

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Hasil Penelitian Terdahulu

1. Penelitian mengenai keputusan menabung di Bank Syariah terlebih dahulu diteliti oleh Utami, dkk (2015) dengan variabel bebas religiusitas, kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Penelitian ini menggunakan metode sampel *purposive sampling* dengan metode pengumpulan data survey menggunakan lembar kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian tersebut adalah secara simultan religiusitas, kelompok referensi dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah, secara parsial religiusitas, kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah, dan ketiga variabel yang diteliti merupakan pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah.

Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan ini ialah sama-sama meneliti variabel kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah, sedangkan perbedaannya ialah pada subjek, lokasi penelitian, jumlah sampel dan tidak adanya variabel religiusitas.

2. Penelitian mengenai keputusan menabung di Bank Syariah terlebih dahulu diteliti oleh Daulay (2014) dengan variabel bebas kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan menabung di Bank Mandiri Syariah di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan metode sampel *accidental sampling* dengan metode pengumpulan data survey menggunakan lembar kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 150 responden. Hasil dari penelitian tersebut adalah kualitas pelayanan dan bagi hasil

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Mandiri Syariah.

Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan ini ialah sama-sama meneliti variabel kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah, sedangkan perbedaannya ialah pada subjek, lokasi penelitian, jumlah sampel.

3. Penelitian mengenai keputusan menabung di Bank Syariah terlebih dahulu diteliti oleh Khasanah dan Gunawan (2014) dengan variabel bebas bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah di kota Cirebon. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data survey menggunakan lembar kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian tersebut adalah bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah di kota Cirebon.

Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan ini ialah sama-sama meneliti variabel bagi hasil terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah, sedangkan perbedaannya ialah pada subjek, lokasi penelitian, jumlah sampel dan tidak ada variabel kualitas pelayanan, kelompok referensi, dan motivasi.

4. Penelitian mengenai keputusan menabung di Bank Syariah terlebih dahulu diteliti oleh Pertiwi dan Ritonga (2012) dengan variabel bebas pelayanan, kepercayaan dan lokasi terhadap keputusan menabung di bank Muamalat di kota Kisaran. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *simple random sampling* dengan metode pengumpulan data survey menggunakan lembar kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian tersebut adalah pelayanan,

kepercayaan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah di kota Cirebon.

Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan ini ialah sama-sama meneliti variabel pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah, sedangkan perbedaannya ialah pada subjek, lokasi penelitian, dan tidak ada variabel kepercayaan dan lokasi.

5. Penelitian mengenai keputusan menabung di Bank Syariah terlebih dahulu diteliti oleh Nisak, dkk (2013) dengan variabel bebas kelompok acuan dan pengetahuan tentang perbankan syariah terhadap keputusan menabung di bank syariah Semarang. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *simple random sampling* dengan metode pengumpulan data survey menggunakan lembar kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian tersebut adalah kelompok acuan dan pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah Semarang. Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan ini ialah sama-sama meneliti variabel kelompok acuan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah, sedangkan perbedaannya ialah pada subjek, lokasi penelitian, jumlah sampel dan tidak ada variabel pengetahuan.
6. Penelitian mengenai keputusan menabung di bank syariah terlebih dahulu diteliti oleh Gampu dkk (2015) dengan variabel bebas motivasi, persepsi, dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah memilih bank sulutgo cabang utama manado. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental. Sampel yang diambil dari populasi betul-betul representative (mewakili) pengambilan sampel dalam penelitian ini minimal sampel yang akan di ambil jika populasinya telah di ketahui sugiyono dengan rumus slovin sebanyak 100 orang responden. Hasil dari penelitian ini adalah variabel motivasi, persepsi, pengetahuan, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap

keputusan nasabah dalam memilih pt. Bank sulutgo cabang utama manado, motivasi dan pengetahuan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap terhadap keputusan nasabah dalam memilih pt. Bank sulutgo cabang utama manado, persepsi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pt. Bank sulutgo cabang utama manado. Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan ini ialah sama-sama meneliti variabel motivasi terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah, sedangkan perbedaannya ialah pada subjek, lokasi penelitian, dan tidak ada variabel bagi hasil, kelompok reverensi, dan kualitas pelayanan.

