action* (Tindakan)

   Pada tahap ini calon pelanggan sudah mempunyai kemantapan dan keyakinan yang kuat untuk membeli dan mencoba produk atau jasa yang sudah ditawarkan.

5. Produk Dan Jasa Perbankan Syariah

a. Pengertian produk

Pengertian produk menurut peneliti yaitu:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1) Menurut Kotler (1995:508),"Produk merupakan apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan".
2) Menurut Tjiptono (1999:95),"Secara konseptual produk adalah pemahaman sub-yektif dari produsen atas "sesuatu" yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebu-tuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli"
3) Menurut Kotler dan Amstrong (1995:444), "Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan".
4) Menurut Prawirosentono (2004),"Kualitas produk adalah keadaan fisik, fungsi dan sifat produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumendengan me-muaskan sesuai nilai uang yang telah dikeluarkan".
5) Menurut Goetdch dan Davis (2002), "Kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan barang, jasa, manusia, produk, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan".

Produk Perbankan syariah di bagi menjadi 3 yaitu:

b. Produk perbankan syriah di bidang penghimpuanan dana (*funding*).

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf kehidupan rakyat banyak.

1. Giro (*Demand Deposit*)

Giro adalah simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat, artinya adalah bahwa uang yang disimpan direkening giro dapat diambil setiap waktu setelah memenuhi berbagai persyaratan yang telah di tetapkan.

Pengertian giro juga dapat di temukan dalam Pasal 1 angka 23 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, adalah simpanan berdasarkan akad wadiah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah setiap pembayaran lainnya, atau dengan perintah memindah bukukan. (ismail, 2011)

Dalam fatwa Dewan Syariah Nasional No. 01/DSN-MUI/IV/2000 disebutkan bahwa giro adalah simpanan dana yang penarikannya dapat di lakukan setiap saat saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah setiap pembayaran lainnya, atau dengan perintah memindah bukukan. Giro ada dua jenis yaitu. Pertama, giro tidak dibenarkan secara syariah, yaitu giro yang berdasarkan perhitungan bunga. Kedua, giro yang dibenarkan secara syariah, yaitu giro yang berdasarkan prinsip mudharabah dan wadiah.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Deposito (*Time Deposit*)

Deposito menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah atau Unit Usaha Syariah (UUS).

Dalam fatwa Dewan Syariah Nasional No. 03/DSN-MUI/IV/2000, deposito terdiri atas dua jenis. Pertama, deposito yang tidak di benarkan secara prinsip syariah, yaitu eposito berdasarkan yang berdasarkan perhitungan bunga. Kedua, deposito yang dibenarkan secara syariah, yaitu deposito yang di dasarkan dengan perinsip mudharabah. (Suma, 2017)

Deposito adalah bentuk simpanan nasabah yang mempunyai jumlah minimal dan jangka waktu tertentu, yang bagi hasilnya lebih tinggi dari pada tabungan biasa atau tabungan berencana. Deposito merupakan produk dari bank yang memang ditujukan untuk kepentingan investasi dalam bentuk surat-surat berhaga, sehingga dalam perbankan syariah akan memakai prinsip mudharabah. Berbeda dengan perbankan konvensional yang memberikan imbalan nerupa bunga bagi nasabah deposan, maka dalam perbankan syariah imbalan yang diberikan kepada nasabah deposan adalah bagi hasil(profit sharing) sebesar nisbah yang telah disepakati di awal akad.

3. Tabungan(Saving Deposit)

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Nasabah jika hendak mengambil simpanannya dapat datang langsung ke bank dengan membawa buku tabungan, slip penarikan, atau melalui fasilitas ATM. Pengertian yang hamper sama dijumpai dalam Pasal 1 angka 21 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang menyebutkan bahwa tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat di lakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. (darsono, 2017)

c. Produk perbankan syariah di biang penyaluran dana(*financing*)

Pembiayaan atau financing adalah pendanaan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.

1. Pembaiayaan dengan prinsip jual beli (Ba'i)

Pembiayaan dengan prinsip jual beli ditujukan untuk memliki barang dan keuntungan bank telah ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang dijual. Barang yang diperjual belikan dapat berupa konsumtif ataupun barang produktif. Akad yang di perguanakan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dalam produk jual beli ini adalah sebagai berikut. Akad yang di pergunakan dalam produk jual beli ini adalah sebagai berikut:

a) . Pembiayaan Murabahah

Bai' al-murabahah (Antoni, 2001) adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam bai'al-murabahah, penjual (dalam hal ini adalah bank) harus memberi tahu harga pokok yang dibeli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. (Suma, 2017)

b) Bai' As- Salam

Dalam pengertian sederhana Bai' As-Salam berarti pembelian barang yang diserahkan pada kemudian hari, sedangkan pembayaran di lakukan pada awal transaksi dilakukan (Antonio,2001).

Salam adalah transaksi jual beli dimana barang yang di perjual belikan belum ada. Oleh Karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sedangkan nasabah bertindak sebagai penjual. Dalam transaksi ini kualitas, kuantitas, harga, dan waktu penyarahan barang harus ditentukan secara pasti. (karim, 2011)

c) Istishna

Transaksi bai' Al-Istishna merupakan kontrak penjualan antara pembeli dan pembuat barang (Antonio,2001). Dalam kontrak ini pembuat barang menerima pesanan dari pembeli. Pembuat barang lalu berusaha melalui orang lain untuk membuat atau membeli barang menurut

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

spesifikasi yang telah disepakati dan menjualnya kepada pembeli akhir. (Suma, 2017)

1. Pembiayaan dengan prinsip sewa (ijarah)

Pembiayaan dengan prinsip sewa ditujukan untuk mendapatkan jasa. Keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang disewakan. Dalam beberapa kasus, prinsip sewa dapat pula disertai dengan opsi kepemilikan (karim,2004).

