SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2018 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN METRO)

Oleh :

EMILYA SEFTI ANGGI
NPM: 1804102012

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
1443 H / 2022 M

ANALISIS STRATEGI *WORD OF MOUTH*
TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2018 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN METRO)

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

Oleh :

EMILYA SEFTI ANGGI
NPM. 1804102012

Pembimbing : Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1443 H / 2022 M

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama	:	EMILYA SEFTI ANGGI
NPM	:	1804102012
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	:	S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi	:	ANALISIS STRATEGI *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK YARIAH (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Iain Metro)

Sudah kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 6 April 2022
Dosen Pembimbing

Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy
NIP. 199106172019032015

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi	:	ANALISIS STRATEGI *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2018 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN METRO)
Nama	:	Emilya Sefti Anggi
NPM	:	1804102012
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	:	S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 6 April 2022
Dosen Pembimbing

Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy
NIP. 199106172019032015

KEMENTRIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JalanKi.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website.www.metrouniv.ac.id E-mail:iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-1362/In.28.3/D/PP.00.9/04/2022

Skripsi dengan Judul: ANALISIS STRATEGI *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro), disusun oleh: Emilya Sefti Anggi, NPM: 1804102012, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin/18 April 2022.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator	: Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy	(.....)
Penguji I	: Liberty, S.E., M.A	(.....)
Penguji II	: Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy	(.....)
Sekretaris	: Nur Syamsiyah, M.E	(.....)

PANITIA MUNAQOSAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI IAIN METRO

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

KEMENTERIAN AGAMA FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM IAIN METRO LAMPUNG REPUBLIK INDONESIA

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 196208121998031001

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK SYARIH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2018 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN METRO)

Oleh :

EMILYA SEFTI ANGGI
NPM. 1804102012

Penelitian ini dilatarbelakangi karena sering terjadinya strategi pemasaran dari mulut kemulut atau disebut *word of mouth* yang dapat dilakukan oleh nasabah pengguna bank syariah yang menyampaikan informasi positif kepada mahasiswa namun kenyataannya meskipun strategi *word of mouth* ini sudah sering terjadi dan mahasiswa sudah paham terkait sistemnya mereka belum tentu menggunakan jasa bank syariah dengan demikian permasalahan yang harus dibahas dalam penelitian ini yaitu bagaimana efektivitas strategi *word of mouth* terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah ?

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) sedangkan sifat penelitiannya bersifat deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Sumber penelitian berjumlah 4 orang mahasiswa yang berhasil menggunakan rekening bank syariah melalui strategi *word of mouth*. Data yang terkumpul kemudian digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berpokir induktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih rendahkan pengaruh strategi *word of mouth* dikalangan mahasiswa terhadap minat menabung di bank syariah karena kurangnya sosialisasi pihak bank syariah yang menyakinkan mahasiswa secara langsung. Hal ini juga membuktikan bahwa semakin tinggi *strategi word of mouth* dilakukan namun sosialisasi oleh pihak bank syariah kepada mahasiswa masih rendah maka tetap tidak dapat berhasil menarik hati calon nasabah untuk minat menabung di bank syariah. Hal tersebut dibuktikan dari rendahnya minat menabung mahasiswa jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2018 di bank syariah.

Kata Kunci : Strategi *Word Of Mouth*, Minat Menabung, Perbankan Syariah.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	:	Emilya Sefti Anggi
NPM	:	1804102012
Jurusan	:	S1 Perbankan Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 6 April 2022
Yang Menyatakan,

Emilya Sefti Anggi
NPM. 1804102012

MOTTO

وَقُلِ اعْمَلُوْا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُوْلُهٗ وَالْمُؤْمِنُوْنَۗ وَسَتُرَدُّوْنَ اِلٰى عٰلِمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُوْنَۚ – ١٠٥

Artinya: *"Dan katakanlah, bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang – orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."*
(QS : At Taubah Ayat 105)[1]

[1] Departemen Agama RI, *Al – Qur'an Terjemah* (Bandung : Syaamil Qur'an, 2012), 203.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT, Saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua saya Alm. Bapak Elmansyah yang telah tenang dan bangga di surga melihat anak bungsunya yang sedikit lagi selesai menempuh pendidikan S1 dan segera menyandang gelar S,E. Terkhusus Ibu Mina yang tak pernah berhenti mendo'akan dan mendukung saya serta mencurahkan kasih sayang yang tiada batas. Semoga Allah SWT selalu mencurahkan kasih sayang kepada kedua orangtua saya aamiin.
2. Kakak saya Elki Yusiki, Erma Yeshewi dan Eva Charyto yang selalu memberikan dukungan serta membantu saya dalam menyelesaikan studi ini.
3. Tak lupa beribu ucapan terima kasih saya ucapkan kepada kakak sepupu saya, Kak Hendri Kustian yang memberi dukungan baik dari segi moral dan materil serta semangat sampai saya wisuda. Semoga saya mengikuti jejak karir beliau dan semoga keluarga beliau selalu dalam lindungan Allah SWT.
4. Sahabat-sahabat saya Dea Putri, Indah Apria, Aprilia Rahayu, Friska Ayu, Alifatul, Annur dan Rofiatul yang tak pernah letih memberi motivasi.
5. Teman-teman seperjuangan Jurusan Perbankan Syariah Kelas F dan seluruh Angkatan 2018 serta Keluarga Besar Organisasi yang melengkapi kekurangan yang saya miliki.
6. Almamater tercinta IAIN Metro Lampung.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan atas kehadirat Allah SWT,. yang senantiasa melimpahkan Rahmad dan Hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa Sholawat beserta salam selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi agung Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar S.E.

Dengan upaya penyelesaian skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M. Ag,. PIA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M. Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, SE,M.M selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Ibu Liberty, SE,MA selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti.

5. Ibu Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu selaku dosen, karyawan/karyawati IAIN Metro yang telah memberikan pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
7. Orangtua, keluarga, teman seperjuangan serta semua pihak yang telah banyak membantu dalam melaksanakan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, karena keterbatasan yang peneliti miliki. Untuk itu kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan bagi peneliti dan akan diterima untuk menghasilkan penelitian yang jauh lebih baik, Terima kasih

Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Metro, 6 April 2022
Peneliti

Emilya Sefti Anggi
NPM. 1804102012

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
HALAMAN ABSTRAK ..... **iii**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iv**
HALAMAN NOTA DINAS ..... **v**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **vi**
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN ..... **vii**
HALAMAN MOTTO ..... **viii**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah..... 1
B. Pertanyaan penelitian 5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 6
D. Penelitian Relevan..... 6

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi 10
B. Word Of Mouth..... 10
1. Definisi *Word Of Mouth*..... 10
2. Sifat dan Kualitas *Word Of Mouth*..... 12
3. Indikator-Indikator *Word Of Mouth* 14
C. Minat Menabung 15
1. Pengertian Minat Menabung..... 15
2. Fungsi Minat Menabung 16

3. Macam-Macam Minat Menabung 16
4. Faktor Efektivitas Yang Mempengaruhi Strategi Word Of Mouth Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah 17

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian 22
1. Jenis Penelitian 22
2. Sifat Penelitian 22
B. Sumber Data 23
1. Data Primer 23
2. Data Sekunder 25
C. Teknik Pengumpulan Data 25
1. Wawancara 25
2. Dokumentasi 27
D. Teknik Analisis Data 27

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 29
1. Sejarah Perbankan Syariah FEBI IAIN Metro 29
2. Visi dan Misi FEBI IAIN Metro 33
3. Struktur Organisasi FEBI IAIN Metro 35
B. Efektivitas Strategi *Word Of Mouth* Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah 37
C. Analisis Efektivitas Strategi *Word Of Mouth* Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah 45

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 50

B. Saran..... 50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1 Penelitian Relevan 7
2. Tabel 2 Data Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2018 36
3. Table 3 Faktor Efektivitas yang mempengaruhi Strategi *Word Of Mouth* Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah 38
4. Hasil penelitian sebelum dan sesudah adanya strategi *Word Of Mouth* 47

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Bimbingan
2. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
3. Surat Izin Research
4. Surat Tugas Research
5. Surat Keterangan Bebas Pustaka
6. Keterangan Interview/APD
7. Foto Dukumentasi
8. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu sub-sistem tatanan perekonomian di suatu negara yang berperan dan melakukan aktivitas dalam berbagai jasa keuangan ialah sistem keuangan, di mana peranan ini dijalankan oleh lembaga keuangan.[1] Semakin berkembangnya perekonomian di dunia maka terdapat berbagai sistem yang harus dikelolah dalam lembaga keuangan agar mempertahankan perekonomian negara tersebut. Sistem perekonomian dunia termasuk Indonesia saat ini menganut *dual economic system*, yaitu sistem keuangan berbasis konvensional dan sistem keuangan berbasis syariah.

Perkembangan lembaga keuangan syariah saat ini semakin maju dan persaingan juga semakin ketat, bahkan sudah resmi didirikan Bank Syariah Indonesia (BSI). Melihat penduduknya yang mayoritas adalah Islam seharusnya menjadi peluang dan batu loncatan bagi Bank Syariah agar memiliki banyak nasabah atau bahkan dapat mengalahkan Bank Konvensional. Perlu diketahui bahwa perbankan syariah sudah memiliki konsepan yang jelas mulai dari kegiatan, proses sampai dengan teknik

[1] Yusuf, burhanudin, 2016, *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA Di Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta:PT. Raja Grafindo, 1.

pelaksanaan nya. Undang-undang khusus yang mengatur tentang perbankan syariah yakni terdapat dalam UU No. 21 Tahun 2008.[2]

Setiap lembaga keuangan harus memiliki strategi khusus yang harus diprioritaskan dalam menarik hati calon nasabah salah satunya dengan cara bagaimana bank syariah mempengaruhi nasabah melalui strategi pemasaran. Dalam hal ini, strategi pemasaran menghubungkan organisasi dengan lingkungan serta memandang pemasaran sebagai suatu fungsi yang memiliki tanggungjawab melebihi fungsi lain dalam keseluruhan aktivitas bisnis.[3]

Strategi pemasaran memiliki banyak prinsip dasar yang dapat mempengaruhi nasabah untuk menabung di bank syariah salah satunya adalah dikenal dengan *Personal Conversation is The Most Effective* yang artinya percakapan pribadi adalah yang paling efektif. Percakapan yang dimaksud adalah obrolan langsung dari mulut ke mulut atau dikenal dengan *word of mouth* dimana kita dapat berinteraksi dan dapat melakukan pendekatan secara lebih dalam pada konsumen.

Strategi *word of mouth* memang sangat menguntungkan bagi bank syariah, proses ini diawali dengan cara memberikan sistem layanan yang baik kepada nasabah dan kemudian nasabah yang merasa puas atas jasa yang sudah diberikan akan memberikan informasi kepada calon nasabah lainnya. Secara tidak langsung nasabah yang sudah merasa puas atas jasa yang sudah diberikan mempromosikan bank syariah kepada orang lain. Kemudian, pelayanan yang baik kepada konsumen memang faktor utama dalam

[2] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

[3] Priansa, Juni Donni, 2017, *PERILAKU KONSUMEN*, Bandung: ALFABETA, 21.

mempertahankan nasabah dapat dipastikan semakin baik maka loyalitas nasabah juga semakin meningkat dan peningkatan tersebut akan berdampak positif dalam pemasaran produk kepada konsumen lainnya.

Melihat kondisi tersebut, komunikasi dan interaksi dalam bank syariah cukup luas bukan hanya menghubungkan antara produsen dengan konsumen dalam satu lingkupan saja akan tetapi juga menghubungkan antara konsumen dengan lingkungan sosial lainnya, yakni hubungan melalui komunikasi pemasaran dari suatu perusahaan. Komunikasi yang sering digunakan adalah pemasaran dari mulut ke mulut *atau word of mouth*, Secara rasional kita tahu bahwa melalui strategi *word of mouth* dapat dilakukan semua orang dan strategi ini tanpa mengeluarkan biaya sedikitpun bagaimana tidak biasanya strategi pemasaran lainnya membutuhkan banyak biaya dan tenaga misalnya membuat pamflet atau iklan..