7. Penelitian mengenai keputusan menabung di bank syariah terlebih dahulu diteliti oleh kurniawati (2012). Dengan varibel bebas pengaruh profitabilitas sistem bagi hasil dan kualitas layanan bank terhadap minat nasabah berinvestasi (studi kasus pada Bank Muammalat cabang Malang). Metode penarikan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Untuk memperoleh data secara akurat baik melalui penyebaran kuesioner kepada para responden yang menjadi anggota sampel penelitian yaitu nasabah dana pihak ketiga pada bank umum syariah di kota Malang serta dilakukan observasi. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara profitabilitas sistem bagi hasil dan kualitas layanan bank terhadap minat nasabah untuk berinvestasi di Bank Muammalat cabang Malang. Dengan batasan penelitian pada produk simpanan mudharabah. Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan ini ialah sama-sama meneliti variabel bagi hasil dan kualitas layanan, sedangkan perbedaannya ialah pada subjek, lokasi penelitian, jumlah sampel dan tidak adanya variabel motivasi dan kelompok reverensi.
8. Penelitian mengenai keputusan menabung di bank syariah terlebih dahulu diteliti oleh Abhimantra (2013). Dengan varibel bebas pengetahuan, religiusitas, produk, reputasi,

dan pelayanan terhadap minat nasabah (mahasiswa) dalam memilih menabung pada bank syariah. Tekni pengumpulan data yang di gunakan adalah teknik *sampling* dilakukan secara *non-probability sam- pling*, dan metode pengambilan sam- pelnya menggunakan *sampling quota*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 50 responden. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan, religiusitas, produk, reputasi dan pelayanan di bank syariah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih menabung di bank syariah, meskipun tidak signifikan. Hubungan dengan penelitian yang akan di lakukan adalah sama sama melneliti varibel pelayanan, sedangkan perbedaannya ialah perbedaannya ialah pada subjek, lokasi penelitian, jumlah sampel dan tidak adanya variabel bagi hasil, motivasi dan kelompok reverensi.

9. Penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan penanganan keluhan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank umum syariah di Surabaya (burdianti 2011). Teknik pengumpulan data yang di gunakan penelitian ini mempergunakan desain pengambilan sample probability sampling yakni sampel random sederhana. Prinsip pemilihan sampel dalam desain ini adalah setiap elemen dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Adapun penentuan sampel yang akan dipilih untuk menjadi responden dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel adalah 150 responden yang sesuai digunakan dalam SEM adalah antara 100-200. Hasil dari penelitian ini adalah variable kualitas layanan, penanganan keluhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan sedangkan variable kualitas layanan, penanganan keluhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hubungan dengan penelitian yang akan di lakukan adalah sama sama menggunakan variable kualitas layanan sedangkan perbedaannya ialah ialah pada subjek, lokasi penelitian, jumlah sampel dan tidak adanya variabel bagi hasil, motivasi dan kelompok referensi.

10. Penelitian mengenai hubungan antara kualitas layanan bank dengan minat menabung nasabah PT. BRI Kantor Cabang Ungaran (Bari'ah dkk 2009). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *incidental sampling*. Penelitian ini melibatkan 60 nasabah PT. BRI Kantor Cabang Ungaran, dengan lama menjadi nasabah kurang dari lima tahun, usia antara 30 sampai 50 tahun, bekerja sebagai pegawai negeri, pegawai swasta, dan wiraswasta. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan minat menabung nasabah PT. BRI Kantor Cabang Ungaran. Semakin baik kualitas layanan, maka semakin tinggi minat menabung nasabah. Sebaliknya, semakin buruk kualitas layanan, maka semakin rendah pula minat menabung nasabah. Hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan ini ialah sama-sama meneliti kualitas layanan, sedangkan perbedaannya ialah pada subjek, lokasi penelitian, jumlah sampel dan tidak adanya variabel bagi hasil, motivasi dan kelompok referensi.