Kebutuhan aset investasi yang biayanya sangat tinggi dan memerlukan waktu lama untuk memproduksinya pada umumnya tidak dilakukan dengan cara bagi hasil atau kepemilikan karena resikonya terlalu tinggi atau kebutuhan modalnya tidak terjangkau. Kebutuhan investasi seperti itu dapat di penuhi dengan pembiayaan berpola sewa dengan akad ijarah atau ijarah mutahiya bittamlik. Sebagai contoh pembiayaan pesawat terbang , kapal, dan sejenisnya. Selain itu, pembiayaan ijarah dapat juga di gunakan untuk pembiayaan peralatan industry, mesin-mesin pertanian, dan alat-alat ttasportasi. (ascaya, 2015)

Transaksi ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila jual beli transaksinya adalah barang, pada ijarah objek transaksinya adalah jasa. (karim, 2011)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Pembiayaan dengan prinsip Bagi Hasil (Syirkah)

Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil digunakan untuk usaha kerja sama yang ditujukan untuk mendapat barang dan jasa sekaligus, ketika tingakat keuntungan bank di tentukan dari besarnya keuntungan usaha sesuai dengan prinsip bagi hasil. Pada produk bagi hasil keuntungan ditentukan oleh nisbah bagi hasil yang disepakati di muka. Produk perbankan termasuk dalam kelompok ini dan sering digunakan oleh perbankan syariah adalah musyarakah dan mudharabah. (Suma, 2017)

a) Pembiayaan musyarakah

Transaksi syariah dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih di mana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik bermujud maupun tidak berwujud. (karim, 2011)

b) Pembiayaan mudharabah

Mudharabah berasal dari kata dharab, berarti memukul atau berjalan. Memukul atau berjalan lebih tepatnya peroses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha. Mudharabah adalah kerja sama antara dua orang atau lebih, pengelola modal (shahibul mal) mempesrcayakan sejumlah modal kepada pengelola (mudharib) dengan perjanjian pembagian keuntungan (Antonio,2001).

Berdasarkan fatwa DSN-MUI No. 07/DSN-MUI/IV/2000, bank syariah dapat memperbolehkan untuk melakukan pembiayaan mudharabah

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

(qiradh). Sebagaimana diketahui bahwa bank sebagai penyedia dana menanggung semua kerugian akibat dari mudharabah ecuali jika mudhorib (nasabah) melakukan kesalahan yang disengaja, lalai, atau menyalahi perjanjian. (Suma, 2017)

3. Pembiayaan dengan akad lengkap

Untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan, biasanya diperlukan juga akad pelengkap. Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tapi ditujukan untuk mempermudah pelakasanaan pembiayaan. Meskipun tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, dalam akad pelengkap ini dibolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad ini.

a) Hiwalah (Alih Utang-Piutang)

Tujuan fasilitas hiwalah adalah untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapat ganti biaya atas jasa pemindahan piutang. Untuk mengantisipasi resiko kerugian yang akan timbul, bank perlu melakukan penelitian atas kemampuan pihak yang berutang dan kebenaran transaksi antara yang memindahkan piutang dengan yang berutang.

b) Rahn (Gadai)

Tujuan akad rahn adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Barang yang digadaikan wajib memenuhi kriteria :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Milik nasabah sendiri
2. Jelas ukuran, sifat, dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai rill pasar.
3. Dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh pihak bank.

Atas izin bank, nasabah dapat menggunakan barang tertentu yang digadaikan dengan tidak mengurangi nilai dan merusak barang yang digadaikan. Apabila barang yang di gadaikan rusak atau cacat, nasabah harus bertanggung jawab.

Apabila nasabah wanprestasi, bank dapat melakukan penjualan barang yang digadaikan atas perintah hakim. Nasabah mempunyai hak untuk menjual barang tersebut dengan seizin bank. Apabila hasil penjualan melebihi kewajibannya, kelebihan tersebut menjadi milik nasabah. Dalam hal hasil penjualan tersebut lebih kecil dari kewajibannya, maka nasabah harus menutupi kekurangannya. (karim, 2011)

c) Qardh

Fatwa DSN-MUI No. 19/DSN-MUI menjelaskan prinsip qardh boleh digunakan sebagai akad pinjaman dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterima kepada perbankan pada waktu yang telah disepakati bersama.

d) Wakalah (Perwkilan)

Wakalah atau wikalah berarti penyerahan, pendelegasian, atau pemberian mandate (Antonio,2001). Dalam bahasa arab, hal ini dapat dipahami sebagai at-tafwid. Aan tetapi, yang dimaksud sebagai al-wakalah karena manusia kemampuan atau kesempatan untuk menyelesaikan segala

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

urusannya sendiri. Pada suatu waktu, seseorang perlu mendelegasikan suatu pekerjaan kepada orang lain untuk mewakili dirinya.

Aplikasi wakalah dalam penyaluran dana di perbankan terjadi apabila nasbah memberikan kuasan pada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti L/C, inkaso dan transfer uang. (Suma, 2017)

e) *Kafalah* (Garansi Bank)

Kafalah merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung (Kafil) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung (Antonio,2001). Dalam pengertian lain, kafalah juga berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai jaminan. (Suma, 2017)

d. Produk jasa (*Service*)

Selain menjalankan fungsinya sebagai intermediaries (Penghubungan) antara pihak yang kelebihan dana (Surplus of fund) dan kekurangan dana (Deficit of fund), bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan disebut, antara lain sebagai berikut ini. (Suma, 2017)

1. *Sharf* (Jual Beli Valuta Asing)

Pada prinsipnya, jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip sharf (Karim,2004). Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini harus dilakukan pada waktu yang sama (Spot). Bank mengambil keuntungan dari jual beli

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

valuta asing ini. Prinsip ini dipraktikkan pada bank syariah devisa yang memiliki izin untuk melakukan jual beli valuta asing. (Suma, 2017)

2. *Ijarah* (Sewa)

Jenis kegiatan ijarah anatar lain penyewaan kotak simpanan (Safe Deposit Box) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (Custodian). Bank mendapat imbaalan dari jasa sewa tersebut. (Suma, 2017)

3. *Wadi'ah* (Titipan)

Jenis produk jasa tambahan yang dapat diterapkan adalah wadi'ah namun wadi'ah yang diterapkan adalah wadi'ah yad al-amanah. Aplikasi perbankan wadi'ah yad al-amanah adalah penyewaan kotak simpanan (Safe Deposit Box) sebagai sarana penitipan barang berharga nasabah. Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut. (Suma, 2017)

4. *Al-Hiwalah* (Alih Utang-Piutang)

Transaksi pengalihan utang piutang. Dalam praktik perbankan fasilitas hiwalah lazimnya digunakan untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank dapat ganti biaya atas jasa pemindahan piutang. (suwiknyo, 2010)

5. *Rahn* (Gadai)

Salah satu jasa pelayanan yang dapat diberikan oleh lembaga keuangan syariah adalah rahn. Dalam fatwa DSN-MUI NO.25/DSN-MUI/III/2002 tentang rahn dijelaskan bahwa murtahin (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan marhun (barang) sampai semua utang rahin (yang menyerahkan barang) dilunasi. Pada perinsipnya marhun

