

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia terus mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan zaman. Salah satu negara yang menunjukkan perubahan dan perkembangannya yaitu Indonesia. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari segi teknologi, pembangunan maupun industri. Dalam dunia industri bisnis, antara produsen bersaing guna memenuhi kepuasan konsumen dan memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

Demikian juga dengan industri perbankan yang terus menunjukkan perkembangannya. Industri perbankan berperan penting sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan negara tersebut. Seperti yang kita ketahui fungsi perbankan itu adalah menghimpun dana masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat dan melakukan pelayanan jasa kepada masyarakat dengan tujuan untuk mempermudah segala bentuk transaksi yang dilakukan oleh masyarakat dan dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat (Herlina, 2021)

Perbankan syariah merupakan suatu lembaga intermediasi yang menyediakan jasa keuangan bagi masyarakat dimana seluruh aktivitasnya dijalankan dengan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain dalam penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha sehingga bebas dari bunga (riba), bebas dari kegiatan yang merugikan karena ketidaktahuan (gharar), bebas dari kegiatan spekulasi seperti perjudian (maysir),

bebas dari perkara yang tidak sah (bathil), dan hanya membiayai usaha-usaha yang halal (Irawan Pratama & Murni, 2022)

Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia muncul pertama kali pada tahun 1980 an dalam bentuk Lembaga Mikro Keuangan Syariah (LKMS), saat itu bank syariah belum muncul karena Undang-Undang Perbankan yang berlaku yaitu UU No. 13 Tahun 1967 belum mengakomodasi beroperasinya bank syariah. Kemudian bank syariah pertama di Indonesia muncul di awal 1990 an, setelah keluarnya UU Perbankan No. 7 Tahun 1992 yang memungkinkan beroperasinya bank syariah. Namun, industri perbankan syariah baru tampak pertumbuhannya setelah muncul UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Umum, yang secara tegas mendefinisikan bank di Indonesia mencakup Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat yang dapat beroperasi baik secara konvensional maupun syariah, sehingga memberikan kesempatan peluang bagi bank syariah untuk berkembang (Dianita et al., 2021). Dan pada saat ini banyak bank konvensional yang berbasis syariah, seperti BNI Syariah, BRI Syariah, Mandiri Syariah, Bukopin Syariah, Danamon Syariah dan lain-lain.

Perbedaan mendasar antara bank konvensional dengan bank syariah adalah adanya pelarangan riba, seperti yang kita ketahui riba hukumnya haram bagi orang Muslim, sebagaimana firman Allah dan Hadis Rasulullah: Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan

mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”(Q.S. Al-Baqarah (2): 275) (Basri et al., 2018). Di dalam surat Al-Baqarah ayat 275, sudah jelas bahwa jual beli diperbolehkan dengan tetap memenuhi syari‘at atau tidak keluar menyimpang dari syari‘at dan mengharamkan riba, sedangkan di dalam hadis Nabi Muhammad SAW bersabda di dalam hadis Ahmad yang artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Yazid telah menceritakan kepada kami Al Mas'udi dari Wa`il Abu Bakr dari Abayah bin Rifa'ah bin Rafi' bin Khadij dari kakeknya Rafi' bin Khadij dia berkata, "Dikatakan, "Wahai Rasulullah, mata pencaharian apakah yang paling baik?" beliau bersabda: "Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur." (HR. Ahmad) (Hilmi, 2021)

Selain itu bank konvensional lebih cenderung merugikan pelaku usaha (mudharib) karena semua risiko ditanggung oleh pelaku usaha. Berbeda dengan bank konvensional, bank syariah menerapkan sistem bagi hasil (loss and profit sharing) dimana jika terjadi kerugian ditanggung oleh pemilik modal dan pelaku usaha dengan catatan kerugian tersebut bukan kesalahan yang disebabkan oleh pelaku usaha melainkan faktor alam dan sebagainya sehingga bank syariah dinilai lebih adil dan tidak membebani masyarakat (nasabah) (Nurohman et al., 2022)

