

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah merupakan salah satu bentuk dari lembaga keuangan syariah pada saat ini tumbuh dengan cepat dan menjadi bagian dari kehidupan keuangan di dunia islam. Kehadiran perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalah Indonesia, telah menjadi tonggak penting dalam kehidupan perbankan syariah di Indonesia. Bank Muamalat membuktikan mampu bertahan dalam kondisi perekonomian yang sangat parah, saat krisis ekonomi banyak di bank-bank konvensional, sehingga harus masuk dalam program rekapitalisasi pemerintah bahkan harus dilikuidasi. Fenomena ini menjadi penggugah kesadaran bahwa konsep perbankan syariah bukan sebuah konsep yang hanya mampu berdiri ditingkat konsep saja namun telah mampu membuktikan di tataran praktek.¹

Pada tahun 1992 berdirilah Bank Muamalat Indonesia (BMI) . UU yang mengatur kehadiran bank syariah di Indonesia adalah UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan sekalipun belum dengan istilah yang tegas, tetapi baru dimunculkan dengan istilah “bagi hasil”, serta diikuti dengan keluarnya Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Perkembangan bank syariah pasca-kehadiran UU No. 7 tahun

¹ Rahman El-Junusi, *Membangun Kemitraan Antara Bank Syariah dan Nasabah Dengan Pendekatan Customer Relationship Management*, Semarang : IAIN Walisongo, 2012, hal: 1.

1992 masih sangat lambat. Hal ini terlihat dari jumlah bank syariah yang tidak bertambah semenjak kehadiran Bank Muamalat Indonesia.²

Pada pertengahan tahun 1997 perekonomian Indonesia rapuh, akhirnya lembaga keuangan syariah mengalami krisis ekonomi. Di balik krisis tersebut membawa berkah bagi kehadiran lembaga keuangan syariah dalam sistem perekonomian Indonesia. Fakta tersebut membuktikan banyak bank Konvensional pada saat krisis mengalami *negative spread*. BMI sebagai bank syariah mampu melewati krisis ekonomi dengan baik. Bukti ini memberikan kepercayaan bahwa bank syariah harus diakomodasi secara lebih baik dalam sistem perbankan di Indonesia.

Kepercayaan kepada bank syariah pasca-krisis ekonomi 1997, melahirkan UU No. 10 tahun 1998 disebut dengan tegas “*dual banking system*” yaitu dengan prinsip syariah untuk beroperasi baik sebagai Bank Umum Syariah maupun Unit Usaha Syariah dari bank konvensional. Pasca-lahirnya perbankan Indonesia menganut *dual banking system* perkembangan perbankan syariah di Indonesia semakin pesat. Hal ini terlihat dari banyaknya bank konvensional yang membuka layanan perbankan syariah, seperti Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah, BRI Syariah, BTN Syariah dan Bank Danamon Syariah.

² M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung : CV Pustaka Setia, 2012. Hal : 103-104.

Perkembangan syariah merupakan suatu badan usaha yang fungsinya sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat, yang sistemnya dan mekanisme kegiatan usahanya berdasarkan hukum islam sebagaimana yang diatur dalam al-Qur'an dan al-Hadist.³

Pada tahun 2007 *Marketing Research Indonesia* (MRI) mengeluarkan hasil *survey* terhadap bank-bank yang memberi kualitas pelayanan prima yang dilakukan di Kantor Cabang Jakarta, Bandung dan Solo melalui pengukuran *Bank Service Excellence Monitor* (BSEM) menunjukkan bank syariah tidak masuk dalam sepuluh besar bank yang mempunyai kualitas pelayanan prima. Oleh karena itu dengan kondisi persaingan sektor perbankan yang semakin ketat, maka bank syariah harus memperbaiki strategi usaha dengan pendekatan marketing syariah.