Peneliti juga melakukan wawancara lebih lanjut kepada Mahasiswa jurusan S1 Perbankan Syariah angkatan 2018 dengan jumlah 242 mahasiswa terdiri dari 176 mahasiswa perempuan dan 66 mahasiswa laki-laki. Peneliti mendapat respon sebanyak 60 mahasiswa yang sudah menggunakan jasa bank syariah namun untuk minat menabung hanya terdiri dari 45 mahasiswa dan 15 mahasiswa tidak menggunakan bank syariah sedangkan 182 mahasiswa lainnya tidak merespon.[4] Pada wawancara sederhana ini, peneliti bertanya atas dasar apa mereka memakai bank syariah. Peneliti juga menemukan beberapa jawaban dari pengguna rekening bank syariah yang menyatakan

[4] Wawancara Kepada Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro, Metro Lampung Timur, 5-16 Juli 2021.

bahwa, mereka awalnya membuka rekening bank syariah karena untuk salah satu persyaratan Beasiswa, ada juga yang terpengaruh oleh teman dan salah satu dosen pengampu saat menjelaskan materi dan menyinggung bahwa rekening bank syariah memiliki banyak keuntungan misalnya jika menabung di bank syariah dengan nominal paling kecil 1 juta maka akan mendapatkan sistem bagi hasil yang konteks nya sudah sangat berbeda dengan sistem riba seperti bank konvensional. Selain itu jawaban lain yang peneliti temukan adalah keputusan mereka dalam beralih pemakaian dari bank konvensional ke bank syariah karena ada teman yang terdahulu menggunakan bank syariah dan merasakan banyak dampak positif menabung di bank syariah diantaranya nyaman karena pelayanannya yang sangat baik, mulai dari sana adanya kesadaran diri untuk ikut mencoba membuka rekening di Bank Syariah.

Dari permasalahan diatas, peneliti mengetahui bahwa banyak faktor penyebab seseorang untuk memilih menabung di bank syariah. Sehingga, untuk membantu perkembangan dunia perbankan syariah dapat diawali dengan menganalisis terkait keputusan mereka dalam memilih bank. Peneliti hanya memfokuskan untuk menganalisis seberapa efektif strategi *word of mouth* dalam menarik hati calon nasabah. Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul skripsi "**Analisis Strategi *Word Of Mouth* Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro).**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti memfokuskan permasalahan yang harus dibahas, yaitu : "Bagaimana Efektivitas Strategi *Word Of Mouth* Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro)?"

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dibahas yaitu untuk Menganalisis Efektivitas Strategi *Word Of Mouth* Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro).

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yaitu untuk mengemukan pernyataan bahwa penelitian yang dilakukan memiliki nilai guna, baik kegunaan secara teoritis maupun kegunaan secara praktis**.** [5] Berikut penjelasannya :

a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan tentang strategi word of mouth terhadap minat menabung mahasiswa pada perbankan syariah.
b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para praktisi perbankan terkhusus dalam sistem perbankan syariah.

[5] Zuhairi, at.al, Pedoman Penelitian karya Ilmiah, (Jakarta: Rajawali pers, 2016), 38.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Ada beberapa hasil dari penelitian relevan yang berisikan topic atau pembahasan yang tidak jauh berbeda namun peneliti juga akan mengemukan dan menunjukan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas ada perbedaannya dengan penelitiaan ini, diantaranya :

No	Nama dan Judul Penelitian	Isi Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Windi dengan Judul Skripsi "Strategi Word Of Mouth Marketing Dalam Membangun Brand Awareness (Analisis Pada C0-working Space TierSpace Jakarta)"	penelitian ini mengkaji tentang apa saja strategi WOM dalam membangun brand awareness. [6]	Persamaan penelitian ini yakni memiliki kesamaan dalam hal teknik yaitu strategi WOM dalam meningkatkan suatu usaha sehingga hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan sublimasi kepada setiap calon nasabah.	Pada penelitian terdahulu mengkaji secara umum terkait tentang prosedur beserta dampaknya dimana penelitian terdahulu memiliki sasaran secara umum sedangkan penelitian ini fokus kepada para mahasiswa selain itu penelitian yang peneliti lakukan

[6] Windi, "Strategi Word Of Mouth Marketing Dalam Membangun Brand Awareness (Analisis pada Co-Working Space Tierspace Jakarta)", Skripsi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, 2019.

				berfokus pada analisis strategi.
2	Farhan Ahmad dengan Judul Skripsi "Pengaruh Iklan, Citra Perusahaan, Word Of Mouth dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BRI Syariah Kantor Cabang Semarang)	Berdasarkan hasil penelitian yang dikaji dapat disimpukan bahwa iklan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Syariah Kantor Cabang Semarang, hal ini bisa terjadi karena periklanan menggunakan media yang kurang tepat atau media yang dipilih belum bisa berjalan sesuai dengan keinginan nasabah sehingga minat ketertarikan nasabah untuk menabung tidak ada. [7]Namun untuk citra perusahaan, word of mouth dan lokasi secara signifikan berpengaruh.	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang diteliti adalah sama-sama membahas tentang faktor besar keputusan nasabah dalam memilih bank sebagai minat menabung.	Penelitian terdahulu lebih membahas terkait tentang peran perbankan syariah dalam memberikan layanan terhadap keputusan nasabah sedangkan penelitian peneliti terfokus pada keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah sebagai tempat menabung.
3	Rosydalina Putri dengan judul Skripsi "Pengaruh Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah, Lokasi Strategi dan Word Of	Penelitian ini menganalisis terkait tentang pengaruh pengetahuan beserta strategi WOM terhadap keputusan seseorang dalam menabung di Bank Syariah.	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meberikan penjelasan terkait keputusan nasabah dalam	Penelitian terdahulu membahas tentang pengetahuan selain itu metodenya secara kuantitatif selain itu

[7] Farhan Ahmad, "Pengaruh Iklan, Citra Perusahaan, Word Of Mouth dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Sebagai Variabel Intervening" Skripsi jurusan Perbankan Syariah IAIN Salatiga,2019.

	Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah)"[8]		menganalisa minat menabung diperbankan syariah sehingga diharapkan dapat memperluas jangkauan dalam peningkatan nasabah oleh perbankan syariah.	penelitan ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang perbankan syariah lokasi strategi, WOM sangat berpengaruh terhadap keputusan sedangkan penelitian yang peneliti lakukan hanya terfokus pada strategi WOM saja.

[8] Rosydalina Putri, "Pengaruh Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah, Lokasi Strategis dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah, Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2017.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut tercapai.[1] Strategi sangat dibutuhkan dalam sebuah organisasi dimana dengan adanya strategi maka diharapkan semua keinginan dapat sukses karena ketika sebuah organisasi melakukan eksekusi sudah terencana dengan baik dan matang sehingga puncak pencapaian tujuan semakin mudah digapai.

B. Word Of Mouth

1. Definisi *Word Of Mouth*

Word Of Mouth (WOM) atau komunikasi pemasaran dari mulut ke mulut merupakan penyebaran informasi dari satu orang ke orang lainnya secara berurutan[2]. Menurut Kotler dan keller *word of mouth* didefinisikan sebagai komunikasi orang ke orang melalui ucapan, tulisan, atau komunikasi elektronik yang terkait dengan manfaat atau pengalaman pembelian atau penggunaan produk atau jasa. Pada satu waktu, informasi dari satu nasabah bias menyebar secara cepat dengan lingkungannya

---

[1] Husein Umar, *Strategi Management in Action*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008) , 37.

[2] Jubilee Enterorise, Trik *Pemasaran Getok Tular Menggunakan Internert*, Jakart: PT.Elex Media Komputindo, 2012), 1.

secara luas. Perlu diketahui bahwa *Word Of Mouth* ini akan terjadi secara cepat dan juga alami, ketika seseorang sudah merasakan manfaatnya maka dengan cepat menyebarkan perasaan yang dirasakan pada orang lain sehingga strategi WOM ini dianggap sangat menguntungkan bagi suatu perusahaan. Nasabah akan menceritakan kebaikan suatu perusahaan yang kemudian masyarakat akan berpikir bahwa perusahaan tersebut memiliki citra perusahaan yang baik sehingga informasi tersebut dapat diterima apalagi jika yang menyampaikan informasi adalah orang-orang terdekat seperti orangtua, keluarga atau sahabat karib[3]. Dengan adanya strategi *word of mouth* ini dapat memperbanyak pelanggan dan tentunya semakin banyak pelanggan maka semakin besar juga laba yang diperoleh dalam suatu perusahaan.

Secara tidak langsung *word of mouth* atau komunikasi dari mulut ke mulut ini lebih dapat dipercaya oleh pendengar karena informasi biasanya didapatkan dari teman, tetangga atau keluarga yang dianggap tidak akan merasa ditipu.[4] Ketika calon konsumen sudah mengetahui produk yang telah diceritakan atau ditawarkan melalui promosi dari mulut ke mulut maka calon konsumen akan berpikir lebih jernih atas keputusan apa yang akan dipilih. Sebenarnya, ketika nasabah menceritakan sedikit tentang produk yang sudah dipakai maka secara spontan biasanya calon konsumen akan memberikan pertanyaan lebih dalam terkait produk tersebut disana

[3] *Ibid*, 3.

[4] Kurniawan Gogi, Peran Word Of Mouth, kepercayaan dan KualitasbProduk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik Pada Pengrajin Kampoeng Batik Jetis-Sidoarjo (Surabaya: Mitra Sumber Rejeki, 2017), 15.

sudah terlihat adanya ketertarikan calon konsumen untuk ikut menggunakan produk.

2. Sifat dan Kualitas *Word Of Mouth*

a. Sifat *Word Of Mouth*

1). Kejelasan

sifat kejelasan yang dimaksud adalah menunjukan kejelasan informasi yang disampaikan sehingga ketika nasabah menyampaikan informasi dari mulut ke mulut maka mudah ditangkap oleh calon konsumen dan tidak menimbulkan keraguan atas apa yang disampaikan.

2). Kecocokan

sifat ini berkaitan dengan keserasian antara informasi dengan kebutuhan calon konsumen. Isi informasi yang disampaikan harus terkoneksi dengan baik sehingga calon konsumen merasa bahwa ini memang kebutuhan yang diperlukan.

3). Dapat dibuktikan

Sifat ini menunjukan kejujuran nasabah dalam memberikan informasi kepada calon konsumen yang dibuktikan dengan nyata sehingga informasi tersebut dapat ditunjukkan kebenarannya bukan hanya sekedar ajakan tanpa dampak positif yang benar-benar terjadi. [5]

[5] Ali Hasan, 2010. Marketing Dari Mulut Ke Mulut. Yogyakarta : Media Presindo, 36.

4). Dapat diukur

Sifat ini berhubungan dengan sifat diatas, ketika dapat dibuktikan maka sudah pasti dapat diukur sejauh mana informasi yang disampaikan dapat diuji kebenarannya sehingga calon konsumen akan mendapatkan kebenaran antara informasi dan kenyataannya.

b. Kualitas *Word Of Mouth*

1). Akurat (*accurate*)

Saat berkomunikasi diharapkan informasi yang disampaikan secara akurat maksudnya disini adalah tidak ada informasi yang dibuat-buat karena setiap informasi yang disampaikan harus benar yang disertai dengan bukti yang lengkap serta siap untuk dipertanggungjawabkan.

2). Tepat Waktu *(timelines*)

Informasi yang disampaikan harus tepat waktu artinya saat menyampaikan informasi diusahakan semua informasi yang dianggap penting tersampaikan pada saat itu juga, ketika seseorang mulai memproduksikan sebuah produk maka calon konsumen tidak boleh terlambat dalam menerima informasi lainnya karena ketika tidak ada keterlengkapan informasi yang disampaikan akan menimbulkan terlambatnya mengambil sebuah keputusan[6].

[6] *Ibid*, 37.

