

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk yang beragama Islam, dinilai sebagai ranah yang potensial dalam menerapkan suatu bangunan perekonomian dan sistem keuangan yang operasionalnya berlandaskan pada prinsip syariah. Hal ini menjadi alasan hadirnya lembaga keuangan syariah dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. Lembaga keuangan yaitu suatu lembaga yang memiliki peranan penting dalam bidang usaha keuangan yang artinya, kegiatan yang dilakukan oleh lembaga keuangan selalu berkaitan dengan bidang keuangan yang kegiatannya menghimpun dana dan menyalurkan dana. Hadirnya lembaga keuangan syariah merupakan implementasi dari pemahaman umat Islam terhadap muamalah dalam hukum ekonomi Islam yang selanjutnya di representasikan dalam lembaga keuangan syariah dalam bentuk bank maupun non-bank.<sup>1</sup>

Saat ini, lembaga keuangan bank maupun non-bank mengalami persaingan yang sangat ketat. Sehingga tidak heran jika setiap lembaga keuangan berlomba-lomba dalam menarik minat calon nasabah baik lembaga keuangan yang berskala besar maupun kecil. Berikut merupakan data yang menunjukkan *Market Share* Keuangan Syariah Indonesia bahwa terdapat 9,63% dari total Aset Keuangan

---

<sup>1</sup> Ani Nur Fadilah dan Samsul Anam, "Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Perilaku Memilih Lembaga Keuangan Syariah Dengan Sikap Terhadap Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Muslim Desa Gambiran Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang)", *El-Qist*, Vol. 08. No. 01 April 2018. 1525.

Indonesia baik dari lembaga bank maupun non-bank yang sama-sama memiliki kontribusi besar didalam memperoleh asset keuangan syariah tersebut.<sup>2</sup>

Gambar 1

*Market Share* Keuangan Syariah Indonesia

Jenis Industri	Juni 2020 (Rp Triliun)
Perbankan Syariah	549,39
Perusahaan Asuransi Syariah	40,84
Lembaga Pembiayaan Syariah	24,77
Lembaga Non-Bank Syariah Lainnya	41,61
Sukuk Korporasi	29,39
Reksadana Syariah	58,07
Sukuk Negara	868,43
Kapitalisasi Saham Syariah	2.905,77

Sumber: diolah dari Otoritas Jasa Keuangan, Snapshot Perbankan Syariah Indonesia 2020

Berdasarkan data yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan dalam Snapshot Perbankan Syariah pada Juni 2020 menunjukkan bahwa Lembaga Keuangan Non-Bank Syariah memiliki kontribusi besar dalam total aset keuangan Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa sektor keuangan mikro syariah dapat menjadi aspek yang cukup unggul dalam perkembangan ekonomi syariah di Indonesia. *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) sebagai bentuk lembaga keuangan mikro syariah yang terlahir murni dari masyarakat Indonesia yang telah dikenal oleh semua kalangan dipenjuru

---

<sup>2</sup> Otoritas Jasa Keuangan, Statistik Perbankan Syariah: Januari 20120, diakses dari <http://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/default.aspx>, pada tanggal 16 Oktober 2020 pukul 19:52 WIB.

nusantara. Saat ini jumlah BMT di Indonesia berjumlah sebesar 4.500 unit yang tersebar diseluruh Indonesia, yang menandakan bahwa sektor keuangan mikro syariah juga mampu bersaing dengan lembaga jasa keuangan lainnya.<sup>3</sup>

*Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa at-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil ke bawah dengan kata lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang kegiatan ekonominya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.<sup>4</sup>

Dalam menghadapi ketatnya persaingan di industri lembaga keuangan, setiap lembaga harus membangun strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah nasabah, karena jumlah lembaga jasa keuangan yang cukup banyak sehingga tidak heran jika setiap lembaga keuangan berlomba-lomba untuk memberikan yang terbaik kepada nasabah yang bertujuan agar calon nasabah tertarik dalam memutuskan untuk menabung pada suatu lembaga keuangan. Peningkatan kualitas pelayanan sangat diperlukan, baik itu dari sumber daya manusia dan teknologi informasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah/penabung.<sup>5</sup>

Setiap lembaga keuangan memerlukan kualitas pelayanan atau pelayanan yang unggul sehingga bisa memuaskan konsumen baik dari sikap dan cara karyawan melayani.<sup>6</sup> Hal ini juga dilakukan oleh lembaga BMT NU Cabang Galis

---

<sup>3</sup> Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, *Sharing Platform Keuangan Mikro Syariah Berbasis Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*, diakses dari <https://knks.go.id/isuutama/8/sharing-platform-keuangan-mikro-syariah-berbasis-baitul-maal-wat-tamwil-bmt> Padatanggal 01 November 2020 Pukul 14:26 WIB.