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

tidak boleh dimanfaatkan oleh murtahin kecuali seizing rahin , dengan tidak mengurangi nilai marhun dan pemanfaatannya sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatan. (suwiknyo, 2010)

6. *Al-Qardh* (Pinjaman Kebaikan)

Al-Qardh digunakan untuk membantu keuangan nasabah secara cepat dalam jangka pendek (short time). Produk ini digunakan untuk membantu usaha kecil dan keperluan social. Dana Qardh yang diberiksn kepada nasabah diperoleh dari dana zakat, infak dan shadakah. (suwiknyo, 2010)

Fatwa DSN-MUI No.19/DSN-MUI menjelaskan prinsip qardh boleh digunakan sebagai akad pinjaman dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterima kepada perbankan pada waktu yang telah disepakati bersama. (darsono, 2017)

7. Wakalah

Nasabah memberikan kekuasaan kepada bank syari'ah untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, sepertti jasa transfer.

8. *Kafalah* (Bank Garansi)

Digunakan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran. Bank syari'ah dapat mempersyaratkan nasabah untuk mendapatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai rahn. Bank syari'ah dapat menerima dana tersebut dengan prinsip wadiah. (suwiknyo, 2010)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

B. Penelitian Relevan

Tabel 1: Penelitian Relevan.

No	Nama Penelitian (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan Dan Perbedaan
1	Rizqa Ramadhaning Tyas (2015)	Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Etika Bisnis Islam Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Keuangan Syariah Di Bmt Bina Usaha Karang Jati	Dapat disimpulkan. Terdapat pengaruh yang signifikan keragaman produk, kualitas pelayanan, etika bisnis Islam dan citra perusahaan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa keuangan syariah.	Persamaan terdapat pada produk, jasa dan keputusan nasabah dalam mengambil keputusan. Perbedaannya penelitian dari Rizqa Ramadhaning Tyas tidak menjelaskan produk tersebut.
2	Rahma Disa Putri (2021)	Pengaruh *Margin* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* Di Bmt Darussalam Pekanbaru	Dari hasil penelitian pada uji T di peroleh bahwa margin (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah (Y) pada pembiayaan murabahah di BMT Darussalam.	Persamaannya membahas tentang keputusan nasabah. Berbedaannya penelitian saudari Rahma Disa Putri membahas tentang Margin.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

No	Nama Penelitian (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan Dan Perbedaan
3	Ali Husein Karbala (2018)	Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Keuangan Syariah	Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara variable kejujuranterhadap keputusan nasabah dengan hasil nilai t sebesar -0,166 sedangkan nilai signifikan sebesar 0,867. Serta tidak adanya pengaruh yang signifikan antara variable keadilan terhadap keputusan nasabah, hasil nilai t sebesar 0,687 dengan nilai signifikan sebesar 0,496. Dan adanya pengaruh signifikan antara variable pelayanan terhadap keputusan nasabah, hasil nilai t 2,853 dengan nilai signifikan 0,006.	Persamaan nya terletak pada pengeruh etika pemasaran Islam terhadap keputusan nasabah mengambil jasa keuangan syari'ah. Perbedaannya di penelitian milik saudara Ali Husein Karbala lebih menonjolkan tentang etika pemasaran.

Sumber Data olahan 2022

C. Konsep Oprasional

Tabel 2 : Konsep Operasional Variabel Penelitian

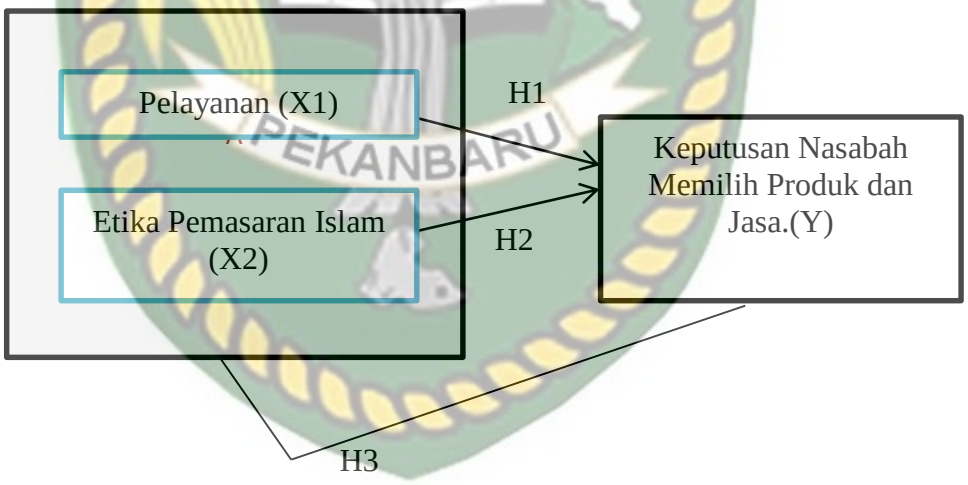
Konsep	Variabel	Indikator
Pengaruh Pelayanan dan Etika Pemasaran Islam terhadap keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.	Pelayanan (X1)	1. Layanan dengan lisan 2. Layanan dengan tulisan 3. Layanan dengan perbuatan (Hayat,2017)
	Etika Pemasaran Islam (X2)	1. Konsep produksi 2. Konsep produk

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Konsep	Variabel	Indikator
		3. Konsep penjualan 4. Konsep pemasaran 5. Konsep pemasaran 6. Konsep pemasaran kemasyarakatan (kasmir,2015)
	Keputusan nasabah (Y)	1. Pengenalan masalah 2. Mencari informasi 3. Evaluasi alternative 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian (Kotler dan Keller, 2008)

D. Kerangka Berpikir

Gambar 1: Kerangka Berpikir



E. Hipotesis penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh Pelayanan terhadap keputusan nasabah

   H_a : Terdapat pengaruh positif dan siqnifikan antara Pelayanan terhadap keputusana nasabah memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

H_O : Tidak terdapat pengaruh positif dan siqnifikan antara pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.

2. Pengaruh Etika Pemasaran terhadap keputusan nasabah

H_a: Terdapat pengaruh positif dan siqnifikan antara Etika Pemasaran Islam terhadap keputusana nasabah memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.

H_O: Tidak terdapat pengaruh positif dan siqnifikan antara Etika Pemasaran Islam terhadap keputusana nasabah memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.