3). Relevan (relevance)

Informasi yang disampaikan juga harus relevan, dimana mempunyai hubungan antara pengguna dan manfaatnya. [7]

3. Indikator-Indikator Word Of Mouth

Menurut Sernovitz terdapat lima indicator dasar dalam *Word Of Mouth* yang dikenal dengan 5T, Yaitu :

1) *Talkers* (pembicara) yaitu seorang subjek yang akan membicarakan suatu persoalan dimana seseorang ini biasanya orang paling bersemangat menceritakan pengalamannya.
2) *Topics* (topik) yaitu berkaitan dengan oermasalahan apa yang akan diangkat biasanya berkaitan dengan suatu pengalaman yang dikolaborasikan dengan baik, simple, mudah dipahami sehingga diharapkan pendengar tertarik untuk mengikuti jejak sih pembicara/talkers.
3) *Tools*/alat merupakan suatu permasalahan yang dibicarakan namun dibuktikan secara nyata bentuk hard nya atau bentuk fisik dari suatu obrolan.
4) *Talking Part* (Partisipasi) artinya ketika seorang pembicara menceritakan suatu topik maka lebi baik diiringi dengan faktor pendukung yang ikut serta/partisipasi untuk dapat menyakinkan seorang yang diajak bercerita. [8]

---

[7] *Ibid*, 37.

[8] Joesyiana Kiki, Pengaruh WOM Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee DI Pekan Baru, Riau, 2018.

5) *Tracking* (pengawasan) adalah suatu tindakan perusahan untuk mengawasi serta memantau respon konsumen.

C. Minat Menabung

1. Pengertian Minat Menabung

Minat adalah suatu perasaan yang ada dalam diri seseorang, biasanya minat muncul karena adanya kesadaran seseorang yang kemudian disertai dengan keinginan untuk mengetahui serta mempelajari lebih dalam terhadap sesuatu. Menurut sardiman AM, Minat adalah suatu kondisi yang terjadi apabila berhubungan dengan keinginan atau kebutuhan sendiri, dengan kata lain ada kecenderungan apa yang dilihat dan diminati seseorang adalah sesuatu yang berhubungan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang tersebut.[9] Sedangkan menabung menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah menyimpan uang (di celengan, pos, bank, dan sebagainya).[10]

Selain itu minat menabung seseorang muncul karena adanya dorongan dalam diri yang muncul karena senang terhadap sesuatu kemudian didorong oleh lingkungan sosialnya. Minat menabung dapat didefinisikan sebagai sikap atau perilaku yang muncul ketika seseorang ingin melakukan pembelian terhadap suatu barang. Minat menabung juga berawal dari adanya rasa suka terhadap suatu barang

---

[9] Darmadi, Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa, (Yogyakarta: Deepublish, 2017) , 307.

[10] Kamus Besar Bahasa Indonesia (Kamus KBBI), (Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional, 2008), 1583.

atau jasa dari suatu perusahaan yang didorong oleh kebutuhan dan muncul atas keinginan untuk melakukan aktivitas sehingga dapat membeli dan menggunakan barang atau jasa dari bank tersebut.

2. Fungsi Minat Menabung

Minat Menabung berfungsi sebagai pendorong keinginan seseorang untuk bergerak melakukan tabungan disuatu tempat dengan tujuan dan arah agar dapat memiliki sesuatu yang mereka inginkan. Hal ini diterangkan oleh sudirman yang menyatakan berbagai fungsi minat menabung, yaitu :

a. Mendorong manusia untuk berbuat, yaitu sebagai penggerak atau motor yang melepaskan energi.
b. Menentukan arah perbuatan, yakni yakni kearah tujuan yang hendak dicapai.
c. Menyeleksi perbuatan, yakni menentukan perbuatan-perbuatan apa yang serasi guna mencapai tujuan.[11]

3. Macam-Macam Minat Menabung

Minat menabung dapat digolongkan menjadi beberapa macam, berdasarkan timbulnya minat menabung dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu :

a. Minat individu ialah minat yang timbul karena kebutuhan manusia secara perseorangan, seperti kebutuhan makan, perasaan senang atau nyaman dan kebebasan beraktivitas,

[11] Sardiman, Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar (Jakarta: Rajawali Pers, 2001), 84.

b. Minat kultural yaitu minat sosial yang timbul karena suatu proses yang secara tidak langsung karena keinginan untuk memenuhi kebutuhannya baik melalui proses maupun lingkungan yang mempengaruhinya.[12]

4. Faktor Efektivitas Yang Mempengaruhi Strategi *Word Of Mouth* Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat secara garis besar berasal dari dalam individu (internal) dan berasal dari luar lingkungan (eksternal). Yang dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Faktor internal adalah sesuatu yang membuat berminat yang datangnya dari dalam diri seseorang. Faktor internal terdiri atas kepribadian, motivasi, sikap dan keyakinan, gaya hidup, dan agama yaitu sebagai berikut:

1) Kepribadian

Kepribadian adalah karakteristik psikologi seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan orang itu sendiri.[13]

2) Motivasi

Motivasi terjadi karena adanya kebutuhan, keinginan,

[12] Slameto, Belajar Faktor-faktor yang mempengaruhinya (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2003), 256.

[13] Philip Kotler dan Gary Anstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Jakarta : Erlangga, 2006) Jilid I, 159.

ataupun harapan yang tidak terpenuhi. Dalam motivasi ini sangat memungkinkan terjadi perbedaan antara konsumen yang satu dengan yang lain meskipun mereka memiliki kebutuhan yang sama.

3) Sikap

Sikap adalah suatu keadaan pada diri seseorang untuk berperilaku suka atau tidak suka dihadapkan pada satu situasi. Pengaruh sikap terhadap konsumen sangat jelas misal produk yang bermanfaat akan disukai pembeli.

4) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan.

5) Agama

Kelompok agama mempunyai pengaruh yang sangat penting bagi konsumsi suatu masyarakat, kelompok agama akan memperhatikan preferensi dan tabu yang spesifik. Pemasar hendaknya dapat memperhatikan secara seksama dan tabu yang spesifik atas barang yang dihasilkan karena akan mempengaruhi perilaku pembeli dari kelompok keagamaan yang dimaksud.

6) Kepercayaan

Kepercayaan adalah adalah suatu gagasan deksriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Kepercayaan ini mungkin bias berlandaskan pada pengetahuan, opini (pendapat), kepercayaan dan perasaan. Konsep kepercayaan ini membentuk citra terhadap merek dan produk dan orang akan berbuat sesuai kepercayaan.

7) Pengalaman

Pengalaman maksudnya adalah pengalaman pribadi seseorang tersebut atau pengalaman orang lain yang telah berhasil dalam melakukan sesuatu. Pengalaman ini merupakan pedoman atau guru agar tidak melakukan kesalahan dalam menjalankan sesuatu nantinya.[14]

8) Umur

Umur merupakan waktu yang mengulur keberadaan suatu benda atau makhluk, baik yang hidup maupun yang mati. Dapat dikatakan sebagai kemampuan seseorang untuk dapat mengadakan penyesuaian terhadap setiap situasi yang dihadapi.

b. Faktor eksternal adalah sesuatu yang membuat berminat yang datangnya dari luar diri, faktor eksternal terdiri tas keluarga,

[14] *Ibid*, 160.

budaya dan masyarakat.

1) Keluarga

Kementrian Kesehatan Republik Indonesia mendefinisikan keluarga sebagai unit terkecil dari masyarakat yang terdiri atas kepala keluarga dan beberapa orang yang terkumpul dan tinggal disuatu tempat dibawah satu atap dalam keadaan saling ketergantungan.

2) Budaya

E.B. Taylor mendefinisikan budaya merupakan suatu keseluruhan kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, keilmuan, hukum, adat istiadat, dan kemampuan yang lain serta kebiasaan yang didapat oleh manusia sebagai anggota masyarakat.

3) Masyarakat

Aguste Comte mengatakan bahwa masyarakat merupakan kelompok-kelompok makhluk hidup dengan realitas-realitas baru yang berkembang menurut hukum-hukumnya sendiri dan berkembang menurut pola perkembangan yang tersendiri masyarakat dapat membentuk kepribadian yang khas bagi manusia, sehingga tanpa adanya kelompok, manusia tidak akan mampu untuk dapat berbuat banyak dalam kehidupannya.

4) Pelayanan

Wasustiono berpendapat bahwa pelayanan public adalah pemberian jasa baik oleh pemerintah, pihak swasta atas nama pemerintah ataupun pihak swasta kepada masyarakat, dengan atau tanpa pembayaran uang untuk memenuhi kebutuhan atau kepentingan masyarakat.[15]

[15] *Ibid*, 203.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam hal ini adalah termasuk dalam jenis penelitian lapangan *(field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang turun tangan langsung guna memastikan suatu hal[1].

Peneliti mengadakan penelitian langsung kepada mahasiswa jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro. Mahasiswa jurusan S1 perbankan syariah ini dianggap peneliti sebagai subjek yang tepat sebab sudah mendapatkan ilmu terkait tentang dunia perbankan syariah terkhusus pada strategi pemasaran salah satunya cara untuk meningkatkan nasabah melalui strategi *word of mouth.*

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang berkaitan dengan kehidupan seseorang, cerita, perilaku, serta fungsi organisasi gerakan sosial ataaupun hubungan timbal balik.[2]

Data yang dihasilkan dari penelitian ini adalah data kualitatif. Dalam hal ini peneliti bermaksud akan memdeskripsikan fakta dan fenomena secara sistematis terkait tentang Analisis Strategi *Word Of*

---

[1] Hardani, *MetodePenelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Yogyakarta:Cv Pustaka Ilmu; 2020), 19.

[2] *Ibid*, 20.

Mouth dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro).

B. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dari mana data tersebut diperoleh. Sumber data terkait dengan hal ini merupakan informasi yang esensinya akan membuka segala sesuatu[3]. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data yaitu :

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber dimana sebuah data dihasilkan. Sumber data ini diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber aslinya yaitu instansi atau lembaga yang menjadi objek penelitian yang berupa kata-kata serta tindakan daari informan.

Pemilihan nasabah sebagai sumber data primer pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penelitian yang lebih mengutamakan tujuan penelitian daripada sifat populasi dalam menentukan sampel. Berdasarkan pengetahuan yang jeli terhadap populasi, maka unit-unit dianggap kunci yang diambil sebagai sampel penelitian. [4]

---

[3] Siyoto Sandu, *Dasar Metedologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 67.

[4] *Ibid*, 118.

Sumber data primer sangatlah dibutuhkan karena ini menjadi sumber informasi utama peneliti, adapun kriteria mahasiswa yang menjadi sampel sebagai berikut :

a) Mahasiswa merupakan nasabah perbankan, baik Bank Syariah maupun Bank Konvensional
b) Mahasiswa bersedia menjadi informan
c) Mahasiswa sudah menjadi nasabah selama 1 tahun
d) Mahasiswa sudah memiliki tabungan di perbankan, baik Bank Syariah maupun Bank Konvensional

Sumber data primer pada penelitian ini berasal dari Kaprodi S1 Perbankan Syariah yaitu Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, SE, M.M serta Ibu Rofi'ah S. Ag selaku Subkoord Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni FEBI IAIN Metro. Selain itu peneliti juga melakukan penelitian kepada mahasiswa jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro dengan jumlah 242 Mahasiswa dan mendapatkan respon sebanyak 60 orang yang terfokus kepada 8 Mahasiswa yang terdiri dari 4 mahasiswa yang sudah menggunakan jasa perbankan syariah yaitu Amirul Mukminin, Amrizal Widinata, Gallih Dinny Pratiwi dan Salsa Diva kemudian wawancara kepada 4 Mahasiswa yang menggunakan jasa bank konvensional yakni kepada Alifatul Hafidoh, Sandi Kurniawan, Sofwan Hadi dan Wahyu Hidayat.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya yaitu sebuah instansi atau lembaga yang menjadi objek penelitian tersebut berupa kata-kata atau tindakan dari informan.[5]

Sumber data sekunder pada penelitian ini yang sangat menjadi acuan peneliti adalah buku-buku karangan dari Ali Hasan, S.E.,M.M yang berjudul Marketing dari Mulut ke Mulut, Sofjan Assauri, S.E, M. B. A yang berjudul Manajemen Pemasaran, dan buku dari Dr. H. Burhanuddin Yusuf, M.M., M.A yang berjudul Manajemen SDM Di Lembaga Keuangan Syariah.