Marketing syariah adalah sebuah disiplin bisnis yang seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip prinsip muamalah yang Islami.⁴ Selain itu, dalam marketing syariah, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari keridhaan Allah, maka seluruh

³ Rahmadi Usman, *Aspek-Aspek Hukum Perbankan di Indonesia*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2002, hal 93.

⁴ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006, hal: 27.

bentuk transaksinya insya Allah menjadi ibadah dihadapan Allah.⁵

Dengan marketing syariah diharapkan dapat menciptakan *relationship* antara nasabah dan bank syariah yaitu hubungan kemitraan antara bank dengan nasabah dijalin secara terus menerus dalam usaha meningkatkan kepercayaan pada bank syariah. Hal ini dapat memelihara kesetiaan nasabah yang pada akhirnya akan meningkatkan *market share* bank syariah.

PT. Bank BTN Syariah merupakan *Strategic Bossiness Unit* (SBU) dari BTN yang menjalankan bisnis dengan prinsip syariah. BTN Syariah mulai beroperasi pada tanggal 14 Februari 2005 melalui pembukaan Kantor Cabang Syariah pertama di Jakarta. BTN Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank modern terkemuka dengan layanan financial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah. Dalam penghimpunan dana ada produk berupa tabungan BTN Syariah iB, Tabungan BTN Haji iB, Tabunganku iB, Giro dan Deposito BTN Syariah iB dan produk pembiayaan BTN Syariah. Dari swekian banyak produk yang disediakan oleh PT. Bank BTN Syariah tujuannya adalah untuk

⁵ Nur Alfu Laila, *Pengaruh Marketing Syariah Terhadap Reputasi dan Kepuasan Nasabah PT. BTN KCS Semarang*, Skripsi IAIN Semarang, Ekonomi Islam, 2011, hal: 5.

memenuhi kebutuhan Bank dalam memberikan pelayanan jasa keuangan syariah dan memberi keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap nasabah dan pegawai.

Namun disisi lain, tidak sedikit masyarakat yang masih menganggap bahwa sistem ekonomi syariah hanya hadir untuk masyarakat muslim. Tidak bisa dipungkiri, paradigma fanatisme agama masih kental terlihat dalam masyarakat kita. Sehingga persepsi pasar syariah sendiri hanya dipahami sebagai pasar untuk kaum muslim saja. Pasar yang ”tertutup” untuk kalangan non muslim. Nasabah lembaga keuangan syariah berasal dari berbagai kalangan, termasuk kalangan non muslim.⁶ Padahal, sistem bagi hasil yang merupakan salah satu elemen penting dari pasar syari’ah sudah sejak lama diterapkan Negara-negara Eropa, terutama Inggris.⁷ Jadi, persepsi bahwa pasar konvensional selalu lebih menguntungkan dan pasar konvensional selalu lebih menguntungkan dan pasar syariah adalah “pasarnya” kaum muslim tidak tepat.

Melihat fenomena tersebut, masyarakat mulai sadar bahwa bank-bank konvensional yang ada saat ini tidak bisa menjadi solusi terbaik dari problem-problem yang masyarakat hadapi, sehingga masyarakat melirik kembali ajaran islam yang bebas riba. Masyarakat muslim yang menggunakan jasa perbankan syariah menganggap bahwa bunga adalah riba. Hal ini secara

⁶ *Ibid*, hal: 205.

⁷ *Ibid*, hal: xxv.

tegas dinyatakan dalam al-Qur'an yaitu dalam Surat al-Baqarah ayat 278-279 yang berbunyi:

يَتَّيِبُهَا لِلَّذِينَ ءَامَنُوا أَتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُّوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ
 مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن

تُبْتِغُوا فَلَکُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِکُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

278. Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.

279. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.⁸ (QS. Al-Baqarah: 278-279)

Pelarangan riba ternyata tidak hanya terdapat dalam Islam, melainkan jauh sebelum Islam ada. Di India Kuno, hukum yang berdasarkan Weda, kitab suci tertua agama Hindu, mengutuk riba sebagai sebuah dosa besar dan melarang operasi bunga. Dalam agama Kristen, pelarangan atau restriksi keras atas riba berlaku selama lebih dari 1400 tahun. Secara umum, semua kontrol ini menunjukkan bahwa penarikan bunga apapun dilarang.⁹

Mengutip dari bukunya M. Syafi'i Antonio yang berjudul "Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek" menyatakan bahwa: Orang-

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim Dan Terjemah Bahasa Indonesia (Ayat Pojok)*, Kudus: Menara Kudus, hal: 48.

⁹ Latifa M. Alguad dan Marvyn K. Lewis, *Perbankan Syariah ah Prinsip Praktik Prospek*, Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2003, hal: 264.

orang Yahudi dilarang mempraktikan pengambilan bunga. Pelarangan ini banyak terdapat dalam kitab suci mereka, baik dalam *Old Testament* (Perjanjian Lama) maupun Undang-undang Talmud.

- Kitab Deuteronomy (Ulangan) pasal 23 ayat 19 menyatakan :

“Janganlah engkau membungakan uang kepada saudaramu, baik uang maupun bahan makanan, atau apapun yang dapat dibungakan”.¹⁰

Dalam penelitian ini, penulis memilih Bank BTN Syariah sebagai obyek penelitian karena Bank BTN Syariah merupakan salah satu perusahaan perbankan yang mengaplikasikan sistem syariah. Dalam perjalanannya, pertumbuhan nasabah di Bank BTN Syariah tidak hanya terdiri dari kaum muslim saja, akan tetapi dari kalangan non muslim pun banyak yang menjadi nasabah di Bank BTN Syariah. Hal tersebut diwujudkan dengan terus bertambahnya jumlah nasabah dan perluasan jaringan dengan menambah beberapa kantor cabang Syariah tersebar dilokasi Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Makasar, Malang, Solo, Medan, Batam, Tangerang, Bogor, dan Bekasi. Selanjutnya Jaringan UUS Bank BTN telah memiliki jaringan yang tersebar di seluruh Indonesia dengan rincian Kantor Cabang

¹⁰ M. Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah: dari Teori dan Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, Cet. I, 2001, hal: 43.

Syariah 22 KCS Kantor Cabang Pembantu Syariah 21 KCPS dan Kantor Layanan Syariah 147 KKS.

Peneliti juga melihat dari peningkatan jumlah bagi hasil sebesar sepanjang tahun 2014. Maryono sebagai Direktur Utama BTN Syariah menyatakan bahwa BTN Syariah berhasil membukukan pendapatan bagi hasil syariah sebesar Rp12,81 triliun, meningkat 18,77% dibandingkan pendapat bunga dan bagi hasil syariah periode sebelumnya yang sebesar Rp10,78 triliun. Sementara itu, beban bunga yang harus dibayar Perseroan mengalami peningkatan yang cukup tajam seiring dengan tingginya suku bunga pasar dan upaya perseroan untuk menjaga cadangan likuiditasnya pada level yang aman, yaitu dari Rp5,13 triliun tahun 2013 menjadi Rp7,34 triliun pada tahun 2014, atau naik 43,15%. Mardiasmo sebagai Komisaris Utama BTN Syariah juga menyatakan pada tahun 2014 Perseroan berhasil membukukan peningkatan aset yang baik, dari Rp131.170 miliar pada tahun 2013 meningkat 10,22% menjadi Rp144.576 miliar.¹¹

Tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.¹² Tabungan menurut UU Perbankan Syariah Nomor 21 tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan

¹¹ PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, 2014, hal: 22-29

¹² Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2011, hal : 345.

dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Dalam fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000, tabungan terdiri atas dua jenis, yaitu:

1. Tabungan yang tidak dibenarkan secara prinsip syariah yang berupa tabungan berdasarkan perhitungan bunga.
2. Tabungan yang dibenarkan secara prinsip syariah, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadiah*.

Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid. Artinya, produk yang sewaktu-waktu bisa diambil apabila nasabah membutuhkan, tetapi bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah penabung kecil.¹³

Setelah mengetahui bahwa bank syariah bukanlah banknya orang muslim saja, maka dari itu tidak ada salahnya jika nasabah non muslim pun melirik lembaga keuangan syariah. Keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah Bank BTN Syariah baik dari sisi produk penghimpunan dana maupun produk pembiayaan tentunya dipengaruhi oleh beberapa hal. Perkembangan di Bank

¹³ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung : CV Pustaka Setia, 2012. Hal : 133-134

BTN Syariah KCPS Condongcatur Jumlah nasabah non muslim di tahun 2014 meningkat sebanyak 102 orang.¹⁴

Oleh sebab itu faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dari nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah, sangat penting diperhatikan oleh pihak manajemen perbankan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. Diminati atau tidaknya suatu lembaga keuangan syariah adalah konsumsi, pendapatan, produk, jenis tabungan, lokasi, pelayanan, *Profit Sharing* dan promosi.¹⁵

Menurut Zulpahmi (2010) faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan jasa Bank syariah adalah sebagai berikut :Tidak adanya bunga (*riba*), seluruh produk sesuai syariah, sistem bagi hasil yang adil dan menentramkan, diinvestasikan pada pekerjaan yang halal dan berkah, diinvestasikan untuk peningkatan ekonomi dhuafa (*lemah*), pelayanan yang cepat dan efisien, sumber daya manusia yang profesional dan transparan, sikap dan perilaku karyawan yang ramah dan sopan, adanya jaminan keamanan dana nasabah, Produk yang beragam, menarik dan inovatif, Proses bagi hasil yang sama-sama menguntungkan, fasilitas ATM dan cabang mudah ditemukan, pelayanan yang mudah dan tidak berbelit-belit,

¹⁴ Hasil wawancara dengan Erna Irawati selaku Customer Service Bank BTN Syariah KCPS Condongcatur Sleman, Pada hari Jum'at Tanggal 11 Desember 2015.

¹⁵ Moch Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank*, Jakarta: Rineka Cipta, 1990, hal: 88.

bangunan dan ruangan Bank yang bersih dan nyaman, promosi dari bank, adanya dorongan dari pihak lain, sosialisasi melalui tokoh masyarakat dan ulama, adanya konsep yang saling menguntungkan, suku bunga di Bank konvensional tidak tetap.¹⁶

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa Bank BTN syariah KCPS Condongcatur adalah promosi, pelayanan dan profit sharing. Promosi adalah mempengaruhi perilaku konsumen dengan cara memberitahukan, membujuk dan mengingatkan. Untuk mencapai tujuan tersebut PT. Bank BTN Syariah KCPS Condongcatur harus melakukan usaha agar produk dan jasanya diminati oleh nasabah. Promosi dari bank adanya dorongan dari pihak lain, Sosialisasi melalui tokoh masyarakat dan membagikan brosur memanfaatkan event seperti festival Yogyakarta dan membagi hadiah.¹⁷

Tanpa promosi yang memadai, kemudahan masyarakat untuk mengakses layanan perbankan syariah tidak akan optimal. Bank syariah harus mampu merancang strategi promosi yang efektif agar masyarakat mengerti tentang berbagai produk yang ditawarkan oleh bank syariah. Hal ini dapat disiasati dengan dilakukannya promosi bank syariah bekerja sama dengan Bank Indonesia. Salah satu bentuk pemasaran bersama yang dilakukan

¹⁶ Evi Yupiter dan Raina Linda Sari, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1, No. 1, Desember 2012*, hal: 50

¹⁷ Hasil wawancara dengan Daniaty Cahyo Kusumadewi Customer Service Bank BTN Syariah KCPS Condongcatur dalam rangka PPL FEBI UIN Walisongo Semarang. Pada hari Rabu Tanggal 19 Agustus 2015.

