

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah kontrak sosial yang terjadi antarperusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi (Ghozali dan Chariri, 2007 dalamwidayuni, 2014). Kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan,sehingga pengungkapan sosial dan lingkungan adalah suatu alat manajerial yangdipergunakan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Hal ini juga sebagaiwujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagaidampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan perusahaan baik dalam pengaruh yang baik atau pengaruh yang buruk. (Warticl dan Mahon,1994 dalam Ghozali dan Chariri, 2007 dalamwidayuni, 2014) menjelaskan bahwa *legitimacy* dapat terjadi karena tiga alasan berikut :

- a. Ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah,
- b. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan telah berubah.
- c. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan berubah ke arah yang berbeda, atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwaproduk dana pelayanan pada bank syariah yang berkualitasdapat memberikan manfaat untuk memenuhi tanggung jawab kepada nasabah.

2.2 Stakeholder Theory

Teori Stakeholder (*stakeholder theory*) menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Widayuni 2014). Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Syariah, promosi dan motivasi pada bank syariah dapat memberikan manfaat untuk memenuhi tanggung jawab kepada nasabah.

2.3 Perbankan Syariah

2.3.1 Pengertian Bank Syariah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Umam, 2016:77). Bank adalah lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *financial intermediary*. Artinya, lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang (Muhammad, 2016:2). Perbankan adalah lembaga yang mempunyai peran utama dalam pembangunan suatu negara. Peran ini terwujud dalam fungsi bank sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*), yakni menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat (Umam, 2016:1). Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalakan pada bunga. Bank Islam adalah lembaga keuangan/ perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis Nabi Saw (Muhammad, 2016 : 2). Perbankan syariah merupakan institusi yang memberikan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip syariah (Umam, 2016:1). Undang-

Undang No. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 7, yang dimaksud dengan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah (Istiqomah, 2015). Dalam UU No.21 tahun 2008 pasal 1 mengenai perbankan syariah mengemukakan pengertian perbankan syariah dan pengertian bank syariah. Perbankan Syariah yaitu segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta tata cara dan proses di dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

2.3.2 Peranan Bank Syariah

(Muhamad, 2015:7) di antara peranan bank syariah adalah:

- a. Memurnikan operasional perbankan sehingga dapat lebih meningkatkan kepercayaan masyarakat.
- b. Meningkatkan kesadaran syariah umat Islam sehingga dapat memperluas segmen dan pangsa pasar perbankan syariah.
- c. Menjalin kerja sama dengan para ulama karena bagaimanapun peran ulama, khususnya di Indonesia, sangat dominan bagi kehidupan umat Islam.

Dalam menjalankan peranannya, bank syariah akan lebih realistik jika bank syariah tersebut mampu menjalankan kegiatannya secara maksimal. Kegiatan bank syariah antara lain:

1. Manajer investasi yang mengelola investasi atas dana nasabah dengan menggunakan akad mudharabah atau sebagai agen investasi.
2. Investor yang menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya dengan menggunakan alat investasi yang sesuai dengan prinsip syariah dan membagi hasil yang diperoleh sesuai nisbah yang disepakati antara bank dan pemilik dana.
3. Penyediaan jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran seperti bank non- syariah sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

4. Pengembangan fungsi sosial berupa pengelola dana zakat, infaq, shadaqah serta pinjaman kebajikan (*qardhul hasan*) sesuai ketentuan yang berlaku.

2.4 Keputusan Nasabah

Keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki alternatif (Muti'ah, 2015). Pengambilan keputusan adalah suatu proses untuk memilih beberapa alternatif dan masukan-masukkan dari orang lain disimpulkan dari suatu masalah yang ada sehingga menjadi suatu keputusan (Mulyadi, 2016: 137). (Mulyadi, 2016:146) Model pengambilan keputusan antara lain:

1. Model pengambilan keputusan rasional

Pengambilan keputusan rasional adalah pengambilan keputusan yang maksimal dengan membuat beberapa pilihan yang memaksimalkan nilai-nilai yang konsisten dalam batas-batas yang sudah ditentukan oleh organisasi.

2. Model pengambilan keputusan rasional terbatas

Pengambilan keputusan rasional terbatas adalah pengambilan keputusan dengan merancang bangun model-model yang disederhanakan dengan melihat ciri-ciri hakiki dari masalah tanpa menangkap semua kerumitannya.

