

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Indonesia menerapkan dua sistem bank yaitu sistem perbankan konvensional dan syariah. Bank konvensional dapat didefinisikan seperti pengertian bank umum merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usahanya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya menggunakan metode bunga dari dana untuk suatu periode tertentu sedang perbankan syariah di Indonesia semakin berkembang seiring dengan berkembangnya pertumbuhan penduduk yang berpenduduk mayoritas beragama islam. Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank islam atau biasa disebut dengan Bank tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis Nabi SAW.

Penelitian yang dilakukan Maisur, dkk. (2015) menerangkan bahwa religiusitas dan tingkat pendapatan secara bersama sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam menabung pada bank syariah. Hal ini lebih didasarkan pada pandangan riba (dengan adanya bunga) pada bank konvensional yang dianggap haram. Sehingga menimbulkan pertimbangan bagi konsumen dalam memilih layanan menabung pada bank yang mempunyai syariat agama. Jamaludin (2013) juga menjelaskan bahwa agama sebagai salah satu faktor penentu religiusitas seseorang juga secara signifikan berpengaruh dalam penentuan keputusan seseorang dalam menabung.

Bank syariah menggunakan berbagai teknik dan metode investasi, menabung di time ini dirasa cukup penting mengingat kebutuhan yang kadang datang tanpa adanya perencanaan. Tetapi tidak semua orang sadar akan pentingnya menabung sehingga diperlukan beberapa faktor. Regligiusitas merupakan faktor yang mempengaruhi minat menabung pada sebuah bank dan menjadikan isu yang sangat penting karena sejumlah penelitian menunjukkan kesimpulan atau hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Utami, ddk. (2016). Dimana kontrak hubungan investasi antara bank syariah dengan para nasabahnya disebut dengan istilah pembiayaan. Dalam perbankan, pembiayaan mempunyai peranan penting terutama untuk menyalurkan dana kepada masyarakat untuk menghadapi masalah dan atau modal kerja terutama untuk sektor usaha menengah ke bawah yang mempunyai masalah permodalan untuk menjalankan kegiatan usahanya guna meningkatkan pendapatan.

Karena banyak manfaat yang diperoleh masyarakat dalam menggunakan produk-produk perbankan. Diantaranya tabungan, deposito, reksadana dan sebagainya. Nasabah mengharapkan dana mereka dapat aman dan dikelola dengan baik oleh pihak pengelola perbankan. Persaingan antar bank juga tidak bisa dihindari, sehingga masing- masing bank berlomba-lomba untuk berinovasi dalam meningkatkan kualitas layanan (Mayangsari & Prastiwi, 2016).

Shirsavar et al. (2012) menjelaskan yang dimaksud Keuntungan lainnya dari menggunakan strategi *word of mouth* marketing ini memang tidak membutuhkan banyak biaya, tapi tetap harus mempersiapkan strategi yang efektif untuk mampu menarik minat pelanggan. Aspek lain yang menjadi bagian penentu dari

konsumen memutuskan untuk memilih produk/jasa adalah *word of mouth (WOM)*. *word of mouth* menjadi salah satu strategi yang sangat mempengaruhi seseorang dalam keputusan sebagai konsumen untuk menggunakan produk atau jasa. *word of mouth* merupakan strategi promosi yang dalam kegiatan pemasarannya menggunakan orang ke orang dengan tujuan untuk meningkatkan pemilihan produk dan menghasilkan tingkat penjualan tertentu (Rembon et al., 2018). suatu komunikasi yang dilakukan baik secara lisan maupun tulisan secara langsung atau melalui media elektronik antar masyarakat. WOM memberikan pengaruh besar terhadap keputusan dalam menggunakan layanan jasa, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ngoma & Ntale, 2019) ada hubungan positif antara (*word of mouth and customer loyalty*) *word of mouth* memberikan dampak yang besar terhadap keputusan konsumen (Joesyiana, 2018).

Menurut Priansa (2016: 185), Gaya Hidup adalah pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan opini. Gaya hidup menggambarkan dalam seseorang berinteraksi dengan lingkungannya (Suharto dan Suyoko, 2017). Gaya hidup adalah cara seseorang menjalankan kehidupannya dan dapat dikenali serta menjadi ciri dari bagaimana seseorang menggunakan uang dan waktunya (kegiatan), apa yang seseorang kira bernilai minat dan bagaimana pendapat orang lain mengenai pribadi dan alam sekitarnya opini. Dengan demikian gaya hidup cerminan dari noma subjektif yang tarkait dengan sikap terhadap prilaku.

Minat dapat dikatakan suatu ketertarikan terhadap sesuatu dan cenderung memilih apa yang diinginkan. Salah satunya dengan ketertarikan den

kecenderungan terhadap minat menabung, misalnya kecenderungan seseorang yang religius cenderung memilih bank syariah dari pada bank konvensional karena berdasarkan syariat agama konsep riba dalam bank konvensional itu tidak dibenarkan dalam Islam. Menurut Damayanti (2017:18)

Berdasarkan uraian di atas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *word of mouth* dan seberapa besar pengaruh gaya hidup yang diberikan minat menabung tersebut pada nasabah adapun judul dari penelitian ini adalah **“PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK BSI KCP SINGKIL ISKANDAR MUDA”** Alasan penulis memilih judul ini karena penulis ingin seberapa banyak peminat nasabah yang menabung di Bank BSI. Maka dari itu penulis melakukan penelitian ini untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan hal tersebut di atas.

### **1.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh *Word Of Mouth* terhadap minat menabung di Bank BSI KCP Singkil Iskandar Muda?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap minat menabung di Bank BSI KCP Singkil Iskandar Muda?
3. Bagaimana pengaruh *Word Of Mouth* dan gaya hidup terhadap minat menabung di Bank BSI KCP Singkil Iskandar Muda.?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi terhadap keputusan minat menabung di Bank BSI KCP Singkil Iskandar Muda

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan minat menabung di Bank BSI KCP Singkil Iskandar Muda
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi dan kualitas pelayanan secara bersamaan terhadap keputusan minat menabung di Bank BSI KCP Singkil Iskandar Muda

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat teoritis

Untuk meningkatkan pengetahuan, tentang manajemen perbankan Syariah khususnya di kualitas pelayanan perbankan Syariah dan juga meningkatkan minat nasabah di Bank BSI.

##### 2. Manfaat praktis

###### a) Bagi penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai bagian dari perilaku konsumen, kaitannya dengan minat menabung di Bank BSI.

###### b) Bagi Perbankan Syariah

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan salah satu data acuan dalam mengembangkan dalam peningkatan pelayanan nasabah. Disamping diharapkan hasil penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi perusahaan lain yang bergerak pada bidang yang sama dengan obyek penelitian.

###### c) Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pembaca kajian ilmu terutama yang berkaitan dengan bidang pemasaran.