B. Kerangka Teori

1. Bagi Hasil

Menurut Undang Undang No.21 tahun 2008 Bank syariah merupakan bank yang tidak mengenal bunga melainkan bagi hasil. Bagi hasil dalam system perbankan syariah merupakan prinsip kegiatan usaha yang didasarkan atas perjanjian antara pihak pemilik dana (*shahibul maal*) dengan pihak yang menggunakan dana (*mudharib*) mengenai pembagian keuntungan atau kerugian dengan besar pembagian tertentu dari sejumlah dana.¹¹

Prinsip bagi hasil (*profit sharing*) berdasarkan kaidah *al-mudharabah* dan *al-musyarakah*. *Al-mudharabah* yaitu akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana

¹¹ Adiwarman A Karim. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, edisi 4*. Jakarta : PT. Rajawali Pers.2011, hal 33

pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola atau perjanjian atas suatu jenis perkongsian dimana pihak pertama menyediakan dana dan pihak kedua (*mudharib*) bertanggung jawab atas pengelolaan usaha. Al-musyarakah yaitu akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.¹²

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan pelanggan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh konsumen mengaharapkan pelayanan yang baik yang diberikan oleh bank kepada konsumen.¹³

Menurut Kotler dan Keller kualitas pelayanan yang baik tidak hanya terletak pada penyedia jasa saja melainkan juga dari sudut pandang konsumen. konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan adalah kualitas yang baik atau buruk yang disesuaikan dengan harapan mereka.¹⁴ Menurut Rangkuti kualitas pelayanan dapat dipengaruhi dari dua hal, diantaranya ialah pelayanan yang dirasakan (*perceived service*), yaitu pelayanan yang sudah dialami oleh konsumen, hal ini terjadi ketika konsumen sedang dalam proses pelayanan. Kemudian pelayanan yang diharapkan (*expected service*), yaitu harapan konsumen mengenai pelayanan yang akan diberikan oleh perusahaan. Apabila pelayanan yang dirasakan konsumen

¹² Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Gema Insani Press. Jakarta.2001, hal 27

¹³ Tjiptono, F. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi, 2014

¹⁴ Kotler, P., & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran, Jild 2, Alih Bahasa Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga, 2013 hal 559

sesuai atau melebihi dengan harapan maka konsumen akan memutuskan untuk terus menggunakan jasa perusahaan tersebut.¹⁵

3. Kelompok Referensi

Menurut Kotler dan Keller terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, salah satunya ialah faktor sosial yang didalam terdapat kelompok referensi. Kelompok referensi adalah semua kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok referensi adalah kelompok-kelompok yang berfungsi sebagai sumber seseorang dalam membentuk sikap dan perilakunya.¹⁶ Kelompok referensi adalah kelompok yang dapat mempengaruhi perilaku individu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kelompok referensi memberikan standar (norma) dan nilai yang dapat menjadi perspektif penentu mengenai bagaimana seseorang berpikir atau berperilaku. Dalam perspektif pemasaran, kelompok referensi adalah kelompok yang berfungsi sebagai referensi bagi seseorang dalam keputusan pembelian dan konsumsi.