3. Pengaruh Pelayanan dan Etika Pemasaran Islam terhadapa keputusan nasabah

H_a: Terdapat pengaruh positif dan siqnifikan antara Pelayanan dan Etika Pemasaran Islam terhadapa keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.

H_o: Tidak terdapat pengaruh positif dan siqnifikan antara Pelayanan dan Etika Pemasaran Islam terhadapa keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian *field research* (penelitian lapangan) dimana salah satu jenis penelitian yang dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi kemudian menggunakan observasi, kuesioner dan dokumentasi sebagai alat pengumpulan data.

Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantitatif. Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakan sebagai variable. Dalam pendekatan kuantitatif hakekat hubungan di antara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang obyektif.

Menurut Kasiram (2008) dalam bukunya Metodelogi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, mendifinisikan penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data verupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

   Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Rengat yang berlokasi di Jl. Sultan No. 50, Kampung Besar, Indragiri Hulu, Riau.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini bulan Februari 2022 sampai Juni 2022 dapat dilihat dari tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 3: Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	BULAN DAN MINGGU KE																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Persiapan Penelitian																				
2.	Pengumpulan Data Penelitian																				
3.	Pengolahan dan Analisis Data Penelitian																				
4.	Penulisan Laporan Penelitian																				

Sumber : Data Olahan

C. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun subjek dalam penelitian ini yaitu:

1. Subjek Penelitian

   Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonsia KCP Rengat.

2. Objek Penelitian

   Objek penelitian ini adalah Pengaruh Pelayanan dan Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk dan Jasa Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

   Jumlah populasi penelitian ini sebesar 8.000 nasabah. Data ini diproleh dari wawancara dengan karyawan di Bank Syariah Indonesia KCP Rengat .

2. Sampel

   Dari data jumlah diatas, maka penulis melakukan pengambilan sampel. Adapun jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Krejcie- Morgan (Sanusi, 2011)

$$n = \frac{X^2NP(1-P)}{d^2(N-1) + X^2P(1-P)}$$

   Keterangan :

   n = Ukuran Sampel

   N = Ukuran populasi

   P = Proporsi Populasi (0,5)

   d = Derajat Ketelitian (0,05)

   X^2 = NilaiTabel $(3,84)^2$

$$n = \frac{X^2NP(1-P)}{d^2(N-1) + X^2P(1-P)}$$

$$n = \frac{(3,84)^2(\ 8,000)(0,5)(1-0,5)}{(0,05)^2\ (8.000-1) + (3,84)(0,5)\ (1-0,5)}$$

$$n = \frac{(15,360)\ (0,5)}{19,9975 + 0,96}$$

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

$$n = \frac{7,680}{20,9575} = 366,455927 = 366$$

Dari perhitungan sampel maka peneliti mengambil jumlah sampel 366 Nasabah.

E. Sumber data Penelitian

Dalam mengumpulkan data dan informasi, sumber data yang digunakan adalah: (Bugin,2005)

1. Data Primer

   Data Primer adalah. Yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian.

2. Data Sekunder

   Data Sekunder adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yaitu: (Sugiyono,2011):

1. Observasi

   Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.

2. Kuesioner (Angket)

   Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi kesepakatan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para personden untuk dijawab.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kuesioner diberikan kepada nasabah di Bank Syari'ah Indonesia sebanyak 366 orang. Dengan menggunakan scoring likert, yaitu:

Nilai 5 = sangat setuju

Nilai 4 = setuju

Nilai 3 = kurang setuju

Nilai 2 = tidak setuju

Nilai 1 = sangat tidak setuju

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih actual dan sesuai dengan masalah penelitian. Teknik dokumentasi berproses dan berawal dari menghimpun dokumen, memilih dokumen sesuai dengan tujuan penelitian, mencatat, dan menerangkan, menafsirkan dan menghubungkan dengan fenomena lainnya. (Muhammad,2008)

G. Teknik Pengelolaan Data

Teknik Pengelolaan Data adalah menimbang, menyaring, mengatur dan dan mengklarifikasi. Pengolahan data ialah memilih secara hati-hati, menggolongkan, menyusun dan mengatur data yang relevan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Langkah-langkah yang harus diteliti dalam proses pengolahan data menurut Muhammad (2004:91) adalah:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Pemeriksaan (*Editing*)

   Yaitu pembenaran apakah data yang terkumpul melalui observasi, wawancara dan kuisioner sudah lengkap, relevan dan jelas yang kemudian akan dijabarkan dengan bahasa yang mudah dimengerti.

2. Penandaan Data (*Coding*)

   Yaitu pemberian tanda pada data yang diproleh berupa penomoran atau kata tertentu yang menunjukkan golongan, kelompok klasifikasi data menurut jenis atau sumbernya dengan tujuan untuk menyajikan data secara sempurna unutk mempermudah analisis data.

3. Penyusunan Sistematis Data

   Yaitu menguraikan hasil penelitian sesuai dengan kenyataan, dan meletakkan data menurut sistematika bahasa berdasarkan urutan masalah.

4. Analisis Data

   Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara berurutan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan kuisioner sehingga dapat diberitahukan kepada orang lain.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah proses mencari dan menyusun secara berurutan data yang diproleh dari hasil observasi, wawancara dan kuesioner sehingga dapat mudah dipahami dan dapat diberitahukan kepada orang lain.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Uji Instrumen Peneliti

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik maka sebelum melakukan uji statistik, harus dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, linearitas dan uji hipotesis.

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrument. Validitas suatu instument ialah seberapa jauh instrument itu benar-benar mengukur objek yang akan diukur. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan skor variabel. Yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dimana n adalah jumlah sampel penelitian. Jika r hitung > r tabel dan nilainya positif maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. (Hasan, 2005)

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Menurut Sugiyono (2010:40) suatu kuisinoner dikatakan realiabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan alat analisis *Statistical Package for Social Science* (SPSS),

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Menurut Gozali (2015:129) suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach alpha* > 0,60.

2. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan terikat keduanya terdistribusi normal atau tidak. Normalitas data dalam penelitian dilihat dengan cara memperhatikan titik-titik pada normal *P-plot of regression standardized residual* dari variabel terikat. Jika data menyebar disekitar garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk menguji apakah spesifikasi model yang digunakan sudah sesuai atau lebih baik dalam spesifikasi model lain. Dan uji linearitas penelitian ini menggunakan model uji *lagrange multiplier*.

c. Uji Multikoleniaritas

Multikoleniaritas adalah kondisi terjadinya korelasi yang kuat diantara variabel independen (X) yang ikut serta dalam pembentukan model regresi linier. Untuk mendeteksi multikoleniaritas jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak > 10 maka model terbebas dari multikoleniaritas.

d. Uji Heteroskedasitas

Heteroskedasitas merupakan pengujian yang menilai apakah ada perbedaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

regresi linear. Jika asumsi heteroskedasitas tidak tercukupi maka model regresi dinyatakan tidak valid.

e. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Menurut Gozali (2009) Koefisien Determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Y). Nilai koefisien detertminasi adalah antara nol dan satu. Untuk menentukan nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan nilai *R Square.*

f. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa data yang bersifat *multivariate.* Analisis ini digunakan untuk meramalkan nilai variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) yang jumlahnya lebih dari satu.

Persamaan regresi linear berganda dapat berupa sebagai berikut:

$Y = \beta 0 + \beta 1X1 + B2X2 + \beta 3X3 + \varepsilon$

Keterangan:

Y = Estimasi Variabel Dependen

β0 = konstanta dari persamaan regresi

β 1,2,3 = koefisien dari variabel independen 1,2,3

X 1,2,3 = variabel independen 1,2,3

ε = Residual atau *prediction error*

Analisis regresi linear berganda ini akan menggunakan program SPSS 21.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga yaitu, uji t (parsial) dan uji f (simultan)

a. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk melihat bagaimanakah pengaruh variabel-variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

b. Uji Parsial (T)

Uji T akan menunjukkan berapa banyak pengaruh variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Terdapat dua acuan yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan pada uji T, pertama berdasarkan nilai signifikasi yaitu:

- Jika sig < *a*, maka H_0 ditolak
- Jika sig > *a* maka H_0 diterima

Kedua, berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel, yaitu:

- Jika t hitung > t tabel maka H_0 ditolak
- Jika t hitung < t tabel maka H_0 diterima

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia KCP Rengat

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu, yang beralamatkan di jalan Sultan No. 50, Kelurahan Kampung Besar Kota, Kecamatan Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau, Indonesia. Yang sebelumnya Bank Syariah Mandiri diresmikan pada Hari Jum'at Tanggal 16 Bulan September Tahun 2011 yang diresmikan oleh Bupati Indragiri Hulu yang menjabat pada saat itu yaitu Bapak H. Harman Harmaini. SH, MM.

Dengan Perkembangan seiringnya waktu pada Tanggal 1 Bulan Februari Tahun 2021, Bank Syariah Indonesia (BSI) diresmikan secara umum oleh Presiden Indonesia yaitu Bapak Joko Widodo dan salah satunya di wilayah Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau, Indonesia. Adapun pemilihan dari penggabungan tiga bank syariah milik BUMN yang bisa memberikan dampak dan perkembangan yang lebih besar lagi dan mempermudah pengembangan dari satu pintu dengan visi dan misi yang sama. Bank tersebut yaitu terdiri dari BRI Syariah, BNI Syariah, dan Mandiri Syariah memiliki kinerja dan rekam jejak yang selama ini dikenal baik oleh masyarakat.

Keberadaan Bank Syariah Indonesia KCP Rengat menjadi salah satu solusi serta wadah bagi masyarakat Indragiri Hulu, sebab Bank Syariah Indonesia KCP Rengat menerapkan prinsip-prinsip syariat islam dalam transaksinya, Bank Syariah Indonesia KCP Rengat dapat membantu semua para pelaku

usaha kecil dalam mengembangkan usahanya, dapat mempekerjakan sumber daya manusia lokal dan nasabah yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Rengat tidak hanya kaum muslim namun banyak juga dari nonmuslim, sehingga kehadiran Bank Syariah Indonesia KCP Rengat dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat Indragiri Hulu.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi

Top 10 Global Islamic Bank.

b. Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

   Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan *asset* (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (*ROE* 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

3. Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia

a. Pendanaan

1) BSI Tabungan *Easy Wadiah*

2) BSI Tabungan *Easy Mudharabah*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3) BSI Tabungan Bisnis
4) BSI Tabungan Haji
5) BSI Tabungan *Payroll*
6) BSI Tabungan *Junior*
7) BSI Tabungan Pendidikan
8) BSI Tabungan Berencana
9) BSI Tabungan Mahasiswa
10) BSI Tabungan Pensiun
11) BSI Tabungan Simpel
12) BSI Tabunganku
13) BSI Giro
14) BSI Deposito

b. Pembiayaan
1) Modal Kerja
2) Investasi
3) Konsumer

c. Jasa
1) BSI Debit
2) BSI Sentra Bayar
3) BSI *Mobile*
4) BSI Internet *Banking*
5) BSI *Electronic Payroll*
6) BSI *L/C*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