<sup>4</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Depok: PT. Kharisma Putra Utama, 2017). 473.

<sup>5</sup> H. Ade Sarwita, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung". *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akutansi*. Vol. 4 No. 1, 2017. 36

<sup>6</sup> Rizka Ramadaning Tyas, Ari Setiawan, "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang". *Jurnal Muqtasid*. Vol. 3 No. 2. 2012, hlm. 283.

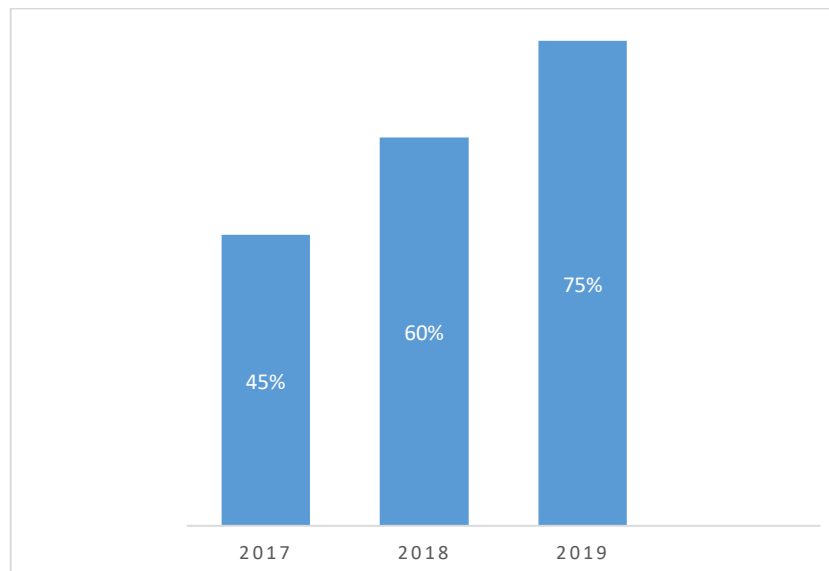
untuk menjaga citra perusahaan yang baik sehingga bisa menimbulkan keputusan konsumen dalam memilih produk-produk yang ada di BMT NU Cabang Galis. Melihat perkembangan lembaga keuangan saat ini, BMT NU Cabang Galis harus dapat menerapkan strategi agar nasabah termotivasi untuk menabung yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

Dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah BMT NU Cabang Galis sebagai lembaga keuangan mikro syariah memiliki fungsi meliputi penghimpun dana dan penyaluran dana masyarakat. Fungsi penghimpun dana di BMT menggunakan skema salah satunya simpanan seperti, produk simpanan Lebaran (SABAR) sebagai contoh kepedulian terhadap perekonomian masyarakat menengah kebawah dalam hal memenuhi kebutuhan lebaran.

Produk Simpanan Lebaran (SABAR) memiliki pertumbuhan dan perkembangan yang cukup positif dari tahun ke tahun. Dari hasil wawancara terhadap karyawan BMT NU yaitu Faridatus Shalehah yang dilakukan di BMT NU Cabang Galis pamekasan pada tanggal 30 Oktober 2020 perkembangan BMT NU ditandai dengan peningkatan jumlah nasabah yang semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini ditunjukkan berdasarkan presentase jumlah pengguna pada produk SABAR yaitu:

Gambar 2

Presentase Peningkatan Anggota Penabung Produk SABAR dari Tahun 2017-2019



Sumber: diolah dari Wawancara Karyawan BMT NU Cabang Galis

Berdasarkan gambar diatas pertumbuhan pengguna produk simpanan lebaran mengalami peningkatan setiap tahunnya sebesar 15% dari tahun 2017-2019.<sup>7</sup> Simpanan lebaran (SABAR) menggunakan akad *Mudharabah Mutalaqah* yang digunakan untuk mempermudah nasabah dalam memenuhi kebutuhan lebaran. Secara umum konsumen atau nasabah yang akan menabung tentu memilih lembaga keuangan yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan, dengan demikian nasabah akan mempertimbangkan faktor tertentu untuk memutuskan menabung.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Faridatus Shalehah, Wawancara Lagsung, Bagian Juru Tabungan di BMT NU Cabang Galis Pamekasan, 30 Oktober 2020.

<sup>8</sup> I Putu Andika Putra, NI Wayan Ekawati, "Faktor-Faktor Yang Mempertimbangkan Konsumen Untuk Menjadi Nasabah Tabungan", *Jurnal Manajeme*, Vol 2 No. 8 2013. hlm 905.