Peranan bank syariah sebagai lembaga keuangan perantara (intermediary finance) memiliki potensial untuk menunjang pertumbuhan ekonomi diantaranya: Pertama, mayoritas penduduk Indonesia adalah umat Islam yaitu 80-90% dengan potensi ekonomi Islam yang sangat besar. Pada era global saat ini aktivitas ekonomi tidak dapat berjalan dengan baik tanpa menggunakan bantuan jasa-jasa perbankan. Sebagai lembaga keuangan perantara, bank dapat menyediakan jasa-jasa bagi pihak-pihak yang kelebihan dana, setelah dana-dana masyarakat terkumpul dapat dialokasikan kepada pihak-pihak yang memerlukan dana untuk kegiatan produktif (Hassan, 2022)

Kedua, prinsip dasar operasional bank syariah adalah keadilan, keterbukaan dan kebersamaan, memungkinkan terjalinnya sinergi yang sangat solid (Wartoyo, 2021). Dalam bank syariah akad yang dilakukan memiliki konsekuensi duniawi dan ukhrawi, karena akad yang dilakukan berdasarkan hukum Islam. Seringkali nasabah berani melanggar kesepakatan/ perjanjian yang telah dilakukan bila hukum itu hanya berdasarkan hukum positif, tapi tidak demikian bila hukum itu dijalankan dengan perjanjian yang melibatkan masalah agama. Jika terjadi perselisihan antara nasabah dan bank, bank syariah dapat menunjuk kepada Badan Arbitrase Muamalat Indonesia (BAMUI) di mana penyelesaian dilakukan berdasarkan hukum Islam (Makarim, 2019)

Ketiga, penggunaan jasa-jasa bank syariah pada dasarnya adalah penerapan (tatbiq) fiqh muamalah maliyah yang menjelaskan bagaimana sesama manusia berhubungan dalam bidang harta, ekonomi, bisnis dan keuangan (Ma'ruf Amin, 2018) .Keempat, penggunaan jasa-jasa bank syariah mengandung makna

mengembalikan masyarakat pada fitrah alam dan fitrah usaha yang sebelumnya telah mengikuti prinsip syariah, terutama dalam pertanian, perdagangan, investasi, dan perkebunan. Budaya demikian telah dirusak dengan adanya liberalisasi dunia perbankan sehingga masyarakat tercemari oleh budaya bunga yang sebenarnya bertentangan dengan fitrah alam dan fitrah usaha. Fitrah alam dan fitrah usaha pada dasarnya adalah belum tentu dan harus diusahakan, kadang-kadang berhasil, kadang-kadang gagal. Sedangkan bunga mengharuskan segalanya pasti berhasil (Billah, 2018).

Kelima, bagi para pengusaha penggunaan jasa-jasa bank syariah akan lebih menarik dan lebih menguntungkan karena sistem bank syariah berbagi hasil dan berbagi risiko. Penggunaan jasa-jasa bank syariah sekaligus syiar muamalah Islam lebih berkembang dan diminati seluruh kalangan (Billah, 2018). Keenam, penggunaan jasa-jasa bank syariah dapat membantu menyelamatkan perekonomian bangsa. Krisis ekonomi dipenghujung dekade 1990-an menjadikan perekonomian bangsa nyaris hancur. Hal ini diperparah dengan terjadinya lonjakan tingkat suku bunga bank yang bukan saja mencekik para peminjam, tetapi bank sendiri. Usaha-usaha dalam berbagai skala praktis lumpuh karena usaha tanpa kucuran modal kerja ibarat tubuh manusia tanpa darah. Bank-bank mengalami negative spread. Negative spread adalah keuntungan minus akibat bunga yang dibayar lebih tinggi daripada bunga yang diterima (Rahim et al., 2021). Akibatnya keuntungan bank jadi terkikis, setelah keuntungan habis, giliran modal yang dipergunakan untuk menutupinya. Ketika modal juga sudah habis, bank-bank meminta bank sentral untuk menutupi kebutuhan likuiditasnya dengan apa yang disebut Bantuan Likuiditas Bank