adalah dengan memperkuat *brand* perbankan syariah melalui peluncuran iB oleh Bank Indonesia. Dengan *branding* akan memperkuat perbankan syariah karena setiap layanan perbankan syariah saat ini menggunakan nama yang sama yaitu iB, dan tidak akan menggunakan istilah yang membingungkan masyarakat. Penamaan produk yang lebih sederhana menyebabkan masyarakat awam lebih mudah mengingat perbankan syariah. Sebelumnya jika masyarakat mau menabung, produk tabungannya adalah *wadiah* atau *mudharabah* dan hal ini menyebabkan sebagian masyarakat tidak mudah mengingatnya karena istilah tersebut masih asing. Akan tetapi, produk tabungan diseluruh bank syariah menggunakan nama tabungan iB yang berguna untuk memperkuat *branding* pada masyarakat sehingga tidak sulit lagi mengingat produk yang ditawarkan oleh bank.¹⁸

Pelayanan yang cepat dan efisien, Sumber Daya Manusia yang profesional dan transparan, Sikap dan perilaku karyawan yang ramah dan sopan, Pelayanan yang mudah dan tidak berbelit-belit, bangunan dan ruangan Bank yang bersih dan nyaman. Oleh karena itu pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu memberikan kepuasan pelanggan, serta akan mampu menarik image perusahaan sehingga citra perusahaan dimata pelanggan

¹⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung : CV Setia, 2012, hal : 122.

atau nasabah terus meningkat.¹⁹ Layana yang berkualitas dapat diwujudkan melalui kinerja aspek-aspek *reliability*, *empathy*, *assurance*, *responsiveness*, dan *tangibles* untuk membangun kepuasan konsumen. Kelima aspek kualitas ini bila diterapkan secara bersama dapat membangun layanan yang berkualitas prima dan memuaskan, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam menentukan atau mengambil keputusan nasabah menggunakan jasa yang dalam hal ini adalah menabung.²⁰

Selain kedua faktor-faktor di atas, *Profit sharing* juga mempengaruhi keputusan nasabah non muslim karena seluruh produk sesuai syariah, sistem bagi hasil yang adil, proses bagi hasil yang sama-sama menguntungkan, dan menentramkan halal dan berkah. Mekanisme lembaga keuangan syariah dengan menggunakan sistem *profit sharing* (bagi hasil), Nampak menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat bisnis. Salah satu karakteristik bank syariah adalah *profi sharing* (bagi hasil). Jika dalam mekanisme ekonomi konvensional menggunakan

¹⁹ Kasmir, *Etika Costumer Service*, Jakarta: Rajawali Press, 2005, hal: 2.

²⁰ M. Ainun Nafis, *Pengaruh Pelayanan Islami Karyawan Terhadap Minat Nasabah Menabung dengan Akad Syariah (Studi kasus BMT Mitra Muamalat Kota Kudus)*, Skripsi IAIN Semarang, Ekonomi Islam, 2011, hal : 3-4.

instrument bunga, maka dalam mekanisme ekonomi islam dengan menggunakan instrument *profit sharing* (bagi hasil).²¹

PT. Bank BTN Syariah KCPS Condongcatur juga berhasil meraih penghargaan yang membanggakan yaitu Islamic Finance Award 2015 *1 st Rank The Most Expansive Funding Sharia Unit the Top Brand* pada tanggal 07 September 2015.²²

Sebagaimana tahun-tahun sebelumnya, BTN Syariah masih memfokuskan diri untuk pembiayaan perumahan (KPR). Masyarakat umumnya menyukai perumahan tipe 36 ke atas. Di DIY, misalnya, nasabah sudah meminati rumah-rumah tipe komersial dibandingkan rumah-rumah tipe subsidi. Untuk daerah sekitar DIY, seperti Magelang, Klaten dan Purworejo, termasuk Gunungkidul dan Wates masih didominasi perumahan subsidi tipe 36.²³

Dari latar belakang yang diatas, dalam hal ini penulis tuangkan dalam karya ilmiah dalam judul : “ **PENGARUH P PROMOSI, PELAYANAN DAN PROFIT SHARING TERHADAP KEPUTUSAN NON MUSLIM MENJADI NASABAH BANK BTN KCPS CONDONGCATUR SLEMAN**”

²¹Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*., Jakarta : GEMA INSANI, 2001, hal: 137-138.