C. Teknik Pengumpulan Data

Terkait dengan jenis penelitian yakni deskripsi kualitatif maka dari itu peneliti mengumpulkan semua data melalui teknik *field research* yang dikumpulkan oleh peneliti dengan menggunakan metode wawancara daan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan, tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang duduk berhadapan secara fisik dan diarahkan pada suatu permasalahan tertentu.[6] Dalam suatu penelitian biasanya menggunakan berbagai macam jenis wawancara.[7] Macam-macam

---

[5] M Burhan Bungin , *Metedologi Penelitian Kualitatif*; Komunikasi, Ekonomi dan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, (Jakarta: Kencana, 2004), 122.

[6] *Ibid*, 187.

wawancara yaitu wawancara terstruktur, wawancara semistruktul dan wawancara tidak terstruktur.

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, wawancara semistruktur. Penggunaan wawancara dimana subjek yang diteliti bisa memberikan jawaban yang bebas dan tidak dibatasi namun tidak keluar dari tema serta memperhatikan sikap, tutur kata, keramahan yang esensinya sangat berpengaruh pada responden.[8] Peneliti mengajukan pertanyaan kepada Kaprodi S1 Perbakan Syariah yaitu Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, SE, M.M serta Ibu Rofi'ah S. Ag selaku Subkoord Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni FEBI IAIN Metro untuk mendapatkan data-data yang valid terkait Perbankan Syariah. Selain itu peneliti juga melakukan penelitian kepada mahasiswa jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro dengan jumlah 242 Mahasiswa dan mendapatkan respon sebanyak 60 orang yang terfokus kepada 8 Mahasiswa yang terdiri dari 4 mahasiswa yang sudah menggunakan jasa perbankan syariah yaitu Amirul Mukminin, Amrizal Widinata, Gallih Dinny Pratiwi dan Salsa Diva. Kemudian wawancara kepada 4 Mahasiswa yang menggunakan jasa bank konvensional yakni kepada Alifatul Hafidoh, Sandi Kurniawan, Sofwan Hadi dan Wahyu Hidayat. Peneliti menanyakan seputar strategi *word of*

[8]*Ibid*, 189. .

mouth dan jasa perbankan baik bank syariah maupun bank konvensional terhadap minat menabung mahasiswa.[9]

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah peristiwa yang sudah terjadi yang diabadikan dalam bentuk catatan atau tulisan. Dokumentasi yang diperoleh dapat berbentuk tulisan, gambar atau karya lainnya. Dokumentasi pada penelitian ini dikumpulkan dengan cara mempelajari data yang sudah ada kemudian dikaji permasalahan yang terjadi melalui pencatatan saat diadakan tanya jawab yang dilakukan peneliti dengan Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro serta dokumentasi kepada Kaprodi dan Subkoord Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni.

D. Teknik Analisi Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif, dimana isi penelitian ini diuraikan secara sederhana sehingga pembaca dengan mudah memahami maksudnya. Analisis data merupakan suatu upaya yang dilakukan dengan bekerja berdasarkan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang kemudian dapat dikelolah.[10]

---

[9] Wawancara kepada Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro (Juli 2021)

[10] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2010),

Pada teknik analisis data ketika sudah melakukan wawancara dan juga dokumentasi sudah terkumpul maka selanjutnya akan menganalisis data tentang strategi *word of mouth* terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. Data yang sudah terkumpul diolah lagi secara indukatif artinya data yang diperoleh dianalisa serta dipahami apakah ada kaitannya terhadap minat menabung mahasiwa di bank syariah yang kemudian ditarik kesimpulan secara logis dan rasional.

Terkait dengan hal ini maka peneliti menggunakan cara berpikir secara empiris yang artinya berpikir secara induktif guna menganalisa strategi apa yang menjadi faktor utama mahasiswa memutuskan untuk menggunakan jasa perbankan syariah dan minat menabung secara lebih spesifik. Cara seperti ini diharapkan peneliti agar menemukan fakta terbaru secara valid terkait dengan Analisis Strategi Word Of Mouth Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Perbankan Syariah FEBI IAIN Metro

Institutut Agama Islam Negeri (IAIN) merupakan perguruan tinggi negeri yang mengemban amanah untuk menciptakan masyarakat akademik dibidang pendidikan formal dan menjadi agen perubahan sosial (agent of social change). Awal berdirinya IAIN Metro tidak terlepas dari sejarah berdirinya IAIN Raden Intan di Bandar Lampung kemudian hasil upaya para tokoh agama dan tokoh masyarakat yang bergabung dalam Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung (YKIL) yang diketuai oleh RD. Muhammad Sayyid pada tahun 1961. Hasil musyawarah tersebut diputuskan untuk mendirikan dua fakultas yaitu fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syariah yang kedudukannya di Tanjung Karang berada di bawah santunan Yayasan tersebut.[1]

Tercatat pada tanggal 13 Oktober 1964 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 86/1964 merubah status Fakultas Tarbiyah YKIL dari swasta menjadi negeri, tetapi tidak berdiri sendiri melainkan cabang fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang. Pada tahun 1967 atas permintaan masyarakat Metro kepada YKIL agar

[1] Renstra FEBI IAIN Metro 2020-2023, 6-10.

dibuka Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syariah di Metro atas persetujuan Dekan Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang.

Sebelum tahun 1965 didirikan Fakultas Ushuludin yang berkedudukan di Tanjung Karang dengan memperhatikan Keputusan Presiden RI Nomor 27 Tahun 1963 karena untuk ketentuan mendirikan sebuah Perguruan Tinggi yang berdiri sendiri (al-jami'ah) harus memiliki tiga fakultas sebagai persiapan berdirinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Lampung. Setelah didirikannnya Yayasan Perguruan Tinggi Islam Lampung (Yapeti) yang dipimpin oleh KH. Zakaria Nawawi yang berusaha merubah status fakultas dari swasta menjadi negeri.

Sebagai kelanjutannya maka pada tanggal 23-25 April 1997 diadakan rapat kerja para rektor dan dekan fakultas di luar induk. Hasil rapat ini ditetapkan perubahan dan pengesahan fakultas Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) berdasarkan SK Presiden No.11 Tahun 1997. Sejalan dengan perubahan status tersebut diajukan nama STAIN di Metro yaitu STAIN Jurai Siwo Metro yang memiliki arti tradisi dan budaya "Sembilan Marga penyibang". [2]

Sebagai tindak lanjut dari Kappres 1997 di atas, maka pada tanggal 30 Juni 1997 secara serentak diresmikan 33 STAIN dan ketuanya dijabat oleh Dekan masing-masing sebagai Pejabat Sementara Ketua Periode 1997-2006 penataan demi penataan

[2] *Ibid.* 11.

kelembagaan dalam STAIN Jurai Siwo Metro semakin hari semakin ditingkatkan. Sejalan dengan dinamika kehidupan kampus sejak 1997 juga dibuka jurusan baru yakni jurusan syariah saat itu hanya satu prodi yaitu Ahwalusy Syakhsiyyah. Pada tahun 1999, masa ini dikenal dengan istilah *passing out* karena sejak tahun 1997 STAIN Metro tidak lagi berada di bawah IAIN Raden Intan.

Kelembagaan dalam STAIN Jurai Siwo semakin hari semakin meningkat, pada tahun 1998 gagasan baru dimulai yaitu berdirilah sarjana Ekonomi Perbankan Islam/Syariah yang digagasi oleh Prof. Bahri Ghozali (pada saat itu beliau menjabat sebagai ketua STAIN Metro periode 1998-2002) dengan membuka Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah Islam (EBI). Gagasan ini kemudian menjadi embrio Islam di seluruh Perguruan Tinggi Agama di Indonesia walau saat itu sempat jadi polemik banyak kalangan, namun menjadi catatan sepanjang sejarah bahwa Ekonomi Islam dimulai dari STAIN Jurai Siwo Metro. Hingga tahun 2006 STAIN Jurai Siwo Metro sudah meluluskan mahasiswanya sebanyak 1.339 orang sebagian besar dari alumninya menjadi Pegawai Negeri Sipil, Pegawai Bank Swasta (Syariah) dan wiraswasta.[3]

Pada tahun 2007-2010 mulai mengalami kemajuan signifikan dan STAIN Jurai Siwo Metro juga membuka program Pascasarjana (S-2) untuk Jurusan Ilmu Pendidikan Islam dan Hukum Islam. Kegiatan

[3] *Ibid*, 12-13.

organisasi mahasiswa pun semakin maju baik dalam organisasi internal maupun eksternal.

Pada tahun 2010-2016 mulainya persiapan alih status STAIN menjadi IAIN, saat itu sivitas akademika STAIN Jurai Siwo Metro melakukan berbagai upaya memberikan nilai terbaik agar menjadikan perguruan tinggi unggulan dan terdepan dalam mengkaji dan mengemban ilmu, seni dan budaya Islam. Singkat cerita, pada tahun 2016 resminya peralihan STAIN menjadi IAIN. Perubahan status ini tertuang dalam peraturan No. 71 Tanggal 1 Agustus 2016 menurut Perpres, pendirian IAIN Metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro. Perubahan status ini pula yang mendorong pembentukan fakultas baru yang lahir sesuai dengan kebutuhan masyarakat dalam hal pendidikan serta pembangunan sarana dan prasarana yang lebih memadai guna terwujudnya IAIN Metro menjadi kampus yang lebih baik.

Pada tahun 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) resmi menjadi Fakultas yang memiliki 4 prodi yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Akuntansi Syariah serta Manajemen Haji dan Umroh sampai saat ini. [4]

[4] *Ibid.*

2. Visi dan Misi FEBI IAIN Metro

a. Visi FEBI IAIN Metro

1. Unggul (*excellent*)

   Yaitu menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang mensinergikan aspek *Sosio-Eco-Techno-Pre-neurship* dalam pengajaran, penelitian, dan pengabdian. Keunggulan tercapai ketika tridharma perguruan tinggi tersebut melalui parameter standar nasional pendidikan tinggi.

2. *Sosio-eco-techno-preneurship*

   Yaitu memiliki kepekaan dalam bidang sosila masyarakat, kompetensi dalam teknologi yang ramah lingkungan, dan jiwa *entrepreneurship.*

3. Nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan

   Yaitu membentuk insan cendikia yang menghubungkan antara semangat moderasi Islam, pengetahuan, teknologi dan semangat kebangsaan. [5]

b. Misi FEBI IAIN Metro

1. Melaksanakan kegiatan pendidikan dan pengajaran keilmuan ekonomi dan bisnis Islam dalam sinergi *socio-eco-techno-preneurship* berdasarkan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan.

[5] Renstra FEBI IAIN Metro 2020-2023, 15.