Indonesia (BLBI). Namun perekonomian semakin hancur karena BLBI tidak lain adalah uang rakyat. Pada akhirnya rakyat pulalah yang harus menanggung dampak dari penguncuran dana raksasa tersebut. Berbeda dengan bank ribawi, bank syariah tidak mengalami negative spread. Keuntungan yang dibagikan kepada penyimpan tergantung pada keuntungan usaha nasabah yang menggunakan dana tersebut. Jika usaha yang dikelola para mitra mendapat keuntungan maka para penyimpan mendapat keuntungan pula. Jika para mitra pengelola mengalami kegagalan usaha, para penyimpan tidak bisa menuntut untuk dibagikan keuntungan.

Ketujuh, sejarah Islam di Indonesia telah membuktikan bahwa ulama bukan semata sebagai sosok berilmu melainkan juga sebagai penggerak dan motivator masyarakat, seperti mengembangkan sistem perbankan syariah. Kualitas keilmuan para ulama mendorong mereka untuk aktif membimbing masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari-hari, sistem ekonomi Islam termasuk sistem bank syariah adalah buah kerja keras para ulama (Rafsanjani, 2021). Hal tersebut menunjukkan bahwa sistem perbankan syariah dinilai lebih efisien dibandingkan dengan konvensional. Dibuktikan dengan berkembangnya jaringan kantor perbankan syariah dan juga total aset yang dimiliki oleh bank syariah.

Sebelum munculnya bank-bank konvensional yang berbasis syariah, sebagian besar mahasiswa lebih tertarik menggunakan produk di bank konvensional meskipun sebelumnya sudah ada bank syariah yang murni seperti Bank Muamalat, namun mahasiswa kurang familiar dengan adanya kehadiran bank syariah tersebut. Padahal sejauh ini, perbankan syariah terus tumbuh dengan laju pertumbuhan bervariasi sesuai dengan kondisi ekonomi dan berbagai faktor yang mempengaruhi

perkembangannya. Dengan berkembangnya industri perbankan syariah secara lebih cepat dan menjadi lebih besar, setidaknya memberikan kontribusi positif dalam mendukung inklusi keuangan khususnya bagi masyarakat yang menginginkan layanan keuangan yang memenuhi prinsip syariah sesuai dengan kebutuhannya.

Indonesia dengan penduduk Muslim terbesar seharusnya mampu mewujudkan keuangan syariah yang lebih baik lagi. Untuk mewujudkan hal tersebut perlu adanya kerjasama dengan masyarakat khususnya mahasiswa. Karena mahasiswa merupakan salah satu pangsa pasar yang layak menjadi pertimbangan jumlah nasabah mereka salah satunya pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas.

Masih ada mahasiswa yang tidak menjadi nasabah. Hal ini dikarenakan kurangnya minat mahasiswa untuk menjadi nasabah Bank Syariah. Minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut (Rafsanjani, 2021). Kurangnya minat ini juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor lokasi, faktor fasilitas pelayanan, faktor promosi dan juga faktor religiusitas.

Agar pemasaran sesuai dengan sasaran maka dibutuhkan perhatian seputar perilaku konsumen dengan baik seperti promosi yang tepat. Promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut.

Promosi yang baik akan menentukan seseorang tersebut akan membeli atau menggunakan produk tersebut atau tidak. Produk yang sudah direncanakan dengan

baik sayang apabila tidak dikenal oleh masyarakat luas. Upaya untuk memperkenalkan produk itu kepada konsumen merupakan awal dari kegiatan promosi. Promosi merupakan cara untuk memberitahukan kepada masyarakat. Secara definisi promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Garaika & Feriyan, 2018). Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah .

Dari paparan diatas, dapat dipahami bahwa promosi merupakan suatu anggapan yang muncul atas suatu informasi yang diterima. Promosi menjadi salah satu faktor penentu dalam memahami informasi atau pengetahuan yang mempengaruhi seseorang dalam menentukan minat. Promosi menjadi pemicu dalam memahami informasi atau pengetahuan yang di dapatkan yang menyebabkan seseorang memiliki minat.

Penelitian yang dilakukan oleh Taslim, (2018) mengemukakan Variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah masyarakat untuk menabung di bank syariah, hal itu juga didukung oleh penelitian Imanuddin, (2019) dihasilkan juga Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Tetapi menurut penelitian Citra, (2023) promosi tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan produk bank syariah.

Selain itu faktor lain yang mempengaruhi minat yaitu lokasi. Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi, jadi lokasi adalah

tempat dimana suatu jenis usaha akan dilaksanakan. Lokasi dapat mempengaruhi minat dikarenakan oleh kedekatan antara rumah atau tempat kos mahasiswa dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau mahasiswa maka akan memudahkan mahasiswa untuk melakukan transaksi dan tentunya akan meningkatkan minat menggunakan produk yang ada pada bank syariah.

Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (Maisharah Amanda & Shabri Abd Majid, 2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (N. D. Citra, 2023) menyatakan bahwa Variabel Lokasi signifikan mempengaruhi minat mahasiswa dalam memilih produk BSI tabungan easy wadiah. Penelitian yang lain tentang Variabel lokasi oleh (Mardiah, 2020) tidak signifikan mempengaruhi Minat Mahasiswa menggunakan produk bank syariah.

Pelayanan bank adalah kegiatan operasional bank dalam melayani kebutuhan pada nasabah dan masyarakat, dimana dalam kegiatan tersebut dapat atau mungkin diperlukan adanya benda berwujud. Pelayanan merupakan salah satu kegiatan yang terjadi dalam interaksi secara langsung, baik seseorang dengan orang lain maupun dengan mesin dan menyediakan kepuasan pelanggan (Astuti Hikmah Dwi, 2020)

Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Pelayanan merupakan salah satu kunci utama dari upaya pemuasaan pelanggan, jadi harus dioptimalkan dengan baik karena pelayanan merupakan cerminan dari kualitas

individu maupun organisasi. Karena pada prinsipnya, kualitas pelayanan berfokus terhadap upaya dalam pemenuhan kebutuhan serta keinginan pelanggan disertai dengan ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan.

Menurut Penelitian Gunawan et al., (2020) didukungnya Variabel Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hal itu sejalan dengan penelitian yang dilakukan Asmar, (2019) Variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di bank syariah.

Glock dan Stark mengatakan bahwa religiusitas adalah keseluruhan dari fungsi jiwa individu mencakup keyakinan, perasaan, dan perilaku yang diarahkan secara sadar dan sungguh-sungguh pada ajaran agamanya dengan mengerjakan lima dimensi keagamaan yang didalamnya mencakup tata cara ibadah wajib maupun sunat serta pengalaman dan pengetahuan agama dalam diri individu.

Fetzer (1999) juga mendefinisikan religiusitas adalah sesuatu yang lebih menitikberatkan pada masalah perilaku, sosial, dan merupakan sebuah doktrin dari setiap agama atau golongan. Doktrin yang dimiliki oleh setiap agama wajib diikuti oleh setiap pengikutnya

Faktor Religiusitas ini disimpulkan oleh penelitian Triuspitorini et al., (2019) dengan hasil Religiusitas secara signifikan berpengaruh terhadap minat mahasiswa POLBAN untuk menabung di bank syariah. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu Fuadah, (2018) variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