7) Jual Beli Valuta Asing

8) Bank Garansi

9) *Western Union*

d. Jasa Operasional

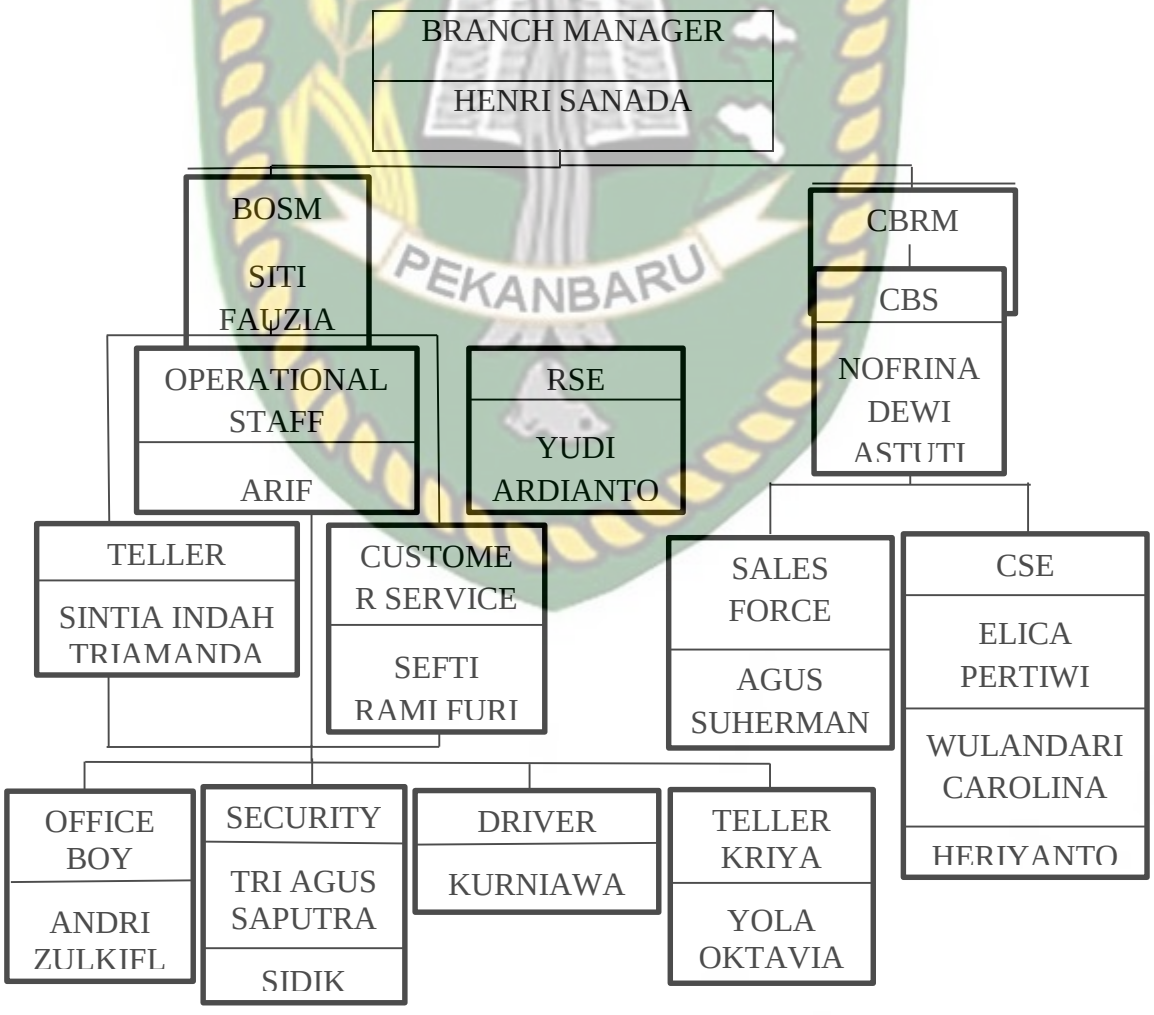
1) Transfer

2) Intercity Clearing

3) BSI RTGS (*Real Time Gross Settlement*)

4. Struktur Organisasi

Gambar 2: Struktur Organisasi BSI KCP RENGAT



Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

B. Gambaran Responden Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Rengat, dimana jumlah nasabah dari bulan desember Jumlah populasi penelitian ini sebesar 8.000 nasabah. Adapun sampel sebanyak 366 nasabah diperoleh dari perhitungan rumus Krejcie dan Morgan.

Setiap masing-masing responden memiliki karakteristik yang tidak sama, maka peneliti melakukan masing-masing pengelompokkan pada beberapa karakteristik tersebut. Adapun karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini adalah usia, jenis kelamin, pekerjaan dan pendidikan terakhir. Berikut merupakan hasil dari pengelompokan responden kuesioner yang telah disebar:

1. **Usia**

Tabel 4: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Rentang Usia	Jumlah Responden	Persentase
<20	60	16,39%
21-30	200	54,64%
31-40	72	19,68%
>40	34	9,29%
Total	366	100%

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia <20 tahun sebanyak 60 orang dengan persentase 16,39%, responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 200 orang dengan persentase 54,64%, responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 72 orang dengan persentase 19,68% dan responden yang berusia >40 tahun 34 orang dengan persentase 9,29%.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Jenis Kelamin

Tabel 5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	162	44,27%
Perempuan	204	55,73%
Total	366	100%

Sumber: Data Olahan, 2022

Pada tabel 5 diatas dapat peneliti simpulkan bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 162 orang dengan persentase sebesar 44,27% dan jumlah responden perempuan sebanyak 204 orang dengan persentase sebesar 55,73%.

3. Pekerjaan

Tabel 6: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Wiraswasta	44	12,02%
IRT	33	9,01%
Karyawan Swasta	203	55,47%
PNS	8	2,19%
Pensiunan	16	4,38%
Mahasiawa/i	62	16,93%
Total	366	100%

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden wiraswasta sebanyak 44 orang dengan persentase 12,02%, responden IRT sebanyak 33 orang dengan persentase 9,01%, responden Karyawan Swasta sebanyak 203 orang dengan persentase 55,47%, responden PNS sebanyak 8 orang dengan persentase 2,19%, responden Pensiunan sebanyak 16 oarang dengan jumlah persentase 4,38% dan response mahasiswa/I sebanyak 62 orang dengan persentase 16,93%.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4. Pendidikan terakhir

Tabel 7: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir

Pendidikan terakhir	Jumlah Responden	Persentase
D3/S1/S2	83	22,68%
SMA	279	76,22%
SMP	4	1,10%
Total	366	100%

Sumber: Data Olahan, 2022

Pada tabel 7 diatas dapat peneliti simpulkan bahwa jumlah responden yang pendidikan terakhir D3/S1/S2 sebanyak 83 orang dengan persentase sebesar 22,68% dan jumlah responden yang pendidikan terakhir SMA sebanyak 279 orang dengan persentase sebesar 76,22%, dan jumlah responden yang pendidikan terakhir SMP 4 dengan pesentase sebesar 1,10%.

C. Deskripsi Penelitian

Untuk mengetahui Pengaruh Pelayanan dan Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk dan Jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Rengat, Melalui instrumen penelitian kuisioner.

Sesuai dengan permasalahan dan perumusan model yang telah dikemukakan serta kepentingan pengujian hipotesis maka teknik analisis data di ukur menggunakan bantuan program SPSS 21.

1. Uji Instrument Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrument. Validitas suatu instrument menunjukkan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

seberapa jauh instrument itu benar-benar mampu mengukur objek-objek yang akan diukur. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan skor variabel. Dalam penelitian ini uji validitas dilakuakn dengan metode korelasi *bivariate pearson* (*product moment*) yang diolah menggunakan SPSS. Suatu instrument dinyatakan valid jika r hitung > r tabel, dan dinyatakan tidak valid jika r hitung < r tabel. Berikut adalah tabel hasil uji validitas.