3. Model pengambilan keputusan intuitif

Pengambilan keputusan intuitif adalah pengambilan keputusan dengan proses tidak sadar yang berasal dari pengalaman yang disaring.

Perilaku nasabah akan menentukan pengambilan keputusan nasabah. Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan). Keputusan Nasabah adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan- kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan dalam hal ini adalah menggunakan perbankan syariah (Wahyuni, 2013).

2.5 Syariah

Syariah adalah aturan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT dalam melakukan seluruh kegiatan baik ibadah mahdoh seperti shalat, zakat, puasa, haji maupun muamalah (Nurhayati dan Wasilah, 2015:10). Syariah dalam bahasa Arab memiliki arti jalan yang ditempuh atau garis yang seharusnya dilalui. Dari sisi terminologi, syariah bermakna pokok-pokok aturan hukum yang digariskan oleh Allah SWT untuk dipatuhi dan dilalui oleh seorang muslim dalam menjalani segala aktivitas hidupnya (ibadah) di dunia (Nurhayati dan Wasilah, 2015: 16). Ekonomi Islam memiliki akar dari syariah yang menjadi sumber dan panduan bagi setiap muslim dalam melaksanakan aktivitasnya. Islam mempunyai tujuan-tujuan syariah serta petunjuk operasional untuk mencapai tujuan tersebut. Tujuan-tujuan itu sendiri selain mengacu pada kepentingan manusia untuk mencapai kesejahteraan dan kehidupan yang lebih baik, juga memiliki nilai yang sangat penting bagi persaudaraan dan keadilan sosial ekonomi, serta menuntut tingkat kepuasan yang seimbang antara materi dan rohani. Adanya ketaatan terhadap perintah agama dan pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah Islam dengan baik, menunjukkan bahwa nasabah berorientasi kepada kebahagiaan yang bersifat ukhrawi (akhirat) (Wahyuni,2013).

Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Prinsip ini menggantikan prinsip bunga yang terdapat dalam sistem perbankan konvensional (Umam, 2016 : 1). Alqur'an memuat seluruh aspek hukum terkait dengan akidah, syariah dan akhlak. Oleh karena itu wujud pengamalan dari keimanan kepada Allah, Rosul dan Kitabnya dilakukan dengan menerima dan melaksanakan ajaran yang terkandung dalam Al-Qur'an secara utuh, bukan dengan sebagian dan mengingkari yang lain (QS2:208)

“ wahai orang-orang yang beriman! Masuklah kedalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikut langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu.”

Mencari dan mengembangkan harta benda dan kekayaan diperbolehkan dalam islam, sepanjang hal itu dilaksanakan dalam koridor yang benar dan halal yaitu melalui pekerjaan dan perniagaan yang halal (Nurhayati dan Wasilah, 2015:36). (Umam, 2016:192) Nilai-nilai syariah yang menghendaki perbankan syariah harus berkontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dengan memenuhi hal-hal sebagai berikut:

- 1) Kaidah Zakat, mengkondisikan perilaku masyarakat yang lebih menyukai berinvestasi dibandingkan hanya menyimpan hartanya. Hal ini dimungkinkan karena zakat untuk investasi dikenakan hanya pada hasil investasi sedangkan zakat bagi harta simpanan dikenakan atas pokoknya.
- 2) Kaidah pelarangan riba, menganjurkan pembiayaan bersifat bagi hasil dan melarang riba.
- 3) Kaidah pelarangan judi atau *maisir* tercermin dari kegiatan bank yang melarang investasi yang tidak memiliki kaitan dengan sektor riil. Kondisi ini akan membentuk kecenderungan masyarakat untuk menghindari spekulasi didalam aktivitas investasinya.
- 4) Kaidah pelarangan gharar, mengutamakan transparansi dalam bertransaksi dan kegiatan operasi lainnya dan menghindari ketidakjelasan.

(Umam, 2016: 16) Beberapa hal yang menyebabkan terlarangnya sebuah transaksi disebabkan oleh faktor–faktor sebagai berikut:

1. Haram zatnya

Adalah transaksi yang dilarang karena objek (barang dan jasa) bertentangan atau haram dari sudut pandangan islam , misalnya transaksi minuman keras, daging babi, dan sebagainya.