2. Melaksanakan penelitian kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam sinergi *socio-eco-techno-preneurship* berlandaskan inovasi dan kreatifitas.
3. Melaksanakan pengabdian masyarakat dalam sinergi *socio-eco-techno-preneurship* berbasis media digital dan ekonomi kreatif yang unggul dan mencapai kepuasan *stakeholder.* [6]

Adapun Visi dan Misi Program Studi S1 Perbankan Syariah FEBI IAIN Metro adalah sebagai berikut :

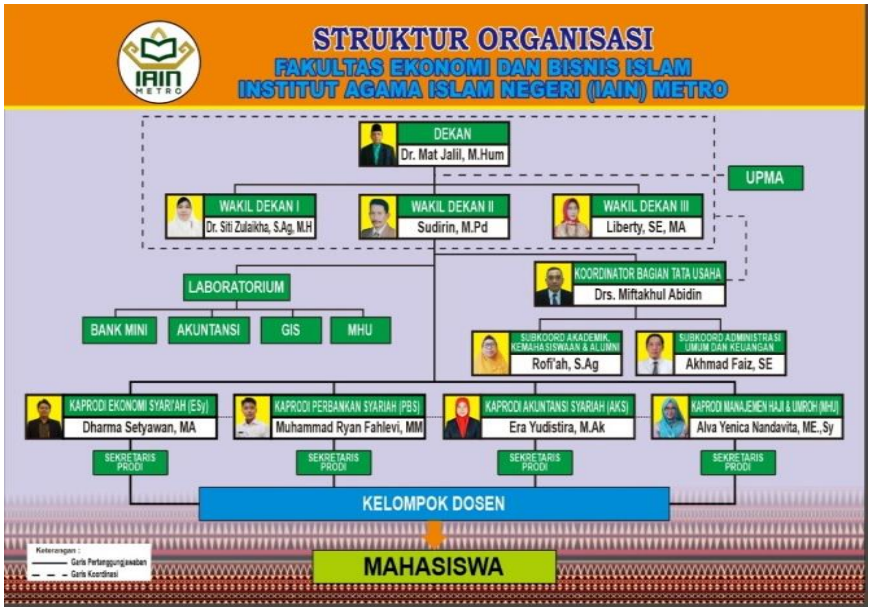
a. Visi Program Studi S1 Perbankan Syariah adalah menjadi jurusan perbankan syariah yang unggul dan bereputasi Internasional dalam *sinergi Socio Eco Technopreunership* tahun 2039.[7]
b. Misi Program Studi S1 Perbankan Syariah adalah :
    1) Menyelenggarakan pendidikan perbankan syariah yang inovatif, humanis dan mandiri.
    2) Menyelenggarakan Tri Dharma Perguruan Tinggi dibidang Ekonomi dan Bisnis Islam dalam sinergi *Socio-Eco-Techno-Preneurship.*
    3) Mengembangkan kajian perbankan syariah yang menjadi pusa trujukan di Asia.

[6] *Ibid.*
[7] https://febi.metrouniv.ac.id/pbs

4) Mengelola fakultas dalam suasana akademik yang beretika dan bermatabat menuju sistem tata kelola manajemen kelembagaan yang unggul.
5) Mengembangan sistem tata kelola dan melaksanakan kebijakan menuju salah satu jurusan yang bereputasi internasional.[8]

3. Struktur Organisasi FEBI IAIN Metro

Gambar 4. 1
Struktur Organisasi FEBI IAIN Metro



Struktur organisasi FEBI IAIN Metro meliputi sebagai berikut :

1. Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
2. Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH selaku Wakil Dekan I FEBI IAIN Metro
3. Drs. Sudirin, M. Pd selaku Wakil Dekan II FEBI IAIN Metro

[8] *Ibid*.

4. Liberty, SE, MA selaku Wakil Dekan III FEBI IAIN Metro
5. Dharma Setyawan, M.A selaku Kaprodi Ekonomi Syariah
6. Muhammad Ryan Fahlevi M.M selaku Kaprodi S1 Perbankan Syariah
7. Era Yudistira, M.Ak selaku Kaprodi Akuntansi Syariah
8. Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy selaku Kaprodi Manajemen Haji dan Umroh
9. Drs. Miftakhul Abidin selaku Koorbag Tata Usaha FEBI IAIN Metro
10. Akhmad Faiz, SE selaku Subkoord Umum, Perencanaan, Kepegawaian dan Keuangan FEBI IAIN Metro
11. Rofi'ah S. Ag selaku Subkoord Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni FEBI IAIN Metro.[9]

Jumlah mahasiswa disetiap fakultas berbeda-beda berikut data mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2018 FEBI IAIN Metro[10] :

Tabel 4. 2
Data Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2018

No	Jenis	Jumlah
1	Laki-laki	66 Orang
2	Perempuan	176 Orang
3	Total	242 Orang

Sumber : Monografi Jurusan S1 Perbankan Syariah FEBI IAIN Metro

[9] Wawancara dengan Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, SE,M.M tanggal 17 Maret 2022
[10] Wawancara dengan Ibu Rofi'ah S. Ag pada tangga l 9 September 2021

B. Efektivitas Strategi *Word Of Mouth* Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah

Efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya pencapaian tujuan suatu organisasi mencapai tujuannya melalui strategi yang sudah dibuat secara khusus.[11] Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara dan upaya bagaimana agar tujuan tersebut tercapai. Dalam sebuah lembaga keuangan, strategi untuk menarik hati calon nasabah sangat diperlukan salah satunya melalui strategi *word of mouth (WOM)* atau strategi dari mulut ke mulut. Strategi WOM ini suatu bentuk komunikasi dari satu mulut ke mulut orang lain sehingga dapat menyebar luas secara cepat dilingkungannya.

Ketika sudah tertarik untuk ikut menggunakan produk yang sama maka timbul minat untuk ikut menabung. Minat adalah suatu kondisi yang terjadi apabila berhubungan dengan keinginan atau kebutuhan sendiri, dengan kata lain ada kecenderungan apa yang dilihat dan diminati seseorang adalah suatu yang diinginkan oleh seseorang tersebut. Minat merupakan dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan dan mereka bebas memilih. Ada dua sisi faktor efektifitas strategi *word of mouth* terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah yaitu dilihat dari sifat dan kualitasnya.

[11] Kamus Besar Bahasa Indonesia (Kamus KBBI), 375.

Tabel 4.3
Faktor Efektivitas yang mempengaruhi Strategi *Word Of Mouth* Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah

Mahasiswa yang Menggunakan Bank Syariah

No	**Nama**	**Faktor Sifat (Internal)**	**Faktor Kualitas (Eksternal)**
1	Amirul Mukminin	Kepribadiaan	Keluarga dan Pelayanan
2	Amrizal Widinata	Motivasi	Keluarga dan Pelayanan
3	Gallih Dinny	Motivasi dan Kepercayaan	Keluarga
4	Salsa Dhiva	Sikap dan Kepercayaan	Keluarga dan Budaya

Mahasiswa yang Tidak Menggunakan Bank Syariah

No	**Nama**	**Faktor Sifat (Internal)**	**Faktor Kualitas (Eksternal)**
1	Alifatul Hafidoh	Kepribadian	Pelayanan
2	Sandi Kurniawan	Kepribadian	Pelayanan
3	Sofwan Hadi	Kepribadian	Pelayanan
4	Wahyu Hidayat	Motivasi	Keluarga

Wawancara dilakukan kepada 8 orang mahasiswa jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.[12] Peneliti memilih 4 orang mahasiswa sebagai narasumber yang menggunakan bank syariah dan 4 orang mahasiswa yang tidak menggunakan bank syariah. Alasan memilih 8 mahasiswa diatas karena

[12] Wawancara dengan Alifatul Hafidoh, Amirul Mukminin, Amrizal Widinata, Salsa Dhiva, Ayu Amelia, Iin Nurjanah, Sofwan Hadi, dan Wahyu Hidayat, di Metro pada tanggal 8-9 Februari 2022.

data yang diambil mampu memberikan data yang memuaskan sehingga dapat memberikan keterangan atau jawaban yang valid dan dapat dibuktikan.

Menurut Amirul Mukminin sebagai mahasiswa dan juga bekerja di Universitas Terbuka Metro (berumur 22 tahun) selaku pengguna bank syariah yang sudah lama menyatakan :

> *"Menurut saya Bank Syariah itu lembaga keuangan yang bergerak dengan sistem basil dan tanpa ada unsur riba. Saya sendiri mempunyai rekening di bank syariah. saya menggunakan bank syariah selepas saya PPL kemarin, awalnya saya menggunakan bank konvensional loh tapi sebelumnya juga saya diberitahu teman kerja saya bahwa mereka menggunkan bank syariah kata mereka enak buat nabung gaada potongannya kalo kita ngambil wadiah kebetulan kita juga diwajibkan untuk buka rekening BSI kan pas PPL tempo hari yaudah saya lanjutin aja pakainya eh ternyata emang gaada potongan, dari sana saya terus menabung dan saya pun tidak ragu lagi dengan uang saya yang disimpan dibank syariah karena menurut saya aman dan terjauh dari riba serta pelayanan yang baik dan mengenakan pakaian sopan. Selain itu strategi WOM nampaknya juga mempengaruhi saya dimana awalnya karena salah satu teman saya bercerita keuntungan keuntungan dalam menggunakan bank syariah sehingga pada akhirnya saya memutuskan untuk ikut menjadi nasabah di bank yang sama."*[13]

Faktor ini termasuk kedalam faktor kepribadian dimana saudara Amirul Mukminin mulai berminat menabung di bank syariah bukan karena paksaan melainkan atas dasar keinginan diri sendiri untuk menjauhi diri dari transaksi yang mengandung unsur riba sehingga bisa membawa diri menuju kebaikan karena memakai prinsip Islam. Selain itu terlihat jelas bahwa strategi WOM disini menjadi peran utama saudara Amirul dalam

[13] Wawancara dengan Amirul Mukminin mahasiswa jurusan perbankan syariah, Metro Lampung, pada 8 Februari 2022

membuka rekening bank syariah melalui temannya yang menceritakan keuntungaan menjadi nasabah bank syariah sehingga secara tidak langsung mempromosikan bank syariah kepada oranglain, sehingga efektifitas yang terjadi dapat dibuktikan dan akurat. Minat saudara Amirul Mukminin termasuk kedalam minat individu yaitu minat yang timbul karena kebutuhan dan perasaan nyaman secara perseorangan.

Menurut saudara Amrizal sebagai mahasiswa (berumur 22 tahun) :

> *"Bank Syariah itu menurut saya adalah suatu bank yang tidak mengandung unsur riba seperti bank konven. Saya secara pribadi mempunyai rekening BSM yang sekarang menjadi BSI. Saya memakai bank syariah tahun 2020 diawali karena teman-teman saya dan dilingkungan keluarga kebanyakan memakai bank syariah. Saya sudah tau kalo bank syariah tidak ada riba nya karena saya kan mahasiswa perbankan jadi sedikit mengerti terkait sistemnya gimana tapi waktu itu temen saya yang lebih dulu menggunakan bank syariah menceritakan lebih detail bahwa enak banget di bank syariah kalo mau nabung enggak ada potongan perbulannya belum lagi pelayanan yang baik, ramah terpenting lagi sopan sih menurut saya. Sampai akhirnya saya tertarik buka rekening dan menabung, jika dikaitkan pada strategi WOM menurut saya mah ada pengaruhnya karena strategi ini promosi dari mulut ke mulut seperti yang saya alami."*[14]

Melihat dari hasil wawancara pada saudara Amrizal, beliau dapat dikategorikan dalam minat individu. Adanya unsur strategi WOM disini melalui lingkungan keluarga dan temannya yang menceritakan dengan detail terkait keuntungan menggunakan bank syariah sehingga mampu menarik hati saudara Amrizal untuk ikut membuka rekening di bank

[14] Wawancara dengan Amrizal Widinata mahasiswa jurusan perbankan syariah, Metro Lampung, pada 8 Februari 2022.

syariah. Sedangkan efektifitas WOM yang terjadi dapat dibuktikan dan relevan informasi yang didapatkan

Menurut saudari Gallih Dinny Pratiwi (21 tahun), sebagai mahasiswi perbankan syariah mengatakan :

> "*Bank Syariah adalah suatu Lembaga Keuangan yang berdasarkan syariat Islam dimana sistemnya bagi hasil, saya memiliki rekening di BSI sudah lebih dari 3 tahun. Keputusan saya menggunakan BSI Awalnya saya diceritain keluarga saya yang kebetulan kerja di Bank Syariah, katanya enak gaada potongan yaudah deh saya buka rekening langsung ke bank syariah aja lumayan kalo gaada potongannya. Ternyata benar saya merasakan kenyamanan dengan pelayanan yang baik di bank syariah selain itu waktu di pondok saya pernah belajar terkait tentang riba yang tidak diperbolehkan dan bank syariah tidak ada riba melainkan sistem bagi hasil. Saya merasa strategi WOM ini secara tidak langsung mempengaruhi saya untuk menabung di bank syariah buktinya saat telah membuka rekening di BSI dan menabung.* "[15]

Gallih memilih bank syariah sebagai tempat bertransaksi, Minat Gallih dapat dikategorikan dalam minat Individu yaitu minat yang timbul karena kebutuhan dan perasaan nyaman secara perseorangan. Adanya peran Strategi WOM disini melalui salah satu keluarga nya yang menyampaikan keuntungan dalam menggunakan bank syariah, efektifitas yang terjadi adalah kejelasan dan tepat waktu informasi tersampaikan. Saat adanya informasi dari salah satu keluarga yang memberikan informasi yang jelas kemudian saat itu alifatul belum memiliki rekening diwaktu yang tepat sekali informasi diberikan sehingga Gallih tertarik untuk membukan rekening dan menabung di bank syariah. Faktor yang mempengaruhi Gallih Dinny berminat di bank syariah adalah karena bank

[15] Wawancara dengan Alifatul Hafidoh mahasiswi jurusan perbankan syariah, Metro Lampung, pada 9 Februari 2022

syariah adalah perbankan yang tidak ada praktik riba dan memakai prinsip-prinsip syariah yaitu sistem bagi hasil, karena sudah dijelaskan bahwa riba tidak diperbolehkan dalam ajaran Islam.