Produk simpanan lebaran memiliki nisbah bagi hasil sebesar 55% yang dapat diambil saat bulan ramadhan.<sup>9</sup> Bagi hasil yang di dapat dari simpanan lebaran bisa dimintai sembako untuk keperluan ramadhan atau bahkan uang tunai yang langsung dimasukkan ke saldo tabungan, sehingga memotivasi keputusan menabung nasabah produk simpanan lebaran (SABAR).

Motivasi merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah karena, jika seseorang termotivasi atau mendapat dorongan dari orang lain untuk menabung, maka keputusan menabung nasabah akan mengalami peningkatan. Metode yang digunakan dalam pemberian motivasi terhadap konsumen yaitu motivasi langsung dan metode tidak langsung. Metode langsung yaitu motivasi yang diberikan secara langsung kepada setiap konsumen untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasannya seperti bonus, bagi hasil dan lainnya, sedangkan motivasi tidak langsung yaitu motivasi yang hanya berupa fasilitas-fasilitas yang mendukung serta menunjang gairah konsumen untuk melakukan pembelian seperti pelayanan yang memuaskan.<sup>10</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Arinal Khasanah yang jurnalnya berjudul Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Motivasi dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah. Hasil Penelitiannya adalah Motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> BMT NU Jawa Timur, diakses dari <https://bmtnujatim.com/> Pada tanggal 01 November 2020 pukul 18:33 WIB.

<sup>10</sup> Nugroho J Setiadi, Perilaku konsumen Persepektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan konsumen, (Jakarta: Prenadamedia Grub). 34-35

<sup>11</sup> Arinal Khazanah, "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Motivasi dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah", (Skripsi Institut Negeri Salatiga, Salatiga, 2016). 79.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Sholihul Aziz Amin pada keputusan pembelian premi di Asuransi Bumiputera syariah cabang Semarang, menunjukkan Motivasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, Motivasi konsumen yang ada belum sesuai dengan harapan perusahaan. Hal ini terjadi karena motivasi konsumen tidak dapat memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian konsumen.<sup>12</sup> Dengan adanya perbedaan hasil penelitian diatas, maka perlu dilakukan penelitian yang mengaitkan antara pengaruh motivasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung nasabah di sebuah lembaga keuangan yakni BMT.

Selain dari memotivasi nasabah agar menabung, BMT NU harus memberikan kualitas pelayanan terbaik kepada nasabah sehingga menimbulkan daya tarik bagi calon nasabah, karena hal ini akan mempengaruhi keputusan untuk memilih produk Simpanan Lebaran (SABAR).

Penelitian dilakukan oleh Sholihul aziz amin yang berjudul Pengaruh kualitas Pelayanan dan Motivasi Nasabah terhadap Keputusan pembelian Premi di Asuransi Bumiputera Syariah Cabang Semarang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian premi di asuransi Bumiputera Syariah Cabang Semarang.<sup>13</sup>

Meskipun terdapat penelitian yang menyatakan kualitas pelayanan dan motivasi nasabah terhadap keputusan nasabah, disisi lain terdapat penelitian yang menunjukkan hasil penelitian yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Reski Kurniawan pada keputusan nasabah menabung di Bank Syariah mandiri KCP

---

<sup>12</sup> Achmad Sholihul Aziz Amin, "Analisis Pengaruh kualitas Pelayanan Islami dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Pembelian Premi di Asuransi BumiputeraSyariah Cabang Semarang", (Skripsi, Universitas Islam Walisongo Semarang, Semarang, 2018). 65.

<sup>13</sup> Ibid. 64.

Lubuk Sikaping, menunjukkan bahwa indikator dari kualitas pelayanan yaitu daya tanggap, jaminan, bukti fisik dan kehandalan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping. Artinya indikator kualitas pelayanan yang ada belum sesuai dengan keinginan karena tidak memberikan kontribusi terhadap keputusan menabung.<sup>14</sup>

Salah satu bentuk kualitas layanan yang diberikan oleh BMT NU Cabang Galis dengan cara jemput bola kepada nasabah, artinya nasabah tidak perlu untuk mengantri di BMT NU Cabang Galis untuk melakukan setoran namun dari pihak BMT yang mendatangi nasabah untuk menabung. Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang dirasakan oleh nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah.<sup>15</sup> Dalam hal ini kualitas pelayanan menjadi sarana alternatif untuk mengetahui perilaku yang akan dimunculkan oleh nasabah. Perilaku nasabah dapat dilakukan melalui proses sebelum dan sesudah nasabah melakukan penggunaan produk yang ditawarkan. Seorang nasabah akan memberikan penilaian yang kemudian akan mempengaruhi proses keputusan dalam memilih produk tersebut.