4. Motivasi

Motivasi adalah dorongan dari dalam diri individu untuk melakukan sesuatu.¹⁷ Menurut Handoko motivasi adalah suatu keadaan dari dalam diri seseorang yang mendorong keinginan seseorang tersebut untuk melakukan keinginan tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Motivasi adalah suatu pemikiran dari dalam diri individu

¹⁵ Kotler, P., & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran, Jild 2, Alih Bahasa Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga, 2013 hal 227

¹⁶ Kotler, P., & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran, Jild 2, Alih Bahasa Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga, 2013 hal 230

¹⁷ Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. *Consumer Behaviour, 7th Edition*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall, 2000, hal 200

yang mendorongnya untuk bertindak dan melakukan keinginannya untuk mencapai tujuan.¹⁸

Menurut Keynes dalam Utami dkk terdapat 8 motif dalam menabung, diantaranya :

- a. Tindakan pencegahan, hal ini untuk menghadapi keadaan yang tidak terduga.
- b. Tujuan masa depan, untuk mengantisipasi mengenai perbedaan pendapatan dan pengeluaran di masa yang akan datang.
- c. Perhitungan, untuk memperoleh keuntungan/bunga
- d. Perbaikan, untuk peningkatan standar hidup dalam jangka waktu yang lama.
- e. kebebasan, menunjukkan adanya kebutuhan akan kebebasan dan memiliki kekuasaan untuk melakukan sesuatu.
- f. usaha, adanya kebebasan untuk menanamkan uang ketika memungkinkan
- g. kebanggaan, lebih tertuju pada penempatan uang untuk ahli waris
- h. keserakahan harta atau kekikiran yang sesungguhnya.¹⁹

5. Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah

Berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia arti kata keputusan ialah menentukan, artinya keputusan merupakan kegiatan menentukan sesuatu diantara dua atau lebih. Jadi keputusan menjadi nasabah di bank syariah ialah suatu keadaan saat nasabah menentukan pilihannya untuk menjadi nasabah di suatu bank.

Keputusan yang dibuat oleh konsumen tidak terlepas dari perilaku konsumen yang dilakukan, oleh karena itu, untuk mengetahui keputusan konsumen maka

¹⁸ Handoko, H. *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia, Edisi Ketujuh*. Yogyakarta: BPFE, 2001 hal 120-129

¹⁹ Utami, W., Sangen, M., & Rahman, M. Y. Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Wawasan Manajemen Vol 3, No 1*, 2015 hal 4

perlu untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk mengambil keputusan. Berikut merupakan faktor-faktor tersebut :

a. Kekuatan Sosial Budaya

1) Faktor Budaya

Budaya adalah pemikiran atau kebiasaan manusia dari satu generasi ke generasi selanjutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat.

2) Faktor Kelas Sosial

Kelas sosial adalah suatu kelompok yang terdiri dari individu yang memiliki kedudukan yang sama.

3) Faktor Kelompok Anutan (*Reference Group*)

Kelompok anutan ialah kelompok yang dapat mempengaruhi sikap, perilaku, pendapat dan norma konsumen

4) Faktor Keluarga

Keluarga merupakan unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan pembeli.

b. Kekuatan Faktor Psikologis

1) Faktor Pengalaan Belajar

Belajar adalah Belajar dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman sebelumnya. Perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajarnya. Pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli.

2) Faktor Kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya (motif, IQ, emosi, cara berpikir, persepsi) dan faktor eksternal dirinya (lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, sekolah, lingkungan alam). Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli.²⁰

3) Faktor Sikap Dan Keyakinan

Sikap dapat diartikan kesiapan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau aktivitas. Sikap sangat mempengaruhi keyakinan, begitu pula sebaliknya, keyakinan menentukan sikap. Sikap dan keyakinan konsumen terhadap suatu produk atau merek dapat diubah melalui komunikasi yang persuasif dan pemberian informasi yang efektif kepada konsumen. Dengan demikian konsumen dapat membeli produk atau merek baru, atau produk yang ada pada toko itu sendiri.²¹

4) Konsep Diri (*Self-Concept*)

Konsep diri merupakan cara pandang kita terhadap sesuatu, dan pengendalian diri menjadi bagian dari diri kita sendiri untuk membentuk pengembangan diri kita. Jadi konsep yang seperti apa yang sudah ada di

²⁰ Handoko, H. *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia, Edisi Ketujuh*. Yogyakarta: BPFE, 2001, hal 167