Menurut Salsa Dhiva sebagai salah satu mahasiswi jurusan Perbankan Syariah yang berumur 22 tahun, mengatakan :

> *"Yang saya tahu tentang Bank Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang menjalankan sistemnya berdasarkan syariat Islam dimana tidak menmperbolehkan adanya riba saqat bertransaksi serta keuntungan atau laba diperoleh melalui sistem bagi hasil. Awal saya punya rekening itu semenjak saya masuk kuliah. Dulu ada salah satu dosen yang mengajar pada mata kuliah Pengantar Perbankan menjelaskan bahwa banyak manfaat dalam menggunakan bank syariah mulai dari terbebasnya sistem riba, tidak ada potongan dalam mengambil produk wadiah dan mendapatkan pelayanan yang baik. Awalnya saya hanya tau bahwa rekening itu hanya BRI yang termasuk kedalam bank konvensional tetapi setelah saya kuliah menjadi tahu bahwa ada bank syariah, dulu saya nasabah BSM tapi sekarang beralih jadi BSI. Transaksi BSI ke bank lainnya dikena kan admin RP. 6.500 tetapi jika ke sesama bank tidak dikenakan admin makanya ketika saya jadi nasabah di bank syariah, saya mengajak keluarga dan teman-teman saya untuk ikut menggunakan bank syariah juga. Selain itu saya kan mahasiswa perbankan syariah masa saya tidak menggunakan bank syariah, untuk apa ilmu yang saya dapat jika saya sendiri saja tidak menerapkannya. Keputusan saya menggunakan bank syariah jika dikaitkan dengan strategi WOM menurut saya ada pengaruhnya karena saya awalnya menggunakan bank syariah dipengaruhi oleh dosen."*[16]

Melihat penjelasan saudari Salsa Dhiva ini dapat dikategorikan dalam minat individu. Selain itu adanya peran strategi WOM yang terjadi dimana terbukti dari dosen yang mengajar menceritakan keuntungan menjadi nasabah bank syariah sehingga Salsa Dhiva tertarik untuk

[16] Wawancara dengan Salsa Dhiva mahasiswa jurusan perbankan syariah, Metro Lampung, pada 10 Februari 2022

membuka rekening dan menabung, efektifitas yang terjadi yaitu kecocokan dan ke akuratan informasi yang didapat.

Hasil wawancara dengan saudari Alifatul Hafidoh yang juga salah satu mahasiswi jurusan perbankan syariah dengan usia 22 tahun, beliau merupakan nasabah bank konvensional. Beliau mengatakan :

> "*Bank syariah itu adalah bank yang tidak menggunakan riba, tetapi saya tidak tertarik untuk menggunakannya walaupun saya mahasiswa perbankan saya tetap menggunakan bank konvensional. Waktu itu ada temen yang juga menceritakan soal bank syariah tetapi menurut saya kurang valid informasi yang saya peroleh takut ketipu aja karena saya orangnya ga gampang percaya sih apalagi pihak bank tidak turun sosialisasi selain itu pula orangtua saya juga menggunakan bank konvensional dan melakukan peminjaman seperti KUR yang digunakan untuk membuat usaha pribadi, saya rasa pelayanan bank konvensional juga baik. Menurut saya bank konvensional dan bank syariah itu secara teori memang tidak sama terlihat dalam sistem aktivitasnya dimana bank konvensional menggunakan sistem riba dan bank syariah menggunakan sistem bagi hasil. Tetapi secara praktik kek nya sama deh.*"[17]

Hasil wawancara kepada saudari Alifah terlihat terjadinya strategi WOM akan tetapi saudari Alifah kurang mempercayai karena kurangnya sosialisasi yang dilakukan pihak bank sehingga ketertarikkannya untuk berpindah dari bank konvensional ke bank syariah masih kurang diminati.

Hasil wawancara dengan Sandi Kurniawan (usia 22 tahun) yang merupakan pengguna bank konensional, mengatakan :

> "*Saya tahu ada bank syariah tetapi tidak paham dengan cara kerja bank syariah, saya rasa semua bank itu sama. Saya menggunakan bank BRI karena keluarga saya semuanya menggunakan bank BRI, alasan saya tidak menggunakan bank syariah karena saya kurang tertarik padahal saya punya rekening*

[17] Wawancara dengan Alifatul Hafidoh mahasiswa jurusan perbankan syariah, Metro Lampung, pada 10 Februari 2022

> *BSI tapi tidak saya gunakan, saya akan tetap menggunakan bank konvensional dan menabung juga di BRI. Selain itu fasilitas bank BRI yang ada dimana-mana memudahkan saya untuk bertransaksi. Keluarga dan teman-teman saya juga banyak yang menggunakan BRI menurut saya Bank konvensional dan syariah itu sama saja.”*[18]

Melihat dari hasil wawancara dengan saudara Sandi terlihat Tidak ada strategi WOM pada kasus ini, semua terjadi atas kemauan pribadi yang menurut saudari Iin ketika menggunakan bank konvensional memudahkan bertransaksi selain itu walaupun seorang mahasiswi perbankan beliau juga tidak terlalu paham tentang bank syariah baik sistem operasionalnya maupun produk yang tersedia di lembaga keuangan syariah, sehingga hal tersebut yang membuat beliau tetap menggunakan bank syariah dan tidak tertarik beralih ke bank konvensional.

Hasil wawancara dengan saudara Sofwan Hadi, berusia 22 tahun. Beliau mengatakan :

> “*Saya tahu mengenai tentang bank syariah, tetapi saya tidak tertarik untuk menggunakannya. Alasan saya tidak menggunakan bank syariah, saya malas untuk buat rekening baru karena saya sudah merasa nyaman menggunakan BRI belajar dari keluarga saya yang lebih terdahulu menggunakan bank konvensional semua, menggunakan BRI. Lagi pula BRI enak kok, adminnya juga terjangkau, terkait riba itu saya tahu tapi saya tidak terlalu memikirkan hal tersebut karena menurut saya bank syariah dan bank konvensional itu sama saja. Banyak teman-teman saya menggunakan bank syariah dan ada dari mereka yang mengajak untuk menggunakan bank syariah tetapi saya tidak menghiraukan mereka karena setiap orang punya pilihan masing-masing.”*[19]

---

[18] Wawancara dengan Sandi Kurniawan mahasiswa jurusan perbankan syariah, Metro Lampung, pada 11 Februari 2022

[19] Wawancara dengan Sofwan Hadi mahasiswa jurusan perbankan syariah, Metro Lampung, pada 11 Februari 2022

Minat saudara Sofwan ini dikategorikan dalam minat kultural yaitu minat sosial yang timbul karena suatu proses yang secara tidak langsung berhubungan dengan diri setiap manusia, baik melalui proses belajar maupun lingkungannya. Disini adanya efektivitas strategi WOM hanya saja talkers atau informan tidak terpengaruh.

Hasil wawancara dengan saudara Wahyu Hidayat, berusia 22 tahun. Seorang mahasiswa perbankan mengatakan :

> "*Saya tahu ada bank syariah dan sistemnya tidak menggunakan sistem riba. Tetapi walau saya tahu soal itu, teman saya juga ada yang cerita bahwa bank syariah itu enak ga ada bunganya tapi saya tidak tertarik untuk menggunakan bank syariah. Keluarga saya ada yang menggunakan bank syariah tetapi saya tetap menggunakan bank konvensional karena kalo BRI ada dimana-mana jadi mudah buat tarik tunai maupun transfer tanpa harus datang ke bank nya langsung kalo bank syariah kan susah ya apalagi kalo diperdesaan tempat orangtua saya gak ada bank syariah nya. Saya tidak mengikuti orang lain, keputusan saya tidak menggunakan bank syariah atas dasar kemauan saya sendiri, menurut saya ada bank konven dan syariah itu sama.*"[20]

Melihat hasil wawancara kepada Saudara wahyu, beliau tahu adanya bank syariah akan tetapi saat ini masih menggunakan bank syariah karena memudahan untuk bertransaksi sehingga tidak tertarik untuk pindah ke bank syariah.

C. Analisis Efektivitas Strategi *Word Of Mouth* Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah

Untuk menganalisis efektivitas strategi *word of mouth* terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah maka peneliti telah

[20] Wawancara dengan Wahyu Hidayat mahasiswa jurusan perbankan syariah, Metro Lampung, pada 11 Februari 2022

mengadakan wawancara dengan mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro sebanyak 8 orang. Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan. Adanya peran Efektivitas strategi WOM yang terjadi. Ada 4 orang mahasiswa yang minat menabung di bank syariah namun pada 4 orang mahasiswa lainnya sudah mengetahui tentang adanya bank syariah tetapi tidak tertarik menggunakannya karena berbagai alasan.

Mahasiswa yang sudah menggunakan bank syariah mulainya terpengaruh karena adanya kerabat keluarga, teman dan bahkan ada mahasiswa yang terpengaruh oleh salah satu dosen yang mengajarnya. Hal ini dikarenakan terjadinya strategi *Word Of Mouth* (WOM) dimana infomasi dari mulut ke mulut yang dilakukan nasabah kepada calon nasabah lainnya sehingga menyakinkan seseorang untuk ikut membuka rekening di bank syariah.

Informasi yang didapatkan bukan hanya sekedar informasi tanpa bukti melainkan dapat dipertanggungjawabkan artinya ketika nasabah menceritakan kenyaman dan keuntungan menggunakan bank syariah maka harus dapat dibenarkan melalui informasinya jelas kemudian ketika calon nasabah sudah membuka rekening cocok antara informasi yang didapatkan dengan praktiknya, sehingga kebenaran informasi tersebut dapat dibuktikan serta dapat diukur kebenarannya.

Kualitas dari informasi yang didapatkan calon nasabah sangat akurat, tepat waktu serta relevan. Terbukti pada mahasiswa yang sudah

menabung di bank syariah mereka nyaman dan merasakan manfaatmya, mereka nyaman menggunakan bank syariah sehingga mereka bertahan menjadi nasabah di bank syariah sampai saat ini.[21] saat *Talkers* (Pembicara) menyampaikan topik atau informasi soal bank syariah kepada lawan bicara harus mengatakan yang sebenarnya tanpa dikurang atau dilebih-lebihkan dan harus bisa menyakinkan kepada mereka sehingga lawan bicara menjadi terpengaruh.

Selain analisis strategi WOM ada pula faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam menabung di bank syariah yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Berdasarkan hasil dari wawancara kepada 8 mahasiswa dapat dianalisis bahwa ada nya dua faktor yang mempengaruhi minat menabung mahasiswa terhadap bank syariah yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah adalah kepribadian, motivasi, gaya hidup, sikap, pengalaman dan kepercayaan. Dari keenam faktor tersebut, faktor kepercayaan lebih dominan dikarenakan masyarakat percaya dengan bank syariah bahwa akan mengelola dananya dengan baik tanpa merugikan kedua belah pihak.