Tabel 8: UJI Validitas

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pelayanan (X1)	X1.1	0.408	0.116	Valid
	X1.2	0.431	0.116	Valid
	X1.3	0.866	0.116	Valid
Etika Pemasaran (X2)	X2.1	0.634	0.116	Valid
	X2.2	0.678	0.116	Valid
	X2.3	0.570	0.116	Valid
	X2.4	0.599	0.116	Valid
	X2.5	0.571	0.116	Valid
	X2.6	0.508	0.116	Valid
Keputusan Nasabah (Y)	Y1	0.679	0.116	Valid
	Y2	0.513	0.116	Valid
	Y3	0.732	0.116	Valid
	Y4	0.641	0.116	Valid
	Y5	0.685	0.116	Valid

Sumber : Data olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel hasil uji validitas dengan metode korelasi *bivariate pearson* (*product moment*) menjelaskan seluruh instrument dari setiap variabel dinayatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung dari tiap tiap instrument setiap variabel yang lebih besar dari r tabel N(379)=0,116. Dengan demikian seluruh instrumen diangap mampu mengukur variabel yang di ukur.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas ialah alat yang digunakan untuk mengukur konsintensi kiusioner yang merupakan indicator dari variable jika digunakan lebih dari dua kali untuk mengukur fonomena atau gejala yang sama. Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan uji *cronbach's alpha*, dimana jika nilai *cronbach's alpha* > 0.6 maka variabel dinyatakan reliabel, dan jika nilai *cronbach's alpha* < 0.6 maka variabel dinyatakan reliable.

Tabel 9: Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Reliabel	Keterangan
1	Pelayanan (X1)	0.125	0.6	Reliabel
2	Etika Pemasaran (X2)	0.605	0.6	Reliabel
3	Keputusan Nasabah (Y)	0.653	0.6	Reliabel

Sumber : Data olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel hasil uji validitas terhadap lima variabel didapat nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,125 untuk pelayanan (X1), 0,605 untuk etika pemasaran (X2 dan 0,653 untuk Keputusan nasabah (Y). Nilai *cronbach's alpha* dari setiap variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabilitas terpenuhi.

2. Uji Asumsi Klasik

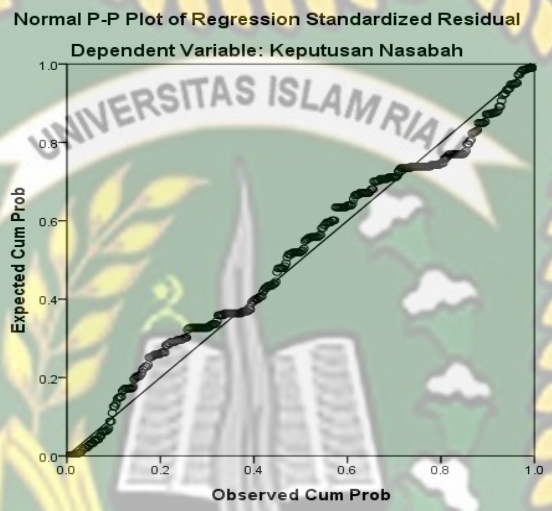
a. Uji Normalitas Data

Normalitas data dalam penelitian dapat dilihat dengan cara memperhatikan titik-titik pada normal *P-plot of Regression Standardized*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Residual dari variabel terikat. Adapun hasil output SPSS versi 21 untuk uji normalitas dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 3: Hasil Uji Normalitas Data



Sumber : Data Olahan SPSS 2022

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 3 dapat dilihat bahwa titik-titik atau data berada dekat atau mengikuti garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk menganalisa data dengan persamaan regresi linier sederhana adalah: (Misbahuddin dan Iqbal Hasan, 2013 : 68-69)

$Y = a + bX$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (variable yang diduga)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

X = Variabel bebas

Tabel 10: Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.715	.299		9.064	.000
	Pelayanan	-.020	.041	-.025	-.475	.635
	Etika Pemasaran	.299	.072	.221	4.182	.000

Sumber : Data Olahan SPSS 2022

a. Dependent Variable : Keputusan Nasabah

Berikut merupakan hasil dari uji regresi linier sederhana dari output SPSS 21:

Dari gambar diatas diproleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

Y = 2.715 + -0,020X1 + 0.299

Dapat diambil kesimpulan :

a. Konstanta sebesar 2.715 menjelaskan jika pelayanan (X1) dan etika pemasaran (X2) adalah 0 maka Keputusan nasabah (Y) memiliki nilai sebesar 2.715.
b. Nilai β1= -0,020 menjelaskan bahwa jika variabel pelayanan (X1) ditingkatkan satu satuan maka nilai Y akan bertambah sebesar -0,020.
c. Nilai β2=0,299 menjelaskan bahwa apabila variabel 0,299 (X2) ditingkatkan satu satuan maka nilai Y akan bertambah sebesar 0,299.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Uji Hipotesis

a. Uji *Parsial* (T)

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *parsial* (T). Terdapat dua acuan yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan pada uji t yang pertama, jika sig < α, maka H_0 ditolak dan jika sig > α maka H_o diterima. Yang kedua jika t hitung > t tabel maka H_0 ditolak dan jika t hitung < t tabel maka H_o diterima.

Hipotesis yang akan diujikan menggunakan uji T adalah:

H_o = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Rengat

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Rengat

Adapun cara mencari t tabel yaitu:

t tabel = t α/2 (df)

keterangan:

α = nilai signifikansi (0,05)

df = *degree of freedom* (n-2)

jadi, t tabel = t 0,05/2 (n-2)

= t 0,025 (366-2)

= T 0,025 (364)

= 2.250

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 11: Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.715	.299		9.064	.000
	Pelayanan	-.020	.041	-.025	-.475	.635
	Etika Pemasaran	.299	.072	.221	4.182	.000

Sumber : Data Olahan SPSS 2022

Dari gambar diatas dapat diketahui :

1. Signifikansi untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar 0,635 > 0,05 dan nilai t hitung 0,475 < t tabel 2.250 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_o diterima yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.
2. Signifikansi untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung 4,182 > t tabel 2.250 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_o ditolak yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.

b. Uji simultan F

Uji-F bertujuan untuk menguji seberapa besar pengarih variabel independen secara bersama sama terhadap variabel dependent. Kriteria pengujiannya adalah jika, F_{hitung} lebih besar F_{tabel} maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terika.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 12: Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.549	2	2.275	8.917	.000[b]
	Residual	92.603	363	.255		
	Total	97.152	365			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Etika Pemasaran, Pelayanan

Sumber : Data Olahan SPSS 2022

Hasil uji F simultan berdasarkan tabel 12 menginformasikan nilai F hitung sebesar 8,917 dengan df pembilang 2 dan df penyebut 363. Nilai F tabel untuk df pembilang 2 dan df penyebut 363 adalah 2,395492. Sehingga F hitung > F tabel dengan demikian dapat disimpulkan H0 ditolak dan Ha diterima atau terdapat pengaruh positif terhadap variabel pelayanan dan etika pemasaran secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada bank syariah indonesia KCP Rengat.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Y). Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada gambar berikut :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 13: Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.216[a]	.047	.042	.50508

a. Predictors: (Constant), Etika Pemasaran, Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber : Data Olahan SPSS 2022

Berdasarkan tabel 13 diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,47. Dengan demikian dapat disimpulkan mana variabel pelayanan (X1) dan etika pemasaran (X2), secara bersama sama mampu mejelaskan Keputusan nasabah memilih produk dan jasa . Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang diteliti pada peneitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Pelayanan menurut Yulianti, A. L., (2016) pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan yang di berikan oleh perusahaan memberikan nilai yang lebih dan memberikan kepuasaan kepada nasabah.