²² Hasil wawancara dengan Erna Irawati selaku Customer Service Bank BTN Syariah KCPS Condongcatur Sleman, Pada hari Jum’at Tanggal 11 Desember 2015.

²³ Hasil wawancara dengan Nurdin pegawai Bank BTN Syariah KCPS Condongcatur, Pada hari Jum’at Tanggal 21 Januari 2016.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah Promosi mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Bank BTN KCPS Condongcatur Sleman ?
2. Apakah pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Bank BTN KCPS Condongcatur Sleman ?
3. Apakah *Profit Sharing* mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Bank BTN KCPS Condongcatur Sleman ?
4. Apakah Promosi, Pelayanan dan *Profit Sharing* berpengaruh terhadap Keputusan nasabah menggunakan jasa Bank BTN KCPS Condongcatur Sleman ?

1.3. Tujuan penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari studi kasus ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank BTN KCPS Condongcatur Sleman.
2. Mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank BTN KCPS Condongcatur Sleman.
3. Mengetahui pengaruh *Profit Sharing* terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank BTN KCPS Condongcatur Sleman.
4. Mengetahui pengaruh Promosi, Pelayanan, dan *Profit Sharing* terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank BTN Condongcatur Sleman.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari Penelitian ini diharapkan :

1. Bagi peneliti, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian lanjutan atau penelitian yang berkelanjutan.
2. Pihak perbankan, dapat dijadikan informasi bagi manajemen bank khususnya dalam menarik minat nasabah.
3. Mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan dalam ekonomi, yaitu teori promosi, pelayanan, serta *profit sharing* terhadap keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank syariah.

1.5. Sistematika Penulis

Untuk mempermudah dalam hal penulisan dan pemahaman bagi pembaca, penulis menggunakan sistematika yang dibagi menjadi lima pokok, dari masing-masing ada beberapa sub bab. Untuk lebih jelas dan mudah dipahami berikut penulis paparkan.

Bab 1 : Pendahuluan, pada Bab I ini didalamnya diuraikan diantaranya Latar Belakang Masalah, rumusan masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian serta Sistematika Penelitian.

Bab II : Tinjauan Pustaka. Dimana pada bab ini diuraikan beberapa teori yang dapat digunakan sebagai landasan penelitian. Hal yang dikemukakan dalam landasan teori diantaranya meliputi beberapa teori mengenai bank syari'ah, keputusan konsumen, tujuan bank syariah, prinsip bank syariah, teori promosi, pelayanan, dan *profit sharing*.

Bab III : Metode Penelitian yang digunakan oleh Penulis. Dalam Bab III ini diuraikan tentang jenis penelitian dan sumber

data, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, operasionalisasi variabel penelitian serta teknik analisis data yang digunakan oleh penulis.

Bab IV : Setelah pembahasan yang mendalam landasan teori dan data yang telah peneliti peroleh, kemudian peneliti mengolah data yang telah diperolehnya. Yang akan diuraikan pada bab ini meliputi gambaran umum perusahaan dan karakteristik responden, uji validitas dan reabilitas instrumen, analisis data, uji asumsi klasik dan pembahasan.

Bab V : Yang merupakan titik terakhir dalam sebuah penelitian. Bab ini akan menguraikan tentang kesimpulan dan hasil penelitian, keterbatasan pada penelitian serta saran yang diberikan berkaitan dengan penelitian dan penutup.