Faktor eksternal yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah adalah faktor pelayanan dan faktor budaya.[22] Dari kedua

---

[21] Wawancara dengan Alifatul Hafidoh Mahasiwi jurusan Perbankan Syariah, Metro Lampung, pada tanggal 8 Februari 2022.

[22] Philip Kotler dan Gary Anstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Jakarta : Erlangga, 2006) Jilid , 159.

faktor ini, faktor faktor pelayanan yang paling dominan, karena pelayanan dapat menjadi faktor yang paling utama bagi bank syariah dengan meberikan pelayanan yang baik kepada nasabah yaitu dengan sikap raman tamah dan sopan santun. Selain itu adanya peran efektivitas strategi *Word Of Mouth* (WOM) ini terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. Keefektivitasan Strategi WOM ini terjadi apabila informasi yang disampaikan bersifat jelas, cocok, dapat dibuktikan dan dapat diukur kebenarannya. Kemudian kualitas informasi yang disampaikan akurat, tepat waktu dan relevan. Berdasarkan faktor- faktor yang mempengaruhi minat menabung mahasiswa yang paling dominan adalah faktor motivasi dan pelayanan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk tidak berminat terhadap bank syariah adalah kepribadian dan pelayanan. Selain itu kurangnya minat mahasiswa terhadap bank syariah dikarenakan kurangnya sosialisasi yang dilakukan pihak bank syariah secara langsung sehingga masih ada beberapa mahasiswa yang enggan berpindah bank walau sudah tahu tentang sistem pada bank syariah.

Berikut hasil penelitian ditemukan data sebelum dan sesudah terjadinya Strategi *Word Of Mouth* (WOM) :

No	Sebelum Adanya Strategi *Word Of Mouth*	Sesudah Adanya Strategi *Word Of Mouth*
1	40 Responden	60 Responden

Berdasarkan dari hasil penelitian dan analisis, terjadi perubahan sebelum dan sesudah adanya Strategi *Word Of Mouth* (WOM). Penaikan jumlah responden disebabkan oleh adanya strategi *Word Of Mouth* sehingga minat menabung mahasiswa di bank syariah menjadi meningkat. Namun, ada juga mahasiswa enggan berpindah hal tersebut dikarenakan kurangnya sosialisasi yang dilakukan pihak bank kepada mahasiswa sehingga mahasiswa merasa belum ada keyakinan untuk pindah ke bank syariah.

Selesai dari melakukan penelitian ini dapat dilihat seberapa jauh pemahaman serta pembelajaran mahasiswa atau literasi informasi mahasiswa perbankan syariah terhadap produk-produk yang ada di dalam Lembaga Keuangan Syariah (LKS) terkhusus pada Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2018 FEBI IAIN Metro masih perlu ditingkatkan lagi terbukti dari hasil wawancara ditemukan ada mahasiswa yang menyadari bahwa sudah tahu tentang dunia perbankan namun mahasiswa tersebut masih belum paham terhadap produk maupun strategi yang digunakan pada LKS. Pemahaman mahasiswa tersebut menunjukkan bahwa pembelajaran tentang perbankan syariah sesungguhnya masih harus ditingkatkan mengingat mereka adalah mahasiswa perbankan syariah yang keilmuan dan kompetensi yang seharusnya menjadi kompentensi utama dari para mahasiswa dan

alumninya.[23] Sehingga menjadi catatan mahasiswa untuk berkeinginan mencari tahu sendiri tanpa harus menunggu diberitahu tentang dunia perbankan syariah agar selaku mahasiswa/alumni pada program study perbankan syariah dapat menjadi motorik atau salah satu penggerak dalam mengambil peran terhadap dunia perbankan syariah.

[23] Alva Yenica Nandavita (2018), "*Literasi Informasi Mahasiswa Perbankan Syariah Pada Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di Lampung Terhadap Produk Keuangan Syariah*" Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah. Vol. 01, N0.02, 252.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari 8 orang narasumber yang peneliti wawancara dapat disimpulkan bahwa efektivitas strategi *Word Of Mouth* (WOM) ini berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. Terbukti pada 4 mahasiswa yang telah menggunakan bank syariah yakni Amirul Mukminin, Amrizal Widinata, Gallih Dinny dan Salsa Dhiva. Adanya pengaruh strategi WOM dalam mengambil keputusan, keefektivitasan stategi WOM ini terjadi apabila informasi disampaikan bersifat jelas, cocok, dapat dibuktikan dan dapat diukur kebenarannya. Selain itu kualitas informasi yang disampaikan akurat, tepat waktu dan relevan. Adapun faktor dominan yang mempengaruhi mahasiswa adalah faktor motivasi dan pelayanan sehingga terpengaruh secara individu. Selain itu terdapat pula mahasiswa yang tidak berminat menabung di bank syariah dengan alasan kurangnya sosialisasi yang dilakukan pihak bank syariah.

B. Saran

Merujuk pada kesimpulan diatas maka peneliti mencoba memberikan saran kepada mahasiswa agar bisa mempelajari lebih detail tentang bank syariah dan produk yang ada di bank syariah, mahasiswa mencoba mencari informasi tentang bank syariah secara mandiri supaya mendapatkan ilmu pengetahuan dan bisa menjadi nasabah selain itu diharapkan dapat menjadi salah satu marketing kepada masyarakat umum.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman Fathoni, *Metedologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011).

Departemen Agama RI, *Al- Qur'an Terjemah*, Bandung : Syaamil Qur'an, 2012.

Darmadi, *Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*, (Yogyakarta: Deepublish, 2017).

Farhan Ahmad, "*Pengaruh Iklan, Citra Perusahaan, Word Of Mouth dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Sebagai Variabel Intervening"* Skripsi jurusan Perbankan Syariah IAIN Salatiga,2019.

Husein Umar, *Strategi Management in Action*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008).

Joesyiana Kiki, *Pengaruh WOM Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee DI Pekan Baru*, Riau, 2018.

Jubilee Enterorise, Trik *Pemasaran Getok Tular Menggunakan Internert*, Jakart: PT.Elex Media Komputindo, 2012).

Kamus Besar Bahasa Indonesia (Kamus KBBI).

Kartini Krtono, *Pengantar Metedologi Riset Sosial*, Cet. 7 (Bandung: Mandar Maju, 1996).
Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di Lampung Terhadap Produk Keuangan Syariah", Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah, Vol. 01, No. 02, (2018)

Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006).

Priansa, Juni Donni, 2017, *PERILAKU KONSUMEN*, Bandung: ALFABETA.

Renstra FEBI IAIN Metro 2020-2023

Salim, Sahrun, *Metedologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Cita Pustaka Medis: 2012).

Sardiman, *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar* (Jakarta: Rajawali Pers, 2001)

Slameto, *Belajar Faktor-faktor yang mempengaruhinya* (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2003)

Undangan-Undangan Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Temtang Perbankan Syariah.

Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2005.

Windi, "*Strategi Word Of Mouth Marketing Dalam Membangun Brand Awareness (Analisis pada Co-Working Space Tierspace Jakarta)"*, Skripsi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, 2019.

Yenica Nandavita Alva, "*Literasi Informasi Mahasiswa Perbankan Syariah Pada Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di Lampung terhadap Produk Perbankan Syariah"* Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah, 2018.

Yusuf, burhanudin, 2016, *Manajemen Sumber Daya Manusia Di Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta:PT. Raja Grafindo

LAMPIRAN

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 0317/In.28.1/J/TL.00/01/2022
Lampiran : -
Perihal : **SURAT *BIMBINGAN SKRIPSI***

Kepada Yth.,
Alva Yenica Nandavita (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-
Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama	: **EMILYA SEFTI ANGGI**
NPM	: 1804102012
Semester	: 8 (Delapan)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: S1 Perbankan Syari`ah
Judul	: ANALISIS STRATEGI WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2018 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN METRO)

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
   a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
   b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 31 Januari 2022
Ketua Jurusan,

Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik. Untuk memastikan keasliannya,silahkan scan QRCode.

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Emilya Sefti Anggi Jurusan/Fakultas : S1 PBS / FEBI

NPM : 1804102012 Semester / T A : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
2.	Kamis, 26/8/21	- Kata Pengantar diperbaiki - Daftar Isi disesuaikan dg Isi proposal - Masalah dalam LBM belum tergambar dengan jelas. - Hal. 4. Narasi diperbaiki, Pastikan jumlah mahasiswa - Hasil wawancara ditambahkan footnote, Rincian footnote lihat buku pedoman penulisan skripsi. - Identifikasi dibuat rincian begitu juga dg batasan masalah - Manfaat Penelitian dibuat teoritis & praktis, sesuaikan dg penelitian Anda. Lihat narasi pada penelitian? yg lainnya. - Penelitian dibuat tabel, Persamaan & perbedaan ada didalam tabel + tambah footnote. - BAB II, footnote mana? - Teori di BAB II, Mahasiswa & Bank dihilangkan. - BAB III, setiap komponen sertakan penjelasan akademisnya + kaitkan dg penelitian Anda. - Data primer tambah pihak Bank - Data sekunder dijelaskan alasan akademisnya dan siapa serta apa saja yg masuk ke data sekunder. - wawancara sesuaikan dg data primer. - Jelaskan dokumentasi dalam penelitian ini bentuknya seperti apa, begitu juga dg teknik analisis data - Perbaiki sistematika penulisan, sesuaikan dg buku pedoman penulisan skripsi	

Dosen Pembimbing

Alva Yenica Nandayita, M.E.Sy

Mahasiswa Ybs,

Emilya Sefti Anggi
NPM. 1804102012

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Emilya Sefti Anggi Jurusan/Fakultas : S1 PBS / FEBI
NPM : 1804102012 Semester / T A : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	11 Nov 2021	ACC BAB I - III	

Dosen Pembimbing

Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy
NIP. 199106172019032015

Mahasiswa Ybs,

Emilya Sefti Anggi
NPM. 1804102012

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Emilya Sefti Anggi
NPM : 1804102012
Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS
Semester / T A : VIII / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	SELASA / 24 JAN 22	ACC OUTLINE PERBAIKI APD	
2.	KAMIS / 26 JAN 22	ACC APD SEGERA GARAP BAB IV & V	

Dosen Pembimbing

Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy
NIP. 199106172019032015

Mahasiswa Ybs,

Emilya Sefti Anggi
NPM. 1804102012

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Emilya Sefti Anggi
NPM : 1804102012
Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS
Semester / T A : VIII / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	7/3/2022	- Pertanyaan penelitian e bawah diperbaiki, jika hanya ingin mengetahui, maka itu terlalu sederhana untuk jenjang S1 - Wawancara dilakukan kepada siapa saja? hanya mahasiswa saja? Harus ada pihak FEBI untuk mendapatkan data terkait PBS secara khusus dan FEBI IAIN Metro pada umumnya - Hal 26 dan BAB IV tdk sesuai - BAB IV Analisis Pertanyaan pada APD - APD nya mana? kenapa tdk disertakan? - Sejarah FEBI diperbaiki, sesuaikan dg data - Visi FEBI diambil dari mana? Coba perbaiki - Struktur organisasi perbaiki, ya baru. - Jumlah mahasiswa PBS pastikan, data diambil dari mana sertakan footnote.	

Dosen Pembimbing

Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy
NIP. 199106172019032015

Mahasiswa Ybs,

Emilya Sefti Anggi
NPM. 1804102012

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Emilya Sefti Anggi
NPM : 1804102012
Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS
Semester / T A : VIII / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	31 Maret 2022 / Kamis	- Abstrak ditambahkan kata kuncinya - Perbaiki kata pengantar & di TTD - perbaiki pertanyaan penelitian - Sumber data primer diperbaiki, tambahkan dari pihak FEBI / Jurusan, begitu juga dg narasumber - Alasan sumber data primer, narasinya diperbaiki - Deskripsi wawancara diperbaiki, mulai dari umum ke khusus. - Tambah visi misi PBS setelah visi misi FEBI - Perbaiki sistematika penulisan, seperti typo, penggunaan huruf besar, huruf kecil, penulisan bahasa asing dll. - BAB III, Analisis bisa dipertajam lagi.	