Keputusan dalam memilih produk tersebut sangat dipengaruhi oleh apa yang didapatkan calon nasabah baik dalam bentuk motivasi yang diberikan ataupun dari segi kualitas pelayan yang diharapkan. Dalam memilih suatu produk calon nasabah memiliki penilaian terhadap beberapa produk yang ditawarkan, dan setelah menyesuaikan dengan kebutuhannya calon nasabah akan memutuskan dan

---

<sup>14</sup> Rezki Kurniawan, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping", Skripsi UIN Imam Bonjol Padang, Padang, 2018. 77.

<sup>15</sup> Meilina Boediono, Sonata Cristian, Dewi Mustikasari Immanuel, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax". *Jurnal Manajemen*. Vol. 3 No. 1, April 2018. 93.



membentuk pilihannya. Pengharapan calon nasabah sendiri dibentuk oleh pengalaman calon nasabah itu sendiri, baik dari motivasi dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT NU Cabang Galis. Keputusan memilih produk yang dilakukan oleh calon nasabah melalui proses mempelajari terlebih dahulu produk yang ditawarkan oleh BMT NU Cabang Galis untuk mempengaruhi keputusan calon nasabah dalam memilih produk tersebut<sup>16</sup>

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti menganggap penting untuk mengadakan penelitian pengaruh motivasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung nasabah produk simpanan lebaran. Pembahasan tersebut menjadi penting untuk diteliti lebih lanjut dikarenakan adanya GAP penelitian sebelumnya, sekaligus mengkaji konsistensi teori dari motivasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung. Maka dari itu judul penelitian ini adalah “Pengaruh Motivasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Produk Simpanan Lebaran Di BMT NU Cabang Galis Pamekasan”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti.

1. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan menabung pada nasabah produk simpanan lebaran di BMT NU Cabang Galis?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung pada nasabah produk simpanan lebaran di BMT NU Cabang Galis?

---

<sup>16</sup>Desiana, Dewi Susiloati, Nagita Kencoro Putri, “Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah di Kota Tasik Malaya”. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, Vol.11 No.1, juni 2018. 30.

3. Apakah motivasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menabung pada nasabah produk simpanan lebaran di BMT NU Cabang Galis?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diperoleh beberapa tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh motivasi terhadap keputusan menabung produk simpanan hari raya di BMT NU Cabang Galis?
2. Untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung nasabah produk simpanan hari raya di BMT NU Cabang Galis?
3. Untuk menganalisis pengaruh motivasi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan menabung nasabah produk simpanan hari raya di BMT NU Cabang Galis?

### **D. Asumsi Penelitian**

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal yang berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti. Fungsi anggapan dasar dalam sebuah penelitian adalah sebagai landasan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian, untuk mempertegas variabel yang akan diteliti, serta untuk menentukan dan merumuskan hipotesis.<sup>17</sup>

Asumsi penelitian yang peneliti ajukan dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>17</sup>Tim Penyusun Pedoman Penelitian Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi* (Pamekasan: STAIN Press,2015). 10

1. Setiap anggota memiliki alasan yang jelas dan beragam dalam menentukan keputusan memilih produk simpanan.
2. Dalam memilih produk simpanan anggota akan mempertimbangkan banyak hal atau motif yang mempengaruhinya.
3. Dalam menentukan keputusan setiap anggota memiliki tujuan yang ingin dicapai dalam memilih produk simpanan.
4. Motivasi dan kualitas layanan merupakan salah satu motif yang mempengaruhi keputusan menabung.

#### **E. Hipotetis Penelitian**

Hipotetis di bentuk dari dua kata, yaitu kata *hypo* dan kata *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan *thesis* adalah pendapat. Kedua kata itu kemudian digunakan secara bersama menjadi *hypothesis* dan penyebutan dalam dialek Indonesia menjadi hipotesa kemudian berubah menjadi hipotesis yang maksudnya adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna. Pengertian ini kemudian diperluas dengan maksud sebagai kesimpulan penelitian yang belum sempurna, sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotetis itu melalui penelitian dengan data dilapangan.<sup>18</sup>

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah

1. Terdapat pengaruh motivasi terhadap keputusan menabung nasabah produk simpanan lebaran di BMT NU cabang Galis Pamekasan

---

<sup>18</sup> Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik, Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana,2005). 85

2. Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menabung nasabah produk simpanan lebaran di BMT NU Cabang Galis Pamekasan
3. Terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara motivasi dan kualitas layanan terhadap keputusan menabung nasabah produk simpanan lebaran di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat, baik secara akademis maupun secara praktis.