Karena setiap mahasiswa pastinya memiliki pemikiran yang berbeda

dengan keyakinan yang sama, ada kalanya jika seorang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi akan paham dengan apa yang dimaksud dengan larangan dan apa yang diperbolehkan sehingga akan berdampak pada perilaku sehari-hari juga dalam hal produk apa yang digunakan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Asmar, (2019) Dapat disimpulkan pengaruh pelayanan, promosi, lokasi dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakaam, hal ini juga di dukung dengan penelitian Gunawan et al., (2020) Variabel Promosi, pelayanan, produk, dan suku bunga secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Sedangkan menurut Citra, (2023), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variable promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam memilih produk BSI tabungan easy wadiah. dan juga penelitian Mardiah, (2020) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variable lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan produk bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa telah terjadi ketidak konsistenan variable yang telah diteliti oleh peneliti sebelumnya. Hal ini lah yang menjadi alasan peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana faktor lokasi, fasilitas pelayanan, promosi, dan religiusitas dapat mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan produk dan pelayanan bank syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Dharma Andalas.

Penelitian ini akan dilakukan di Universitas Dharma Andalas. Universitas Dharma Andalas Padang adalah salah satu perguruan tinggi swasta di kota Padang. Dikarenkana dengan Visi FEB “ingin menjadikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

yang unggul dengan kompetensi pendukung dalam bidang ekonomi syariah di tahun 2025” sehingga FEB UNIDHA menawarkan mata kuliah yang menunjang visi berkaitan dengan ekonomi syariah, seperti Bank Lembaga Keuangan Syariah (BLKS), Manajemen Operasional Bank Syariah (MOBS), Akuntansi Syariah, serta Akuntansi Perbankan Syariah (APS). Tentunya ini juga menjadi pendukung untuk penelitian ini mengetahui factor yang mempengaruhi minat mahasiswa FEB Dharma Andalas. Pada dasarnya, perilaku mahasiswa terhadap perbankan syariah sama saja dengan perilaku nasabah lainnya. Namun demikian perlu dilihat secara ilmiah melalui penelitian ini seberapa kuat pengaruh lokasi, fasilitas pelayanan, promosi, dan religiusitas terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan produk dan layanan keuangan syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN PRODUK DAN PELAYANAN BANK SYARIAH” (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis menulis beberapa masalah untuk diangkat dan dikaji guna memberi penjelasan yang bermanfaat bagi pembaca antara lain:

1. Apakah faktor lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas

dalam menggunakan produk pada Bank Syariah

2. Apakah faktor fasilitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas dalam menggunakan produk pada Bank Syariah
3. Apakah faktor promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas dalam menggunakan produk pada Bank Syariah
4. Apakah faktor religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma dalam menggunakan produk pada Bank Syariah
5. Apakah faktor lokasi, fasilitas pelayanan, promosi dan religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas menggunakan produk pada Bank Syariah

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan adanya rumusan masalah diatas, tentunya ada tujuan-tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah faktor lokasi berpengaruh terhadap minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas dalam menggunakan produk Bank Syariah
2. Untuk mengetahui apakah faktor fasilitas pelayanan berpengaruh terhadap minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas dalam menggunakan produk Bank Syariah

3. Untuk mengetahui apakah faktor promosi berpengaruh terhadap minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas dalam menggunakan produk Bank Syariah
4. Untuk mengetahui apakah faktor religiusitas berpengaruh terhadap minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas dalam menggunakan produk Bank Syariah
5. Untuk mengetahui apakah faktor lokasi, fasilitas pelayanan, promosi dan religiusitas berpengaruh terhadap minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas dalam menggunakan produk Bank Syariah

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan secara umum dan informasi khususnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan produk pada bank syariah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Bank Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak lembaga keuangan syariah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan produk pada bank syariah, sehingga Bank Syariah dapat menentukan

langkah-langkah yang tepat untuk perkembangan ke depannya.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya untuk dilakukan penelitian lanjutan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini dinilai penting agar tidak terjadi perluasan dalam pembahasan. Pembatasan secara spesifik juga membuat pembahasan dalam penelitian ini lebih fokus dan terarah. Adapun batasan masalah penelitian ini obyek yang diteliti adalah mahasiswa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma yaitu faktor Lokasi, faktor Fasilitas Pelayanan, faktor Promosi, dan faktor Religiusitas.