Dosen Pembimbing

Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy
NIP. 199106172019032015

Mahasiswa Ybs,

Emilya Sefti Anggi
NPM. 1804102012

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Emilya Sefti Anggi
NPM : 1804102012

Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS
Semester / T A : VIII / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa/5-4-22	- KBBI ditambah ket. bukunya. - Metode (Buku) maksimal 3 saja. - Perbaiki penulisan footnote 17, 34 - Perbaiki penulisan Bahasa Asing 3, - Hal. 47 Perbaiki penulisan /Alinea dirapihkan Ganti kata masyarakat menjadi mahasiswa - Hal 40. Narasi paragraf terakhir diperbaiki - Daftar pustaka sesuaikan dgn buku yg digunakan	
	Rabu/6-4-22	- ACC BAB I - V	

Dosen Pembimbing

Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy
NIP. 199106172019032015

Mahasiswa Ybs,

Emilya Sefti Anggi
NPM. 1804102012

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 0397/In.28/D.1/TL.00/02/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pimpinan IAIN Metro INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO LAMPUNG
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0396/In.28/D.1/TL.01/02/2022, tanggal 08 Februari 2022 atas nama saudara:

Nama	: **EMILYA SEFTI ANGGI**
NPM	: 1804102012
Semester	: 8 (Delapan)
Jurusan	: S1 Perbankan Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO LAMPUNG, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS STRATEGI WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2018 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 08 Februari 2022
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,

Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 0396/In.28/D.1/TL.01/02/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama	:	**EMILYA SEFTI ANGGI**
NPM	:	1804102012
Semester	:	8 (Delapan)
Jurusan	:	S1 Perbankan Syari`ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO LAMPUNG, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS STRATEGI WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2018 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN METRO".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 08 Februari 2022

Mengetahui,
Pejabat Setempat

M. Rizan Fahlevi
199208242019031007

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,

Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN
IAIN METRO
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-108/In.28/S/U.1/OT.01/01/2022

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama	: Emilya Sefti Anggi
NPM	: 1804102012
Fakultas / Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1804102012

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 11 Februari 2022
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP. 19750505 200112 1 002

ALAT PENGUMPUL DATA

ANALISIS STRATEGI *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2018 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN METRO)

A. Wawancara

1. Wawancara Dengan Mahasiswa yang Menggunakan Bank Syariah

a. Apakah yang anda ketahui tentang bank syariah ?
b. Apakah anda mempunyai rekening tabungan di bank syariah ?
c. Sejak kapan anda memiliki rekening bank syariah ?
d. Apakah alasan anda memilih bank syariah ?
e. Siapa yang pertama kali mengajak anda untuk membuka rekening di bank syariah ?
f. Faktor apa yang mempengaruhi anda berminat menabung di bank syariah ?
g. Apakah strategi word of mouth mempengaruhi anda berminat menabung di bank syariah ?

2. Wawancara Dengan Mahasiswa yang Tidak Menggunakan Bank Syariah ?

a. Apakah anda mengetahui tentang adanya bank syariah ?
b. Apakah anda mengetahui apa itu bank syariah ?
c. Apakah anda tertarik dengan bank syariah ?
d. Apakah alasan anda tidak menggunakan bank syariah ?
e. Apakah faktor keluarga dan teman mempengaruhi anda untuk tidak menggunakan bank syariah ?
f. Apakah menurut anda bank konvensional dan bank syariah itu sama ?

3. **Dokumentasi**

1. Profil Sejarah Jurusan Perbankan Syariah FEBI IAIN Metro
2. Visi dan Misi Jurusan Perbankan Syariah FEBI IAIN Metro
3. Struktur Organisasi FEBI IAIN Metro

Mengetahui, Pembimbing	Metro, 26 Januari 2022 Penulis
Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy NIP. 199106172019032015	**Emilya Sefti Anggi** NPM. 1804102022

OUTLINE

ANALISIS STRATEGI *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2018 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN METRO)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah
B. Pertanyaan Penelitian
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi
B. Word Of Mouth
   1. Definisi *Word Of Mouth*
   2. Sifat dan Kualitas *Word Of Mouth*
   3. Indikator-Indikator *Word Of Mouth*

C. Minat Menabung
1. Pengertian Minat Menabung
2. Fungsi Minat Menabung
3. Macam-Macam Minat Menabung
4. Faktor Efektivitas Yang Mempengaruhi Strategi *Word Of Mouth* Terhadap Minat Menabung

BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis dan Sifat Penelitian
1. Jenis Penelitian
2. Sifat Penelitian
B. Sumber Data
1. Sumber Data Primer
2. Sumber Data Sekunder
C. Teknik Pengumpulan Data
1. Wawancara (Interview)
2. Dokumentasi
D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASILPENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian
1. Sejarah Perbankan Syariah FEBI IAIN Metro
2. Visi dan Misi FEBI IAIN Metro
3. Struktur Organisasi FEBI IAIN Metro
B. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Strategi *Word Of Mouth* Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah
C. Analisis Strategi *Word Of Mouth* Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,
Pembimbing

Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy
NIP. 199106172019032015

Metro, 24 Januari 2022
Penulis

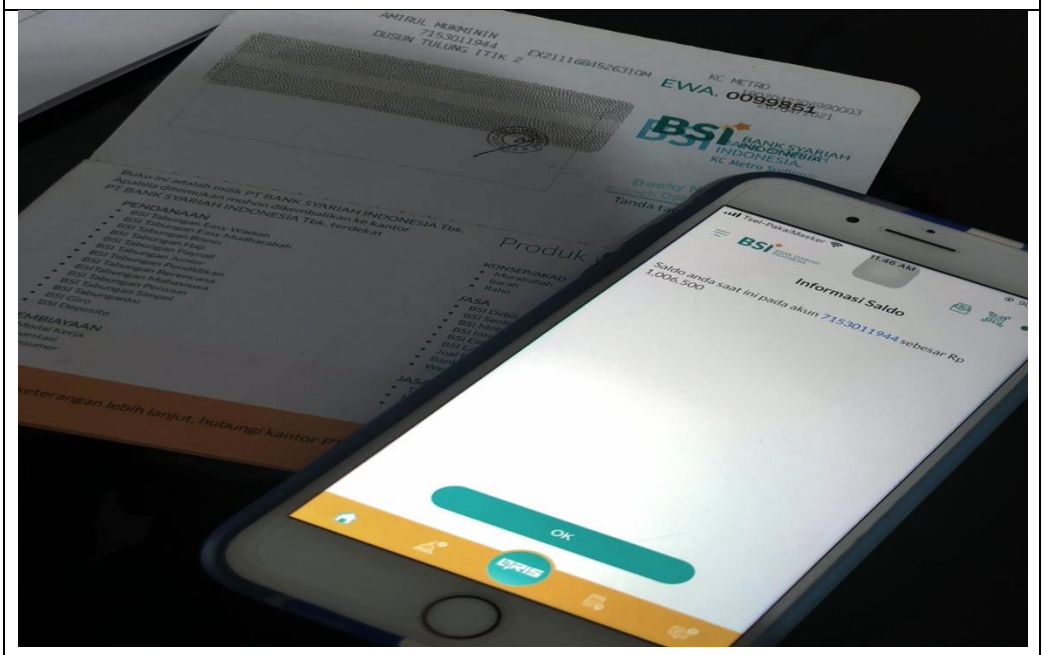
Emilya Sefti Anggi
NPM. 1804102022

DOKUMENTASI

Dokumentasi wawancara dengan Bapak M. Ryan Fahlevi, SE, M.M
Kaprodi S1 Perbankan Syariah IAIN Metro Lampung

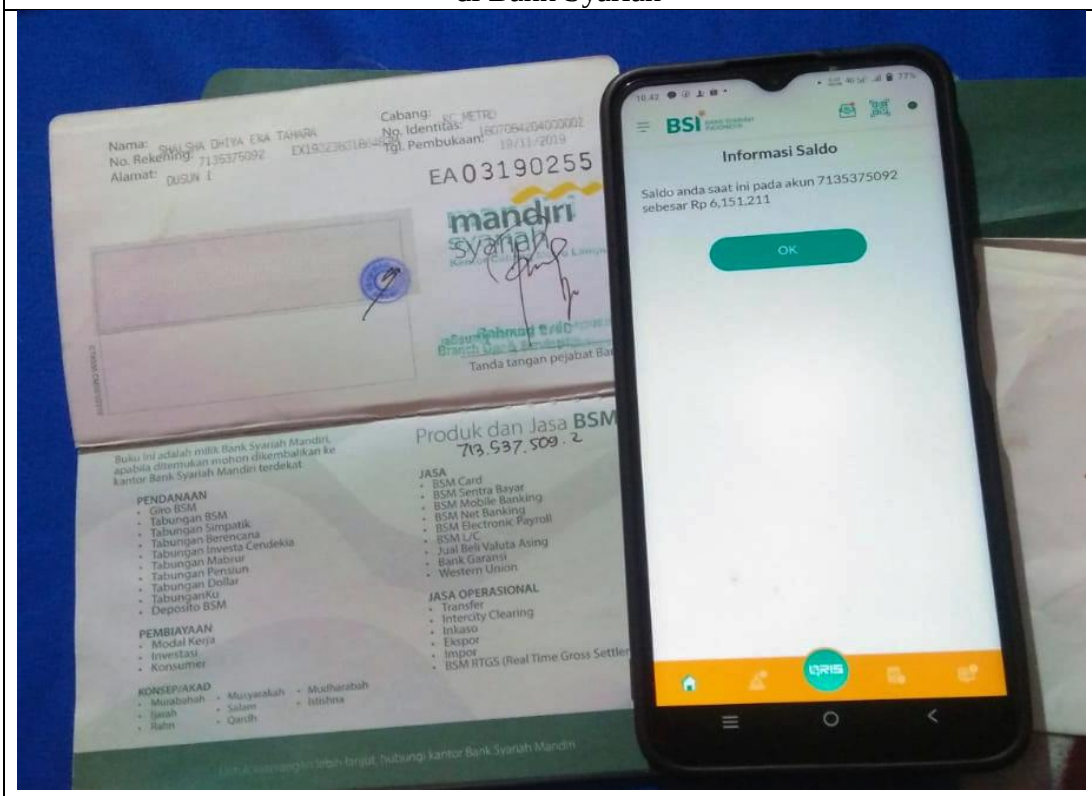
Dokumentasi wawancara dengan Ibu Rofi'ah S. Ag Subkoord Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni FEBI IAIN Metro Lampung

Dokumentasi wawancara dengan Mahasiswa, Saudara Amirul Mukminin sebagai nasabah di Bank Syariah



Buku tabungan saudara Amirul Mukminin di Bank Syariah Indonesia (BSI)

Dokumentasi wawancara dengan Mahasiswa, Saudari Salsa Diva sebagai nasabah di Bank Syariah



Buku Tabungan Saudara Salsa Diva di Bank Syariah Indonesia (BSI)

Dokumentasi dengan Mahasiswa, saudari Alifatul Hafidoh sebagai Nasabah di Bank Konvensional

Dokumentasi dengan Mahasiswa, saudara Sandi Kurniawan sebagai Nasabah di Bank Konvensional

RIWAYAT HIDUP

Emilya Sefti Anggi lahir di Endikat Ilir, Kec. Gumay Talang Kab. Lahat Palembang pada tanggal 9 September 1999. Akrab dengan panggilan *"Emil"* yang merupakan anak bungsu dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Alm. Elmansyah dan Ibu Mina.

Berbekal keinginan untuk menggapai cita-citanya, peneliti melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi dengan mengambil Program Study S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Metro (IAIN) Metro Lampung.

Hobby nya menulis dan saat ini peneliti aktif menulis di blognya esavailable.blogspot.com. Peneliti juga bisa dihubungi melalui akun media sosial twitter/instagram ***@emilya_sefan***, Facebook ***Emilya Sefti Anggi*** maupun email ***emilyasefan9@gmail.com*** .