2. Haram selain zatnya

Yaitu transaksi yang melarang prinsip “*An Taraddin Minkum*” adalah prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (sama-sama ridha) yang didasarkan pada

informasi yang tidak sama (*assymetric information*). Dalam bahasa fikih hal ini disebut *tadlis*, yang dapat terjadi dalam 4 hal yaitu kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan. Disamping itu, suatu transaksi dialrang apabila melanggar prinsip “*la tazhlimuna wa la tuzhalimun*” yaitu prinsip tentang jangan menzalimi dan jangan dizalimi. Seperti rekayas apasar, gharar, riba.

3. Tidak sah atau tidak lengkap akadnya

Faktor yang menyebabkan ketidak absahan suatu akad, bisa berkaitan dengan rukun dan syaratnya, terjadi ta’aluq yakni adanya dua akad yang saling dikaitkan, dimanaberlakunya akad satu tergantung pada akad kedua, contohnya *two in one* yaitu suatu transaksi yang diwadahi dalam dua akad sekaligus, sehingga terjadi ketidak pastian (*gharar*) mengenai akad mana yang harus digunakan. *Two in one*, terjadi bila ketiga faktor yang ada yaitu objek sama, pelaku sama dan jangka waktu sama tidak terpenuhi secara kumulatif, Contohnya sewa beli

2.6 Produk-Produk Bank Syariah

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan (Arif, 2015:123).

2.6.1 Penyaluran Dana

Kegiatan penyaluran dana kepada masyarakat dapat ditempuh oleh bank dalam bentuk pembiayaan murabahah, mudharabah, musyarakah, ataupun qardh. Bank sebagai penyedia dana akan mendapatkan imbalan dalam bentuk, margin keuntungan untuk murabahah, bagi hasil untuk mudharabah dan musyarakah, serta biaya administrasi untuk *qard* (Umam, 2016: 61).

1. Prinsip Jual Beli

Jualbeli dilaksanakan karena adanya pemindahan kepemilikan barang. Terdapat tiga jenis Prinsip jual beli:

a. Murabahah

Murabahah adalah jual beli dengan harga asal ditambah keuntungan yang disepakati antara pihak bank dengan nasabah, dalam hal ini bank menyebutkan harga barang kepada nasabah yang kemudian bank memberikan laba dalam jumlah tertentu sesuai dengan kesepakatan (Muhamad, 2015:29).

b. Salam

Salam adalah jual beli ini nasabah sebagai pembeli dan pemesan memberikan uangnya ditempat akad sesuai dengan harga barang yang dipesan dan sifat barang telah disebutkan sebelumnya. Uang yang tadi diserahkan menjadi tanggungan bank sebagai penerima pesanan dan pembayaran dilakukan segera(Muhamad, 2015:29).

c. Istishna'

Istishna' adalah bagian dari salam namun istishana' biasa digunakan dalam bidang manufaktur. Seluruh ketentuan istishna' mengikuti salam namun pembayaran dapat dilakukan beberapa kali pembayaran (Muhamad, 2015:29).

2. Prinsip Sewa

Ijarah adalah kesepakatan pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui sewa tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atau barang yang disewa. Dalam hal ini bank menyewakan peralatan kepada nasabah dengan biaya yang telah ditetapkan secara pasti sebelumnya(Muhamad, 2015:30).

3. Prinsip Bagi Hasil

a. Musyarakah

Musyarakah adalah salah satu rodruk bank syariah yang mana teradapat dua pihak atau lebih yang bekerja sama untuk meningkatkan aset yang dimiliki bersama dimana seluruh pihak memadukan sumber daya yang mereka miliki baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud (Muhamad, 2015:30).

b. Mudharabah

Mudharabah adalah kerjasama dua orang atau lebih dimana pemilik modal memberikan sejumlah modal kepada pengelola dengan perjanjian pembagian keuntungan (Muhamad, 2015:30).