##### 1. Kegunaan Secara Teoritis

###### a. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dan wawasan mengenai motivasi, dan kualitas pelayanan pada perbankan Syariah serta pengaruhnya terhadap keputusan menabung nasabah.

###### b. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan khususnya dapat dijadikan referensi atau rujukan di bidang lembaga keuangan atau perusahaan dan sebagai perbandingan serta referensi bagi peneliti selanjutnya yang lebih relevan. Serta untuk memberikan pemahaman bagi para akademisi untuk dapat melakukan kajian mendalam tentang kualitas pelayanan pada perbankan Syariah dan menambah wawasan keilmuan bagi para mahasiswa IAIN Madura, khususnya fasilitas Ekonomi dan Bisnis Islam.

## 2. Kegunaan Secara Praktis

### a. Bagi BMT NU Cabang Galis Pamekasan

Hasil penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai bahan acuan bagi BMT NU Cabang Galis Pamekasan untuk mengetahui pengaruh motivasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan menabung nasabah. Selain itu juga diharapkan bagi peneliti ini dapat menjadi evaluasi untuk peningkatan kinerja keuangan menjadi lebih baik.

### b. Bagi Masyarakat Umum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh motivasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung nasabah.

## **G. Ruang Lingkup Penelitian**

### 1. Ruang Lingkup Variabel

Ada dua variabel yang menjadi focus kegiatan dalam penelitian ini yaitu motivasi (Variabel  $X_1$ ), kualitas pelayanan (Variabel  $X_2$ ) dan keputusan konsumen (Variabel  $Y$ ). Agar variabel menjadi fokus tersebut tidak meluas, maka perlu adanya batasan terhadap materi yang akan diteliti.

#### a. Motivasi

Untuk variabel motivasi (Variabel  $X_1$ ), indikator variabel yang akan diteliti ialah:

- 1) Kebutuhan terhadap produk
- 2) Kebutuhan mencari kenyamanan dari produk

3) Kebutuhan mencari kepuasan dari produk<sup>19</sup>

b. Kualitas layanan

Untuk variabel kualitas layanan (Variabel X<sub>2</sub>) indikator variabel yang meliputi:<sup>20</sup>

1) Bukti Fisik (tangible)

2) Reabilitas

3) Responsivitas

4) jaminan (assurance)

5) Empati

c. Keputusan pembelian konsumen

Untuk variabel keputusan pembelian (variabel Y) indikatornya meliputi:<sup>21</sup>

1) Keyakinan terhadap produk

2) kebutuhan akan suatu produk

3) keinginan membeli produk

2. Ruang Lingkup Lokasi

Lokasi Baitul Maal Wat Thamwil Nuansa Ummat Cabang Galis Pamekasan di Jl. Raya Pamekasan- Sumenep, Pandian, Ponteh, Galis, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur 69382.

---

<sup>19</sup> Sumiati, Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap konsumen dan Brand Image Pada Keputusan Pembelian Tablet Aple Ipad Pada Apple Store Surabaya, Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen, Vol. 1 No.2, 2014. 117

<sup>20</sup> Ahmad Subagyo, Marketing In Business, (Jakarta: Mitra Kencana, 2010). 12-13

<sup>21</sup> Nufian S Febriani, Wayan weda Asmara Dewi, Perilaku Konsumen di Era Digital Beserta Studi Kasus, (Malang: UB Press, 2019). 80

## H. Definisi Istilah

Untuk menyatukan persepsi tentang pengertian variabel-variabel yang akan diteliti dan dianalisis dalam penelitian ini, maka akan dikemukakan Batasan batasan definisi operasional.

1. Perilaku konsumen adalah interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.<sup>22</sup>
2. Motivasi adalah pemberi daya penggerak yang menciptakan kegairahan seseorang agar mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencaoi kepuasan..<sup>23</sup>
3. Kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan.<sup>24</sup>
4. Keputusan menabung adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas produk-produk yang ada dalam kumpulan pilihan.<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> Nugroho J Setiadi, Perilaku Konsumen Persepektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen, Edisi Ketiga, (Jakarta: Prenada Media Grup,2003). 2

<sup>23</sup> ibid. 25

<sup>24</sup> Kasmir, Customer Services Ekcellent Teori dan Praktik, Cet 1, (Depok: PT Raja Grafindo, 2017), hlm. 47.

<sup>25</sup> Philip Kotler & Kevin Keller, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi ke-13, (Jakarta: Erlangga,2009), hlm. 240