²¹ A.A Anwar Prabu Mangkunegara. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012, 168-170

dalam diri kita sendiri itu menjadi fakta perilaku yang paling mendasar terhadap yang kita lakukan.²²

C. Hipotesis

a. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah

Bagi hasil merupakan dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat". Sebagai konsekuensi dari kerjasama adalah memikul resiko, baik untung maupun rugi. Jika untung yang diperoleh besar maka penyedia dana dan pekerja menikmati bersama sesuai dengan kesepakatan sebelumnya dan jika rugi usaha maka harus dirasakan bersama pula.²³ Sistem bagi hasil tabungan dimana secara syari'ah, prinsipnya berdasarkan kaidah *al-mudharabah*, yang berdasarkan prinsip ini, bank syari'ah akan berfungsi sebagai mitra, baik dengan penabung, dengan pengusaha yang meminjam dana. Dengan penabung, bank akan bertindak sebagai *mudharib* (pengelola), sedangkan penabung bertindak sebagai *shohibul maal* (penyandang dana). Ketika jumlah presentase bagi hasil yang di tawarkan bank kepada nasabah cukup tinggi saat itu nasabah mulai berfikir bahwa bank syariah adalah bank yang tepat sebagai sarana pengalokasian dana yang nasabah miliki. Apabila nasabah menilai bagi hasil yang ia terima cukup besar dia akan menjadi nasabah tetap di bank syariah.

²² Handoko, H. *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia, Edisi Ketujuh*. Yogyakarta: BPFE, 2001,hal 167

²³ Adiwirman A Karim. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, edisi 4*. Jakarta : PT. Rajawali Pers.2011,hal 253

Berdasarkan hasil penelitian kurniawati sistem bagi hasil berpengaruh positif dengan keputusan menjadi nasabah yang berarti semakin besar sistem bagi hasil pada bank syariah, maka semakin besar pula keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah.

H1 : bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah

Kualitas harus diawali dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia jasa melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman, informasi lisan dari mulut ke mulut, dan promosi. Harapan membeli suatu produk jasa, yang dijadikan standar dalam menilai kinerja produk atau jasa tersebut.²⁴ Bank sebagai penyedia jasa keuangan haruslah mempunyai standar pelayanan yang baik kepada nasabah maupun calon nasabah. Pelayanan dalam pemberian segala informasi yang di butuhkan calon nasabah dalam rangka untuk memberikan kenyamanan nasabah dalam mengakses segala informasi yang berhubungan dengan bank tersebut. Apabila pelayanan yang dirasakan konsumen sesuai atau lebih dengan harapan maka konsumen akan memutuskan untuk terus menggunakan jasa bank tersebut.

²⁴ Kotler, P., & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran, Jild 2, Alih Bahasa Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga, 2013 hal 443

Berdasarkan hasil penelitian Burdianti 2012 semakin baik kualitas pelayanan yang di berikan bank kepada calon nasabah, maka akan semakin tinggi minat calon nasabah untuk menjadi nasabah di bank tersebut.

Berdasarkan uraian hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank umum syariah.

c. Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, salah satunya ialah faktor sosial yang didalam terdapat kelompok referensi. Kelompok referensi adalah semua kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.²⁵ kelompok referensi adalah kelompok-kelompok yang berfungsi sebagai sumber seseorang dalam mmebentuk sikap dan perilakunya²⁶. Ketika calon nasabah meminta pendapat kepada kelompok atau seseorang yang ia temui dalam kesehariannya semisal keluarga, rekan kerja dan semua orang yang berinteraksi dengannya yang telah menggunakan jasa perbankan syariah, ,maka orang tersebut akan merekomendasikan kepada calon nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syraiah karna mempunyai alasan alasan yang menurutnya bank syariah adalah

²⁵ Kotler, P., & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran, Jild 2, Alih Bahasa Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga, 2013, hal 550

²⁶ Assael, H. *Consumer Behaviour and Maerketing Action, 6th Edition*. USA: Sotuh-Western College Publishing, 2012

pilihan yang tepat. Maka hal tersebut akan mendorong calon nasabah untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Berdasarkan hasil penelitian Utami dkk faktor kelompok referensi berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah di kota Banjarmasin.