2.6.2 Penghimpun Dana

Kegiatan penghimpunan dana dapat ditempuh oleh perbankan melalui mekanisme tabungan, giro, serta deposito. Khusus untuk perbankan syariah, tabungan dan giro yang didasarkan pada akad Wadiah dan tabungan dan giro yang didasarkan pada akad mudharabah. Sedangkan khusus deposito hanya memakai akad mudharabah, karena deposito memang ditunjukkan untuk kepentingan investasi (Umam, 2016: 61).

a. Prinsip Wadiah

penerapan prinsip wadiah yang dilakukan adalah wadiah yad dhamanah yang diterapkan pada rekening produk giro. berbeda dengan wadiah amanah, dimana pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. Sedangkan pada wadiah amanah harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi (Muhamad, 2015:31).

b. Prinsip Mudharabah

Dalam prinsip mudharabah, penyimpanan atau depositan bertindak sebagai pemilik modal sedangkan bank bertindak sebagai pengelola. Dana yang tersimpan

kemudian oleh bank digunakan untuk melakukan pembiayaan mudhrabah, maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang mungkin terjadi (Muhamad, 2015:31).

2.6.3 Jasa Bank

Selain dapat melakukan kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, bank juga dapat memberikan jasa kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan, jasa tersebut lainnya:

a. Sharf (Jual Beli Valuta Asing)

Sharf adalah jual beli mata uang yang tidak sejenis namun harus dilakukan pada waktu yang sama. Bank mengambil keuntungan untuk jasa jual beli tersebut (Muhamad, 2015:32).

b. Ijarah (Sewa)

Kegiatan Ijarah adalah menyewakan simpanan dan jasa tata-laksana administrasi dokumen, dalam hal ini bank mendapatkan imbalan sewa dari jasa tersebut (Muhamad, 2015:32).

2.7 Promosi

Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi, artinya keputusan terakhir bank harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin kepada konsumen. Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir setelah produk, harga dan tempat, serta inilah yang paling sering diidentikkan sebagai aktivitas pemasaran. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya (Arif, 2015: 185). Dalam menentukan alat promosi, manajer pemasaran perusahaan harus mengenal ciri masing-masing alat promosi yang akan digunakan. Secara garis besar ada bauran promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan secara umum sebagai berikut:

1. Periklanan

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi konsumen lama serta calon konsumennya.

2. Promosi Penjualan

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah konsumen. Promosi penjualan digunakan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan.

3. *Publisitas*

Publisitas adalah kegiatan promosi untuk memmancing konsumen melalui kegiatan seperti pameran, pembukaan satan promosi di pusat perbelanjaan, sponsorship kegiatan, dan berperan serta dalam kegitan amal. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor perusahaan dimata para konsumennya. Tujuan kegiatan ini adalah agar konsumen dapat mengenal perusahaan lebih dekat, dengan ikut kegiatan tersebut konsumen akan selalu mengingat perusahaan tersebut dan diharapkan akan menarik konsumen.

4. *Public Relation*

Public Relation adalah upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut.

2.8 Pelayanan (*Service*)

Pelayanan atau disebut jasa sering dilihat sebagai suatu fenomena yang rumit. Jasa. Jasa sering diartikan sebagai pelayanan personal sampai jasa sebagai suatu produk (Daulay,2010).Kualitas pelayanan merupakan suatu tingkat mutu dari

kualitas atas standar pelayanan yang diberikan kepada nasabah ketika nasabah melakukan kegiatan atas transaksi di bank yang bisa diukur dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, kenyamanan serta empati. Kualitas pelayanan bisa menunjang atau menaikkan peluang nasabah untuk memutuskan menggunakan jasa perbankan (Yogiarto, 2015). (Kotler,2000:40) dalam (Arif, 2015:236) Terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas jasa yaitu:

1. *Tangible*(Berwujud)

Jasa yang dapat dilihat oleh konsumen berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat.

2. *Empathy*

Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan. Jadi setiap elmen dalam perusahaan mempunyai kewajiban memberikan pelayanan yang tulus kepada nasabah .

3. *Responsiveness*(Cepat Tanggap)

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu konsumen dan memberiakan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan nasabah.

4. *Reliability*(Keandalan)

Kemampuan untuk memberiakan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten. Suatu Bank yang mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan melalui promosi akan memberiakan kepuasan tersendiri kepada nasabah.

5. *Assurance*(Kepastian)

Berupa kemampuan karayawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada nasabah.

