ABSTRAK

Skripsi yang berjudul " **Keputusan Nasabah dalam Menentukan Akad Pada Produk Tabungan iB Hasanah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Mojokerto** " ini merupakan hasil penelitian yang bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang melatarbelakangi seorang nasabah memilih akad *wadī'ah* dan *muḍārabah* pada produk tabungan iB Hasanah dan bagaimana peran *customer service* dalam mempengaruhi keputusan nasabah menentukan akad pada produk tabungan iB Hasanah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Mojokerto.

Untuk menjawab permasalahan di atas, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui metode wawancara (*interview*) dan dokumentasi. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif analitis dengan pola pikir deduktif untuk memperjelas kesimpulannya.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa masih banyak nasabah dan calon nasabah yang belum mengerti dan paham tentang akad yang dipakai pada produk tabungan ib Hasanah. Perbandingan nasabah yang paham dan tidak paham tentang akad *wadī'ah* dan *muḍārabah* adalah 20:80. Faktor yang melatarbelakangi nasabah memilih akad *wadī'ah* adalah konsep individu dan lingkungan, strategi pemasaran tidak mempengaruhi keputusan nasabah tersebut, karena nasabah yang memilih akad *wadī'ah* hanya mencari tabungan yang tidak ada potongan administrasi setiap bulannya. Meskipun *customer service* telah menjelaskan keuntungan bagi hasil pada akad *muḍārabah*, nasabah tersebut tidak tertarik, karena mereka hanya butuh tabungan untuk menitipkan uang saja dan mencari tabungan yang tidak ada potongannya. Sedangkan faktor yang melatar belakangi nasabah memilih akad *muḍārabah* adalah dari konsep individual, lingkungan dan strategi pemasaran. Karena disamping tabungan iB Hasanah tersebut digunakan untuk menabung dan berbisnis, para nasabah yang memilih akad *muḍārabah* itu juga tertarik dengan keuntungan bagi hasil yang mereka dapat disetiap bulannya, karena mereka yakin bahwa bagi hasil yang mereka dapatkan akan lebih banyak dari biaya administrasi yang mereka keluarkan setiap bulan. Ketika nasabah itu tidak mengerti tentang akad *wadī'ah* dan *muḍārabah* pada produk tabungan iB Hasanah, maka penting peran *customer service* bagi nasabah dalam menentukan akad. Karena fungsi *customer service* adalah sebagai resepsionis, deksman, salesman, dan lain sebagainya. Seorang customer service boleh memilihkan akad yang dipakai di tabungan iB Hasanah seorang nasabah ketika nasabah tersebut memang tidak mengerti tentang akad tersebut dan menyerahkan pilihannya kepada customer service.

Sebagai saran, pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank semestinya juga menyampaikan penjelasan tentang akad tersebut secara detail dan menggunakan bahasa yang dapat di pahami oleh orang-orang yang masih awam tentang istilah akad-akad tersebut, tidak hanya syarat bagi calon nasabah saja.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id