Berdasarkan uraian hubungan antara kelompok referensi dengan keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank umum syariah.

d. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah

Menurut Handoko motivasi adalah suatu keadaan dari dalam diri seseorang yang mendorong keinginan seseorang tersebut untuk melakukan keinginan tertentu untuk mencapai suatu tujuan.²⁷ Ketika seorang Muslim ingin menjadi nasabah bank karena ia membutuhkan jasa yang di tawarkan oleh pihak perbankan, nasabah tersebut akan memilih bank syariah karena bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang segala sesuatunya sesuai dengan ajaran agama yang ia anut.

Berdasarkan penelitian Gampu dkk faktor motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Sulutgo Cabang Utama Manado.

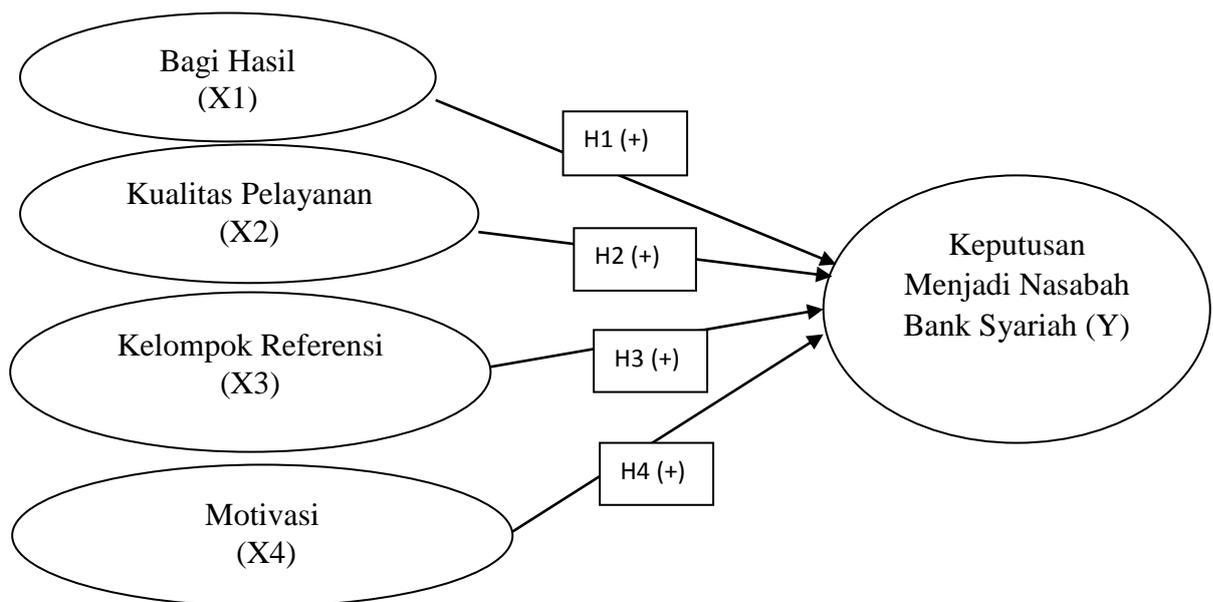
²⁷ Handoko, H. *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia, Edisi Ketujuh*. Yogyakarta: BPFE, 2001,hal 201

Berdasarkan uraian hubungan antara motivasi dengan keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4 : f aktor motifasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank umum syariah.

A. Model Penelitian

Berdasarkan penurunan hipotesis variabel bagi hasil, kualitas pelayanan, kelompok referensi dan motivasi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah yang telah diuraikan di atas maka dapat dibuat model penelitian sebagai berikut:



Gambar 2. 1
Model Penelitian
Analisis Pengaruh Tingkat Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, Kelompok Reverensi, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BNI Syariah.