2.9 Motivasi

Motivasi adalah suatu dorongan baik dari orang lain maupun dari diri sendiri untuk mengerjakan suatu pekerjaan dengan sadar dan semangat untuk kebutuhan seseorang mencapai target tertentu (Mulyadi, 2016:115). (Maslow, 2013) dalam (Mulyadi, 2016:121)kebutuhan nasabah sebagai berikut :

a. Kebutuhan Fisiologis

kebutuhan fisiologis adalah kebutuhan makan, kebutuhan minum, kebutuhan perlindungan fisik dan kebutuhan bernapas. dalam hubungan dengan kebutuhan ini diharapkan pihak bank memberikan dorongan kepada calon nasabah untuk menggunakan atau membeli produk bank Syariah untuk kebutuhan hidupnya.

b. Kebutuhan Rasa Aman

Kebutuhan rasa aman adalah kebutuhan perlindungan dari ancaman bahaya. Dalam hubungan dengan kebutuhan ini, pihak bank perlu memberikan motivasi kepada nasabah dengan cara memberikan rasa aman dalam menggunakan produk-produk bank syariah.

c. Kebutuhan Sosial atau Rasa Memiliki

kebutuhan rasa memiliki yaitu kebutuhan untuk diterima dalam kelompok unit kerja. Dalam hubungan kebutuhan ini, pihak bank menerima nasabah dan melakukan interaksi dengan baik dan hubungan yang harmonis.

d. Kebutuhan Harga Diri

kebutuhan harga diri adalah kebutuhan untuk dihargai, dihormati, oleh orang lain, dalam hal ini pihak bank tidak boleh sewenang-wenang memperlakukan nasabah karena mereka perlu dihormati dan diberikan penghargaan.

e. Kebutuhan Aktualisasi

Kebutuhan aktualisasi adalah untuk mengembangkan diri dari potensi, mengemukakan ide-ide, memberikan penilaian dan kritik. dalam kebutuhan ini bank perlu memberikan kesempatan kepada nasabah agar mereka bisa mengaktualisasikan diri baik dan wajar pada bank syariah.

2.10 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

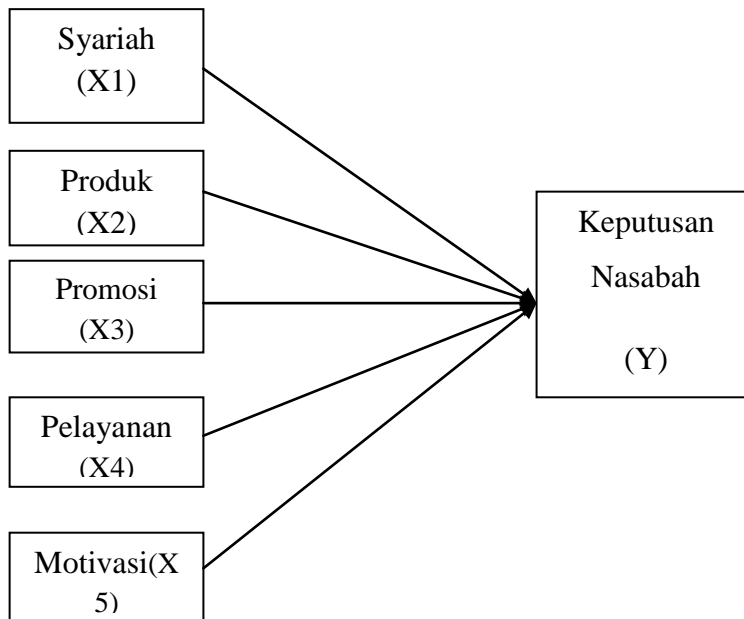
No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
1	Wahyuni, 2013	Pengaruh faktor syariah, tingkat keuntungan bagi hasil, dan motivasi terhadap keputusan nasabah menggunakan perbankan syariah.	Y= Keputusan Nasabah , X1= Faktor Syariah X2= Tingkat Keuntungan X3= Motivasi	Hasil penelitiannya menunjukkan Ketiga variabel independen mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).
2	Irawan, 2009.	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memutuskan	Y=keputusan memilih sistem bagi hasil. X1=motivasi	Hasil penelitiannya menunjukkan ke lima variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih sistem bagi

		Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.	X2= belajar X3= sikap X4= persepsi X5=tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis	hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang
3	Istiqomah, 2015	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Stain Salatiga Untuk Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah	Y= keputusan menjadi nasabah X1=Syariah X2=Produk X3=Promosi X4=Pelayanan	Hasil pengolahan data primer dengan menggunakan analisis regresi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel nilai syariah, produk, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa perbankan syariah STAIN Salatiga untuk menjadi nasabah di perbankan syariah

2.11 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir adalah sintesa tentang hubungan antara variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan (Sugiyono,2015:92). Dari penjelasan

sebelumnya, maka dapat diketahui kerangka pemikiran mengenai keputusan nasabah sebagai variabel dependen dan syariah, produk, promosi, pelayanan serta motivasi sebagai variabel independen.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.12 Bangunan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta – fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2015:92).

Berdasarkan tinjauan dan kajian terhadap penelitian dahulu yang relevan, maka hipotesis yang akan diujikan kebenarannya secara empiris adalah :

1. Pengaruh syariah terhadap keputusan nasabah menggunakan perbankan syariah.

Syariah adalah hukum atau peraturan yang ditentukan Allah SWT untuk hamba – hambanya sebagaimana yang terkandung dalam AlQur'an dan diterangkan oleh Rasul SAW dalam bentuk sunah rosul (Istiqomah, 2015).

(Lestari, 2015), (Wahyuni, 2011) dan (Istiqomah, 2015) menunjukkan bahwa variabel syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Hal yang cukup menarik dalam penelitian mengenai keputusan nasabah ini adalah yang dilakukan disalah satu bank di Yogyakarta yang menyatakan bahwa secara parsial *religiusitas* tidak berpengaruh terhadap minat menabung (Fauzi 2010). Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut,

H1 : Syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan perbankan syariah.

2. Pengaruh produk terhadap keputusan nasabah menggunakan perbankan syariah.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan (Arif, 2015:123). Didalam produk perbankan syariah terdapat tiga kegiatan yaitu kegiatan penghimpun dana, kegiatan penyaluran dana dan jasa perbankan.

Pulungan (2009), Fauzi (2010) dan (Istiqomah 2015) menyatakan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan perbankan syariah. Sedangkan (Rahmawaty, 2014) yang menyatakan persepsi tentang produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap

minat menggunakan produk pada bank syariah. Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut,

H2 : Produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan perbankan syariah.

3. Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan perbankan syariah.

Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi, artinya keputusan terakhir bank harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin kepada konsumen. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya (Arif , 2015: 185).

(Istiqomah, 2015) dan (Yogiarto, 2015) Menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Hal yang cukup menarik dalam penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah oleh (Pulungan , 2009) yang dilakukan disalah satu bank di Medan yang menyatakan bahwa faktor promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut,

H3 : Promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan perbankan syariah.

4. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan perbankan syariah.

Kualitas pelayanan merupakan suatu tingkat mutu dari kualitas atas standar pelayanan yang diberikan kepada nasabah ketika nasabah melakukan kegiatan atas transaksi di bank yang bisa diukur dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap,

kenyamanan serta empati. Kualitas pelayanan bisa menunjang atau menaikkan peluang nasabah untuk memutuskan menggunakan jasa perbankan (Yogiarto, 2015).

Didukung oleh (Istiqomah, 2015) (Hasanah, 2011) dan (Yogiarto, 2015) Menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Serta (Pulungan, 2009) yang dilakukan disalah satu bank di Medan yang menyatakan bahwa faktor pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut,

H4 : Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan perbankan syariah.

5. pengaruh Motivasi terhadap keputusan nasabah menggunakan perbankan Syariah

Motivasi adalah suatu dorongan baik dari orang lain maupun dari diri sendiri untuk mengerjakan suatu pekerjaan dengan sadar dan semangat untuk Kebutuhan seseorang mencapai target tertentu (Mulyadi, 2016:115). Motivasi sebagai daya penggerak didalam individu yang mendorong mereka ke arah tindakan tertentu. Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan dan kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut. Seorang nasabah akan merespon bank syariah atau berminat ke bank syariah ketika ada produk atau akad yang dirasakan menguntungkan dirinya. (Endang, 2013), (Nelvi, 2015) yang menyatakan bahwa variabel motivasi berpengaruh terhadap keputusan pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih jasa perbankan. Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5 : Motivasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan perbankan syariah.