Sedangkan Sari, P.R., Kosim, M.A., & Arif, S, (2018) Etika merupakan merealisasikan nilai dan norma moral melalui proses penilaian atau pengajaran tentang kebaikan atau keburukan dari pembuatan sehingga dapat menentukan baik atau buruk, benar atau salah, berakibat lebih atau lebih buruk, pantas atau tidak pantas suatu tindakan atau perilaku seseorang dalam hidupnya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Pelanggan atau nasabah adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa, secara terus-menerus. Pelanggan atau nasabah adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahan- perusahaan bisnis. (Setyabudi, 2014).

1. Signifikansi untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar 0,635 > 0,05 dan nilai t hitung 0,475 < t tabel 2.250 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_o diterima yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.
2. Signifikansi untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung 4,182 > t tabel 2.250 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_o ditolak yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat.
3. variabel pelayanan (X1) dan etika pemasaran (X2), secara bersama sama mampu mejelaskan Keputusan nasabah memilih produk dan jasa keuangan syariah. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang diteliti pada peneitian ini.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan menunjukan bahwa:

Signifikan untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar 0,635 > 0,05 dan nilai t hitung 0,475 < t tabel 2.250 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_o diterima yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat. Signifikansi untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung 4,182 > t tabel 2.250 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_o ditolak yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Rengat. Variabel pelayanan (X1) dan etika pemasaran (X2), secara bersama sama mampu mejelaskan Keputusan nasabah memilih produk dan jasa syariah. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang diteliti pada peneitian ini.

B. Saran

Dari hasil penelitian maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya, penelitian terhadap Bank Syariah Indonesia KCP Rengat dapat dilanjutkan untuk disempurnakan dengan menambahkan metode

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

analisis data, memperbanyak sampel maupun penambahan variabel penelitian, sehingga bisa menjadikan karya tulis ilmiah yang lebih akurat.

2. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Rengat, Pelayanan dan Etika Pemasaran di Bank Syariah Indonesia KCP Rengat sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk dan jasa, diharapkan agar dapat bisa lebih meningkatkan pelayanan dan pemasaran kepada para nasabah sehingga terciptanya kepuasan nasabah meningkatkan jumlah dimasa kini maupun dimasa yang akan datang.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Buku:

Ascaya. (2015). *akad dan produk bank syariah.* jakarta.

Darsono. (2017). *perbankan syariah di indonesia.* jakarta.

Hayat. (2017). *Manajemen Pelayanan Publik* . Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.

Ismail. (2011). *perbankan syariah.* jakarta: kencana.

Ismail. (2016). *Perbankan Syariah* . Jakarta: Prendamedia Goup.

Karim, A. (2014). *Bank Islam.* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Karim, a. A. (2011). *BANK ISLAM.* JAKARTA.

Kasmir. (2015). *Manajemen Perbankan.* Jakarta : PT. RajaGrafindo Persda.

Nainggolan, B. (2016). *Perbankan Syariah Di Indonesia.* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Sujarweni, W. (2014). *Metodelogi Penelitian* . Yogyakarta: PT Pustaka Baru.

Suma, A. (2017). *Pengantar Ekonomi Syari'ah.* Bandung: CV Pustaka Setia.

Suwiknyo, d. (2010). *analisis laporan keuangan syariah.* yogyakarta.

Utomo, S. B. (2017). *Perbankan Syariah.* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

A.S. Moenir, (2002). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, PT Bumi Aksara, Jakarta.

Arik Septi Winarsih, (2005), Manajemen Pelayanan, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.

Kolter, (2008), Manajemen Pemasaran, Erlangga, Jakarta.

Daryanto, And Setyobudi, (2014), Konsumen dan Pelayanan Prima, Gava Media, Yogyakarta.

Sunyoto, (2015), Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, CAPS (Center for Academice Publishing Service), Yogyakarta.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kolter, And Philip, (2002), Manajemen Pemasaran Edisi Milenium, Prenhallindo, Jakarta.

Keller And Kevin Lane, (2008), Manajemen Pemasaran, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip, (1995), Manajemen Pemasaran, Erlangga, Jakarta.

Bugin, B.(2005).Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta : Kencana

Muhammad. (2008). Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sanusi, Anwar. 2001 *Metologi Penelitiam Bisnis*. Selemba Empat. Jakarta.

Setyabudi, Ismanto (2014). Konsumen Dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media

Skripsi:

Karbala, Ali Husein, 2018, Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Keuangan Syariah, Skripsi, Fakultas Agama Islam Universitas Islam Indonesia , Yogyakarta.

Putri, Rahma Disa, 2021, Penagruh Margin Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah Di BMT Darusalam Pekanbaru, Skripsi, Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, Pekanbaru.

Tyas, Rizqa Ramadhanaing, 2021, Pengaruh Keragaman Produk Kualitas Pelayanan Etika Bisnis Islam Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Keuangan Syariah Di BMT Bina Usaha Karang Jati, Skripsi, Program Studi Perbedaan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negri , Salatiga.

Abdul Warits, 2009, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syariah, Skripsi, IAIN WS Semarang.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Jurnal:

Harsanto, L. F., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada UKM Martabak Mas Ipung di Perumahan Plamongan Indah Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *6*(3), 340-351.

Sunardi, S., & Maftukhah, A. (2015). Pengetahuan Konsumen dan Keputusan Menjadi Nasabah (Kasus BSM Kan. Cab Pembantu BSD Tangerang Selatan). *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, *6*(2).

Pipin Wulandari, W. P. (2021). Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Di Iain Palopo) (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).

Panjaitan, J. E. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :