

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan menemukan inspirasi baru berupa ilmu pengetahuan yang dapat diandalkan, dalam proses berpikir yang logis dan didukung oleh fakta empiris, disamping itu penelitian terdahulu membantu peneliti sebagai acuan dan referensi dalam membuat penelitian ini. Penelitian terdahulu memudahkan peneliti dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis untuk penyusunan penelitian dari segi teori maupun konsep.

Dalam penyajiannya hendaknya ditunjukkan bahwa permasalahan yang diteliti belum terpecahkan secara memuaskan atau penelitian yang sama diterapkan dalam dimensi waktu serta tempat yang berbeda. Selain itu dijelaskan apa perbedaan atau kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu.¹

Bagian ini peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan.

Penelitian dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan di Bank Syariah”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah faktor-faktor seperti Kualitas pelayanan, lokasi perusahaan, promosi, tingkat religiulitas dan tingkat margin mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan di Bank Syariah. Subjek dari penelitian ini adalah

¹Tim TA Prodi T.E. STITEK Bontang, *Buku Panduan Tugas Akhir Teknik Elektro STITEK Bontang*, (Yogyakarta:Deepublish,2015), h. 31.

nasabah Bank Syariah yang berjumlah 109 Orang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank Syariah yang kemudian data yang terkumpul diolah dengan menggunakan aplikasi software SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tingkat margin merupakan satu-satunya variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih layanan di Bank Syariah. Sedangkan variabel lainnya seperti kualitas pelayanan, lokasi perusahaan, promosi, dan tingkat religiulitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih layanan di Bank Syariah.²

Perbedaan pada penelitian terdahulu dengan calon peneliti yaitu calon peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dan meneliti beberapa nasabah muslim di Kelurahan Salo, Kecamatan Watang Sawitto, Kabupaten Pinrang yang mempunyai rekening di Bank konvensional sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank Syariah yang kemudian data yang terkumpul diolah dengan menggunakan aplikasi software SPSS versi 20.

Penelitian dengan judul “Faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah bank syariah”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah Bank syariah, yang mana perkembangan Bank Syariah di era sekarang ini terus meningkat pesat, faktor pengetahuan masyarakat adalah semua informasi yang

²Mahfud Nugroho, *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan di Bank Syariah*, (Tesis; Program Studi Megister Manajemen, Universitas Muhamadiyah Surakarta, 2019), h.1.

diketahui masyarakat mengenai berbagai macam produk/jasa yang meliputi pengetahuan sistem, tujuan, manfaat, dan nilai kepuasan produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor masyarakat mengenai perbankan syariah dan keputusannya untuk menjadi nasabah, dalam lingkup ini yaitu Bank Syariah penting untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap keputusan menjadi nasabah, dan untuk mengetahui jenis pengetahuan masyarakat yang paling menentukan keputusan menjadi nasabah. Ditinjau dari tujuannya, penelitian ini termasuk penelitian Kualitatif. Penelitian dilakukan menggunakan teknik survei dengan menyebarkan pengumpulan data kepada nasabah dan pihak ketiga Bank Syariah Cabang Sumber Cirebon.

Hasil penelitian menunjukkan tingkat pengetahuan masyarakat lebih cenderung kepada faktor keislaman yang ada pada Perbankan Syariah, mayoritas nasabah mengetahui tentang ciri keislaman pada Bank Syariah. Namun sangat sedikit yang mengetahui mengenai operasional Perbankan Syariah tersebut, masyarakat lebih mengutamakan nilai keislaman yang dimiliki bank tersebut.³

Perbedaan pada penelitian terdahulu dengan calon peneliti yaitu calon peneliti fokus penelitiannya pada beberapa nasabah muslim yang memiliki rekening di Bank konvensional lalu ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah muslim dalam hal memilih Bank konvensional. Objek dalam penelitian ini adalah nasabah di Kabupaten Pinrang yang menabung di Bank Konvensional dan jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian terdahulu ingin meneliti faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah bank

³Ahmad Munajim, Saeful Anwar, *Faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah bank syariah*. (Jurnal Ilmiah Indonesia, Vol.1 No.2 Oktober 2016), h.41.

syariah dan objek penelitiannya adalah nasabah non-muslim yang menjadi nasabah Bank Syariah yang berada di sumber Kabupaten Cirebon.

Penelitian dengan judul “Analisis faktor penentu keputusan konsumen muslim dalam memilih jasa perbankan: Bank Syariah VS Bank Konvensional”. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut: pertama, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah muslim, dalam memilih produk perbankan syariah terdiri atas empat faktor yang terbentuk. Faktor tersebut adalah: (a) Faktor 1, terdiri atas *product, people, proses* dan *physical evidence*; (b) Faktor 2 adalah *assurance, responsiveness* dan *tangible*; (c) Faktor 3 adalah *kognitif, feeling dan intense to use*; sedangkan (d) Faktor 4 adalah *promotion*. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah muslim dalam memilih produk perbankan konvensional terdiri atas empat faktor yang terbentuk. Faktor tersebut adalah (a) Faktor 1, terdiri atas *assurance, responsiveness, tangible, empathy dan reliability*; (b) Faktor 2 adalah *people, process* dan *physical evidence*; (c) Faktor 3 adalah *feeling dan intense to use*, (d) Faktor 4 adalah *promotion*.⁴

Perbedaan pada penelitian terdahulu dengan calon peneliti yaitu calon peneliti ingin mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah muslim dalam memilih Bank konvensional dan teknik pengumpulan data yang lazim digunakan oleh para peneliti kualitatif untuk memperoleh data, baik data primer maupun data sekunder adalah teknik observasi, teknik wawancara (*interview*), dan dokumentasi. Sedangkan penelitian terdahulu ingin mengetahui faktor penentu konsumen/nasabah muslim dalam hal memilih jasa perbankan baik dari Bank syariah maupun dari Bank

⁴Ela Patriana, *Analisis faktor penentu keputusan konsumen muslim dalam memilih jasa perbankan: Bank Syariah Vs Bank Konvensional*. (Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol.3 No.1 Januari-Juni 2018), h. 59.

Konvensional. Jenis penelitiannya yaitu penelitian kuantitatif dan pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik probability sampling dengan menggunakan rumus Slovin, dihasilkan 100 responden.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Bank

Kata bank merupakan kata yang sering kita dengar dalam kehidupan sehari-hari. Hampir setiap hari kita menggunakan jasa yang diberikan oleh perbankan untuk aktivitas pekerjaan kita atau sekedar hanya untuk keperluan pribadi.⁵ Masyarakat di negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan.

Di negara maju, bank menjadi lembaga yang sangat strategis dan memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian negara. Di negara berkembang, kebutuhan masyarakat terhadap bank tidak hanya terbatas pada penyimpanan dana dan penyaluran dana saja, akan tetapi juga terhadap pelayanan jasa yang ditawarkan oleh bank.⁶

2.2.1.1 Pengertian Bank

Bank berasal dari kata Italia *Banco* yang artinya Bangku. Bangku inilah yang dipergunakan oleh bankir untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah. Istilah bangku secara resmi dan menjadi populer menjadi Bank.⁷

⁵Ivalaina Astarina dan Angga Hapsila, *Manajemen Perbankan*, (Yogyakarta:Deepublish, 2015), h.1.

⁶Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), h.23.

⁷Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, (Cet. 4; Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2005), h.1.

Bank dapat menghimpun dana masyarakat secara langsung dari nasabah. Bank merupakan lembaga yang dipercaya oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan dalam menempatkan dananya secara aman. Di sisi lain, bank berperan menyalurkan dana kepada masyarakat. Bank dapat memberikan pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Masyarakat dapat secara langsung mendapat pinjaman dari bank, sepanjang peminjam dapat memenuhi persyaratan yang diberikan oleh bank. Pada dasarnya bank mempunyai peran dalam dua sisi, yaitu menghimpun dana secara langsung yang berasal dari masyarakat yang sedang kelebihan dana (*surplus unit*), dan menyalurkan dana secara langsung kepada masyarakat yang membutuhkan dana (*defisit unit*) untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga bank disebut dengan *Financial Intermediary*.⁸

Menurut Undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Pengertian Bank menurut para ahli yang sangat beragam di antaranya sebagai berikut:

1. G.M. Verryn Stuart mengemukakan bahwa bank adalah suatu badan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan kredit, baik dengan alat-alat pembayarannya sendiri atau dengan uang yang diperolehnya dari orang lain, maupun dengan jalan memperedarkan alat-alat penukar baru berupa uang giral. Menurut pendapat tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa bank disini ialah tujuan utamanya adalah memberikan kredit pada nasabah atau

⁸Ismail, *Perbankan Syariah*, h.24.

masyarakat untuk pemenuhan kebutuhannya dengan pembayaran yang dilakukan sendiri atau dengan uang yang mereka peroleh dari orang lain.

2. Menurut Dr.B. N Ajuha mendefinisikan, bank menyalurkan modal dari mereka yang tidak dapat menggunakan secara menguntungkan kepada mereka yang dapat membuatnya lebih produktif untuk keuntungan masyarakat.⁹
3. Suyanto menjelaskan bahwa bank adalah badan yang usaha utamanya menciptakan kredit. Berdasarkan dari pendapat Suyanto ini diambil kesimpulan bahwa bank disini hanya bertujuan untuk menciptakan atau memberikan kredit kepada nasabah yang sedang membutuhkan dana atau modal.
4. A. Abdurrachman, Ensiklopedia Ekonomi Keuangan dan Perdagangan juga menjelaskan bahwa bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai perusahaan-perusahaan dan lain-lain.¹⁰

Berdasarkan beberapa pengertian bank di atas dapat disimpulkan bahwa bank adalah sebuah perusahaan atau tempat masyarakat menyimpan sebagian uangnya yang kelebihan dana dan juga membantu masyarakat yang sedang membutuhkan dana dengan memberikan pinjaman atau kredit dan bentuk-bentuk layanan lainnya. Selain itu lembaga perbankan sangat dibutuhkan keberadaannya ditengah-tengah

⁹Ivalaina Astarina dan Angga Hapsila, *Manajemen Perbankan*, h.1.

¹⁰Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, Edisi II (Cet. I: Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), h. 14.

masyarakat maupun di semua sektor usaha yang ada, lembaga perbankan juga sangat mendorong pertumbuhan suatu negara.

2.2.1.2 Fungsi Utama Bank

Bank memiliki tiga fungsi utama menjalankan perannya dalam masyarakat yaitu:

1. Menghimpun dana dari masyarakat

Fungsi utama bank yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Bank menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan. Masyarakat yang kelebihan dana mempercayai bank sebagai tempat yang aman untuk melakukan investasi, dan menyimpan dana (uang). Keamanan atas dana (uang) yang disimpan di bank oleh masyarakat merupakan faktor yang sangat penting bagi masyarakat.

Pengumpulan dana dari masyarakat dilakukan oleh bank dengan menggunakan berbagai strategi agar masyarakat mau memberikan dan menyimpan dananya di bank. Jenis simpanan yang dapat dipilih oleh masyarakat adalah simpanan giro, tabungan, sertifikat deposito, dan deposito berjangka. Strategi bank dalam menghimpun dana adalah dengan memberikan insentif berupa balas jasa yang menarik dan menguntungkan. Disamping itu bank juga memberikan rangsangan lain berupa cendera mata, hadiah pelayanan yang mudah melalui sms banking dan sebagainya.¹¹ Dengan fungsi bank yang pertama ini sangat membantu masyarakat yang memiliki dana lebih karena dana (uang) yang mereka telah disimpan di tempat yang aman, lain halnya ketika dana (uang) yang mereka miliki masih disimpan di rumah,

¹¹Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), h. 498.

mereka akan dipenuhi rasa was-was dan cemas akan kehilangan dana (uang) tersebut.

2. Menyalurkan dana kepada masyarakat

Fungsi bank yang kedua adalah menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Kebutuhan dana oleh masyarakat, akan lebih mudah diberikan oleh bank apabila, masyarakat yang membutuhkan dana dapat memenuhi semua persyaratan yang diberikan oleh bank. Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank, karena bank akan memperoleh pendapatan atas dana yang disalurkan. Pendapatan tersebut dapat berupa bunga bagi bank konvensional dan bagi hasil bagi bank syariah. Kegiatan penyaluran dana kepada masyarakat, di samping merupakan aktivitas yang dapat menghasilkan keuntungan, juga untuk memanfaatkan dana yang *idle (Idle Fund)* karena bank telah membayar sejumlah tertentu atas dana yang telah dihimpunnya.

3. Pelayanan jasa perbankan

Bank juga dapat memberikan beberapa pelayanan jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Pelayanan jasa kepada nasabah merupakan fungsi bank yang ketiga. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank antara lain jasa pengiriman uang (*transfer*), pemindahbukuan, penagihan surat-surat berharga, kliring, *letter of credit (L/C)*, *inkaso*, bank garansi, internet banking, dan pelayanan jasa lainnya. Produk pelayanan jasa bank yang ditawarkan kepada masyarakat merupakan aktivitas pendukung yang dapat diberikan oleh bank.

Aktivitas pelayanan jasa, akhir-akhir ini merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari *fee* atas pelayanan jasa tersebut. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi dan sistem informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah adalah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Saat ini harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank adalah kecepatan dan keakuratannya, sehingga bank berlomba-lomba untuk selalu berinovasi dalam memberikan produk layanan jasanya.¹²

2.2.1.3 Fungsi bank sebagai lembaga perantara keuangan

Bank juga disebut sebagai lembaga perantara keuangan atau *Financial Intermediary*. Sebagai lembaga perantara keuangan, artinya bank menjembatani kebutuhan dua nasabah yang berbeda, satu pihak, merupakan nasabah yang memiliki dana dan pihak lainnya merupakan nasabah yang membutuhkan dana. Bank menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit. Produk simpanan yang ditawarkan oleh bank antara lain simpanan giro, tabungan, deposito, dan produk penghimpunan dana lainnya. Fungsi lainnya adalah penyaluran dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk penempatan dana lainnya. Sebagian besar penyaluran dana kepada pihak ketiga adalah dalam bentuk kredit. Kredit yang diberikan oleh bank secara garis besar dilihat dari segi tujuan penggunaan dapat dibagi menjadi kredit investasi, kredit modal kerja, dan konsumsi.

¹²Ismail, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Kencana, 2010), h.4-6.

Sebagai lembaga *intermediary*, bank menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Masyarakat yang menempatkan dananya dalam bentuk simpanan, tujuannya adalah agar dana tersimpan dengan aman. Di samping rasa aman, masyarakat mengharapkan memperoleh imbalan atas dana yang disimpan di bank. Beberapa jenis imbalan yang diberikan oleh bank akan berbeda-beda tergantung dari jenis simpanannya. Bank akan memberikan jasa giro kepada nasabah yang memiliki rekening giro bank. Sementara nasabah yang memiliki tabungan dan deposito akan mendapat imbalan berupa bunga tabungan atau deposito. Jasa giro dan bunga tabungan akan diberikan kepada nasabah tiap akhir bulan, dan bunga deposito akan diberikan kepada nasabah setiap bulan pada tanggal penempatan.

Pada sisi sebaliknya, terdapat masyarakat yang membutuhkan dana untuk mengembangkan usahanya atau untuk memenuhi kebutuhan pribadi, sementara dana yang dimilikinya terbatas. Kebutuhan akan dana tersebut dapat dipenuhi oleh bank dalam aktivitas penyaluran dana kepada masyarakat melalui kredit yang diberikan dan/atau melalui penempatan dana dalam bentuk lainnya. Sebagai balas jasa penyaluran dana kepada masyarakat, bank akan menerima imbalan berupa bunga. Bunga yang diterima atas penyaluran dana dalam bentuk kredit disebut dengan bunga kredit.¹³

2.2.2 Teori Pengambilan Keputusan

2.2.2.1 Pengertian Pengambilan Keputusan

Keputusan adalah penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau

¹³Ismail, *Manajemen Perbankan*, h.9-11.

rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, begitu besarnya pengaruh yang akan terjadi jika seandainya rekomendasi yang dihasilkan tersebut terdapat kekeliruan atau adanya kesalahan-kesalahan yang tersembunyi karena faktor ketidakhati-hatian dalam melakukan pengkajian masalah.¹⁴

Menurut J.Reason, pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan selalu menghasilkan satu pilihan final.

G.R. Terry mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah sebagai pemilihan yang didasarkan kriteria tertentu atas dua atau lebih alternatif yang mungkin. Sedangkan Claude S.George, Jr mengatakan proses pengambilan keputusan itu dikerjakan oleh kebanyakan manajer berupa suatu kesadaran, kegiatan pemikiran yang termasuk pertimbangan, penilaian dan pemilihan diantara sejumlah alternatif.¹⁵

Ahli lain yaitu Horold dan Cyril O'Donnell mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah pemilihan diantara alternatif mengenai suatu cara bertindak yaitu dari perencanaan, suatu rencana tidak dapat dikatakan tidak ada jika tidak ada keputusan, suatu sumber yang dapat dipercaya, petunjuk atau reputasi yang telah dibuat .

P.Siagian mendefinisikan pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan sistematis terhadap suatu masalah, pengumpulan fakta dan data, penelitian yang

¹⁴Irham Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan*, (Jakarta:PT. RajaGrafindo Persada, 2016), h. 2.

¹⁵Ibnu Syamsi, *Pengambilan keputusan dan sistem informasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h. 5

matang atas alternatif dan tindakan. Pengambilan keputusan merupakan salah satu bentuk perbuatan berpikir dan hasil dari suatu perbuatan itu disebut keputusan.

Menurut Suharnan, pengambilan keputusan adalah proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan diantara situasi-situasi yang tidak pasti. Pembuatan keputusan terjadi di dalam situasi-situasi yang meminta prediksi kedepan, memilih salah satu diantara dua pilihan atau lebih, membuat estimasi (prakiraan) mengenai frekuensi prakiraan yang akan terjadi. Salah satu fungsi berpikir adalah menetapkan keputusan. Keputusan yang diambil seseorang beraneka ragam.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemikiran dari pemilihan alternatif yang akan dihasilkan mengenai prediksi ke depan.¹⁶

2.2.2.2 Dasar-dasar pengambilan keputusan

George R. Terry menjelaskan dasar-dasar dari pengambilan keputusan yang berlaku, di antara lain:

1. Intuisi

Keputusan yang diambil berdasarkan intuisi atau perasaan lebih bersifat subjektif yaitu mudah terkena sugesti, pengaruh luar, dan faktor kejiwaan lain. Pengambilan keputusan yang berdasarkan intuisi membutuhkan waktu yang singkat untuk masalah-masalah yang dampaknya terbatas, pada umumnya pengambilan keputusan yang bersifat intuitif akan memberikan kepuasan. Akan tetapi, pengambilan keputusan ini sulit diukur kebenarannya karena kesulitan mencari pembandingnya dengan kata lain hal ini diakibatkan

¹⁶Ibnu Syamsi, *Pengambilan keputusan dan sistem informasi*, h. 7

pengambilan keputusan intuitif hanya diambil oleh satu pihak saja sehingga hal-hal yang lain sering diabaikan.

2. Pengalaman

Dalam hal tersebut, pengalaman memang dapat dijadikan pedoman dalam menyelesaikan masalah. Keputusan yang berdasarkan pengalaman sangat bermanfaat bagi pengetahuan praktis. Pengalaman dan kemampuan untuk memperkirakan apa yang menjadi latar belakang masalah dan bagaimana arah penyelesaiannya sangat membantu dalam memudahkan pemecahan masalah.

3. Fakta

Keputusan yang berdasarkan sejumlah fakta, data atau informasi yang cukup itu memang merupakan keputusan yang baik dan solid, namun untuk mendapatkan informasi yang cukup itu sangat sulit.

4. Wewenang

Keputusan yang berdasarkan pada wewenang semata maka akan menimbulkan sifat rutin dan mengasosiasikan dengan praktik dictatorial. Keputusan berdasarkan wewenang kadangkala oleh pembuat keputusan sering melewati permasalahan yang seharusnya dipecahkan justru menjadi kabur atau kurang jelas.

5. Rasional

Keputusan yang bersifat rasional berkaitan dengan daya guna. Masalah-masalah yang dihadapi merupakan masalah yang memerlukan pemecahan rasional. Keputusan yang dibuat berdasarkan pertimbangan rasional lebih bersifat objektif. Dalam masyarakat, keputusan yang rasional dapat diukur

apabila kepuasan optimal masyarakat dapat terlaksana dalam batas-batas nilai masyarakat yang di akui saat itu.

2.2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan

Menurut Kotler, faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan antara lain:

1. Faktor Budaya

Pada setiap kelompok masyarakat pasti memiliki budaya, dimana budaya tersebut bisa digunakan sebagai aturan, kebiasaan dan ciri khas dari suatu kelompok masyarakat. Faktor budaya terdiri dari budaya, sub budaya dan kelas sosial merupakan hal yang sangat penting dalam perilaku konsumen.

a. Budaya

Budaya adalah kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari dari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.

b. Sub Budaya

Setiap kebudayaan mengandung sub-kebudayaan yang lebih kecil atau kelompok orang-orang yang mempunyai sistem nilai yang sama berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang sama. Sub kebudayaan meliputi kewarganegaraan, agama, kelompok ras dan daerah geografis. Sub-Budaya adalah sekelompok orang yang mempunyai sistem nilai sama berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi.

c. Kelas Sosial

Adalah bagian-bagian yang relatif homogen dan tetap dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hirarki dan anggota-anggotanya memiliki tata nilai, minat dan perilaku serupa. Kelas sosial mengacu pada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku mereka berdasarkan posisi ekonomi mereka di pasar.

2. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor sosial, antara lain :

a. Kelompok Acuan

Perilaku konsumen umumnya dipengaruhi oleh individu lainnya, individu yang mempengaruhi tersebut dapat dimasukkan sebagai kelompok primer yang terdiri atas kelompok terdekat dari individu tersebut. Misalnya ; keluarga, teman dan tetangga, sedangkan kelompok kedua adalah kelompok sekunder yang mempunyai interaksi yang lebih formal dan memiliki sedikit interaksi. Kelompok sekunder meliputi kelompok keagamaan, serikat buruh, dan asosiasi professional.

b. Keluarga

Keluarga adalah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih orang yang berhubungan melalui darah, perkawinan ataupun adopsi dan tinggal bersama. Anggota keluarga sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap individu. Keluarga mempunyai peran penting dimana setiap anggota keluarga saling mempengaruhi.

c. Peran dan Status

Dalam kehidupan bermasyarakat, peran dan status selalu mengikuti perjalanan setiap individu. Peran dan status seorang individu dalam kelompok tertentu misalnya keluarga sangat mempengaruhi individu tersebut dalam perilaku pembelian.

3. Faktor Pribadi

Dalam perilaku pembelian, faktor pribadi juga mempengaruhi seorang individu. Faktor tersebut terdiri dari:

a. Usia

Dalam kehidupan, perjalanan usia tidak dapat dihindarkan. Dengan berjalannya usia maka terjadi pula perubahan pola konsumsi untuk masing-masing usia.

b. Pekerjaan

Pekerjaan juga dapat mempengaruhi seorang individu dalam perilaku konsumsinya, misalkan seorang pekerja kasar maka akan cenderung membeli pakaian untuk pekerjaan kasar, sedangkan pekerja kantoran akan cenderung untuk membeli setelan kemeja atau jas.

c. Keadaan Ekonomi

Dalam perilaku pembelian, sedikit banyak juga dipengaruhi oleh situasi ekonomi, dengan berubahnya situasi ekonomi maka biasanya akan merubah perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

d. Gaya Hidup

Individu dengan latar belakang gaya hidup yang berbeda memiliki kecenderungan berbeda pula dalam perilaku pembeliannya.

Gaya hidup dapat dipengaruhi oleh keluarga, situasi pekerjaan, hobi, dan masih banyak lagi yang lainnya.

e. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan tetap terhadap lingkungannya. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen, asalkan jenis kepribadian tersebut dapat diklasifikasikan dengan akurat dan terdapat korelasi yang kuat antara jenis kepribadian tertentu dengan pilihan produk atau merek. Yang juga berkaitan dengan kepribadian adalah konsep diri seseorang. Konsep diri adalah cara pandang konsumen terhadap dirinya sendiri. Dengan mengetahui konsep diri seseorang pemasar akan mengetahui tujuan pembelian bagi konsumen.

4. Faktor Psikologis

Faktor psikologis adalah salah satu faktor yang cukup dominan dalam menentukan proses keputusan pembelian, sebab pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh daur hidup keluarga dan kepribadiannya. Faktor psikologis mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap dan kepribadian. Sikap dan kepercayaan merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu :

a. Motivasi

Seorang individu dalam kehidupan bermasyarakat juga memerlukan motivasi untuk menjalani hidupnya, motivasi sendiri juga dapat mempengaruhi seorang individu dalam melakukan perilaku pembelian.

b. Persepsi

Setiap hari individu mempunyai motivasi untuk melakukan pembelian, tetapi faktor lain yang mempengaruhi seorang individu tersebut adalah persepsi. Persepsi merupakan rangsangan yang terorganisir dan teranalisa. Sering kali seorang individu dihadapkan pada suatu pilihan, dalam pemilihan suatu barang misalnya, dengan adanya persepsi maka seorang individu dapat memilih sesuai dengan persepsi yang tertanam dalam dirinya.

c. Pengetahuan

Melakukan tindakan seorang individu tidak lepas dari pembelajaran, perubahan perilaku individu dalam pembelian juga dipengaruhi oleh pengalaman dan pembelajaran dari pembelian sebelumnya. Ahli teori ilmu pengetahuan mengatakan bahwa pengetahuan seseorang dihasilkan melalui suatu proses yang paling mempengaruhi dari dorongan, rangsangan, petunjuk, tanggapan dan penguatan.

d. Keyakinan dan sikap

Seorang pemasar biasanya memperhatikan keyakinan konsumennya akan produknya, sering kali seorang pemasar harus merubah iklannya untuk membentuk keyakinan individu dalam pemilihan suatu produk.¹⁷

¹⁷Yeyen Fitriyani, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Pengambilan keputusan nasabah memilih bank syariah di Kecamatan Ciputat*, (Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah: Jakarta, 2016), h. 19-23.

2.2.2.4 Tahap-tahap pengambilan keputusan

Guna memudahkan pengambilan keputusan maka perlu dibuat tahap-tahap yang bisa mendorong kepada terciptanya keputusan yang diinginkan. Adapun tahap-tahap tersebut adalah:

1. Mendefinisikan masalah tersebut secara jelas dan gamblang, atau mudah untuk dimengerti .
2. Membuat daftar masalah yang akan dimunculkan, dan menyusunnya secara prioritas dengan maksud agar adanya sistematika yang lebih terarah dan terkendali.
3. Melakukan identifikasi dari setiap masalah tersebut dengan tujuan untuk lebih memberikan gambaran secara lebih tajam dan terarah secara lebih spesifik.
4. Memetakan setiap masalah tersebut berdasarkan kelompoknya masing-masing yang kemudian selanjutnya dibarengi dengan menggunakan model atau alat uji yang akan dipakai.
5. Memastikan kembali bahwa alat uji yang dipergunakan tersebut telah sesuai dengan prinsip-prinsip dan kaidah-kaidah yang berlaku pada umumnya.

Disisi lain Simon (1960) mengatakan, pengambilan keputusan berlangsung melalui empat tahap, yaitu:

1. *Intelligence*
2. *Design*
3. *Choice*
4. *Implementasi*

Secara lebih dalam beliau mengatakan bahwa, "*Intelligence* adalah proses pengumpulan informasi yang bertujuan mengidentifikasi permasalahan. *Design*

adalah tahap perancangan solusi terhadap masalah. Biasanya pada tahap ini dikaji berbagai macam *alternatif* pemecahan masalah. *Choice* adalah tahap mengkaji kelebihan dan kekurangan dari berbagai macam *alternatif* yang ada dan memilih yang terbaik. *Implementasi* adalah tahap pengambilan keputusan dan melaksanakannya.

2.2.2.5 Proses pengambilan keputusan

Lahirnya suatu keputusan tidak serta merta berlangsung secara sederhana begini, sebab sebuah keputusan itu selalu saja lahir berdasarkan dari proses yang memakan waktu, tenaga dan pikiran hingga akhirnya terjadinya suatu pengkristalan dan lahirlah keputusan tersebut. Saat pengambilan keputusan adalah saat dimana kita sepenuhnya memilih kendali dalam bertindak sedangkan saat kejadian tak pasti adalah saat di mana sesuatu di luar diri kitalah yang menentukan apa yang akan terjadi artinya kendali di luar kemampuan kita. Selanjutnya yang dianggap penting adalah pertanggungjawaban dari keputusan itu sendiri kepada pihak yang berkepentingan.

2.2.2.6 Perubahan keputusan

Proses berlangsung suatu keputusan tentu tidak selamanya berlangsung sesuai dengan rencana yang diharapkan. Secara umum dampak perubahan keputusan tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok perubahan, yaitu:

1. *Incremental changes*, merupakan dampak perubahan keputusan yang diperkirakan atau ditaksir berapa persentase perubahan yang akan terjadi kedepannya tentu berdasarkan data-data yang terjadi di masa lalu (historis).
2. *Turbulence change* merupakan pengambilan keputusan dalam kondisi perubahan yang sulit untuk diperkirakan. Contohnya bencana alam, perubahan kondisi politik, demonstrasi buruh, dan sebagainya. Walaupun data-data

tersebut ada, namun kejadian seperti itu belum tentu memiliki kesamaan kondisi dan seperti dulu.

Perlu kita pahami bahwa data keputusan yang terlalu lama sulit untuk dijadikan sebagai data prediksi ke depan, dan jika kedepan terlalu jauh untuk diprediksi maka ketepatan atau tingkat akurat prediksi juga menjadi bagian yang diragukan hasilnya.

2.2.2.7 Keputusan Memilih Bank

Bank merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Persaingan antar bank sangat ketat, sehingga perusahaan yang bergerak dibidang jasa ini harus memahami nasabah ataupun calon nasabahnya dengan baik. Oleh karena itu pihak manajemen bank harus mengetahui tentang proses penilaian informasi terhadap pemilihan suatu bank dari calon nasabahnya. Untuk itu, keputusan pemilihan bank didasarkan kepada:

1. Karakteristik bank
2. Pemberian bobot pada kepentingan pada ciri-ciri yang relevan di mana banyak calon nasabah lebih mementingkan pada tingkat kesehatan suatu bank
3. Kepercayaan akan merk bank
4. Fungsi utilitas
5. Prosedur evaluasi

Ada lima determinan kualitas jasa yang dapat dijadikan pijakan dalam memilih penyedia jasa, meliputi:

1. Kehandalan, yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.

2. Daya tanggap, yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa yang cepat.
3. Kepastian, yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati, yaitu kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan.
5. Berwujud, yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan personil dan materi komunikasi.

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa informasi suatu bank sangat diperlukan oleh calon nasabah, baik berasal dari bank itu sendiri maupun dari pengalaman orang lain sebelum memutuskan untuk menabung pada suatu bank.¹⁸

2.2.3 Nasabah

Nasabah dapat didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening, baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang bisa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank. Sementara konsumen adalah seseorang atau sekelompok orang yang membeli suatu produk untuk dipakai sendiri dan tidak untuk dijual kembali. Konsumen dapat diartikan sebagai siapa saja yang berkepentingan dengan produk layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Konsumen dapat berupa individu (perorangan), pemerintah, maupun swasta. Konsumen atau nasabah merupakan salah satu indikator keberhasilan maju tidaknya suatu perusahaan.¹⁹

¹⁸Ghozali Maski, *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah di Malang*, (Jurnal Of Indonesia Applied Economics, Vol.4 No.1 Mei 2010), h.46-47

¹⁹Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2012), h.189.

Perilaku Nasabah (*Consumer Behavior*) adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang ditampilkan oleh individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan atau menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan dengan sumber-sumber lainnya. Perusahaan harus menempatkan konsumen sebagai raja dalam perusahaan, sehingga setiap elemen perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Persaingan bisnis pada saat ini semakin tajam, setiap perusahaan harus lebih aktif dan lebih agresif dalam merebut posisi pasar dan memenangkan persaingan.

Konsep *customer oriented* dapat diterapkan pada perusahaan yang dapat menghasilkan produk dan mutlak diterapkan pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Bentuk dari konsep *customer oriented* ini adalah perusahaan harus lebih memperhatikan nasabahnya dengan cara memberikan pelayanan prima dan selalu menjalin hubungan yang baik sehingga memuaskan keinginan dan kebutuhan nasabah.

Dalam dunia bisnis setiap orang memiliki konsumen mereka yang membeli, menggunakan atau mendapatkan manfaat dari apapun yang diproduksi atau dihasilkan oleh perusahaan dan melayani konsumen merupakan hal paling penting yang harus dilakukan oleh perusahaan termasuk perbankan. Perusahaan harus mampu menjadikan konsumen/nasabah menganggap mereka lebih dari sekedar penjual produk, namun mampu membangun kerjasama yang efektif antara keduanya. Konsumen berharap ada pihak yang datang untuk dapat membantu mereka mengidentifikasi masalah-masalah bisnis yang senantiasa muncul kemudian mampu

memberikan solusi untuk mengatasinya dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran yang dikehendaki.

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapat *value* (nilai) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem, atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas.

Suatu bisnis perusahaan yang sangat fokus pada pelanggan terletak pada hubungan yang sangat dekat dan erat dengan pelanggannya, melalui peningkatan pemberian dan penyerahan kepuasan pelanggan yang sekaligus dapat membentuk loyalitas pelanggan. Upaya pemasaran dalam bisnis perusahaan yang dipusatkan pada kebutuhan pelanggan, pada akhirnya dapat membentuk kepuasan pelanggannya.

Manfaat utama dari fokus pelanggan yang kuat dan tingkat kepuasan pelanggan adalah tercapainya tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi. Dengan loyalitas pelanggan, prioritas yang diutamakan adalah menjaga hubungan baik dan berkelanjutan dengan para pelanggan. Suatu bisnis perusahaan dengan fokus pelanggan yang kuat akan menjadikan kedudukan terbaik bagi perusahaan untuk pengembangan dan pengimplementasian strategi dalam menyerahkan dan menyampaikan tingkat kepuasan yang tinggi dan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan kecenderungan pelanggan untuk memilih nilai organisasi yang ditawarkan diatas alternatif tawaran organisasi pesaing. Loyalitas pelanggan juga menunjukkan kecenderungan organisasi mendapatkan hasil imbalan dari pilihan berkelanjutan pelanggan atas tawaran tertentu. Tingkat loyalitas yang diprediksi akan diperoleh suatu asumsi atas nilai waktu kehidupan pelanggan.

Menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang loyal, merupakan jantung setiap bisnis. Jika nilai bagi pelanggan adalah kenyamanan maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar dapat membuat konsumen tersebut terasa nyaman. Nilai dari pelanggan adalah harga yang murah maka pelanggan akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif. Jika nilai dalam perbankan bagi pelanggan adalah kemudahan bertransaksi, maka kepuasan pelanggan akan didapat pada bank yang mampu memberikan kemudahan yang lebih dalam bertransaksi finansial yang dilakukan. Atau jika nilai bagi nasabah adalah tingkat *return*, maka tingkat *return* yang tinggilah yang mampu memberikan kepuasan baginya.²⁰

Terciptanya kepuasan konsumen/nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya :

1. Terjadinya hubungan yang harmonis antara konsumen/nasabah dengan perusahaan.
2. Terciptanya loyalitas konsumen/nasabah terhadap perusahaan, sehingga ia tidak akan berpaling kepada perusahaan lain.
3. Terjadinya suatu bentuk isu public yang positif dari mulut ke mulut (*word of mouth*).
4. Terjadinya pembelian ulang (*repeated sales*).²¹

²⁰Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, h. 194.

²¹Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, h. 199-200.

2.3 Tinjauan Konseptual

Setiap penelitian memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan berpikir dalam memecahkan atau menyoroiti masalahnya. Untuk itu, perlu disusun sebuah kerangka teori yang memuat pikiran yang menggambarkan dari sudut mana penelitian akan disoroti.

Konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang diteliti. Kerangka konsep ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas.

Untuk mempermudah pemahaman terhadap istilah dalam penelitian ini, maka peneliti akan menjelaskan maknanya untuk mengetahui lebih jelas tentang konsep dasar atau batasan dalam penelitian ini sehingga dapat menjadi suatu interpretasi dalam mengembangkan apa yang menjadi pembahasan dalam penelitian, pengarahan yang tepat atas prosedur penelitian, menuntut ketegasan apakah gugus realitas yang akan diteliti sebagaimana digambarkan menurut konsepnya memang betul-betul ada²². Agar lebih memperjelas maksud dari judul tersebut dan untuk menghindari penafsiran keliru dalam memahami tulisan ini, maka penulis mengemukakan definisi operasional sebagai berikut:

2.3.1 Analisis

Analisis adalah aktivitas yang terdiri dari serangkaian kegiatan seperti, mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu dan kemudian dicari kaitannya lalu ditafsirkan.

²²Eka Sapira, *Analisis Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan dan Deposito pada Bank Syariah Mandiri Cabang Polewali*, h. 32.

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan atau perbuatan) untuk mengetahui keadaan sebenarnya (sebab atau duduk perkara). Analisis juga diartikan sebagai penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaan bagian serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.

2.3.2 Faktor

Faktor adalah hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu unsur atau indikator lain.

2.3.3 Keputusan

Keputusan adalah penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan.

2.3.4 Nasabah

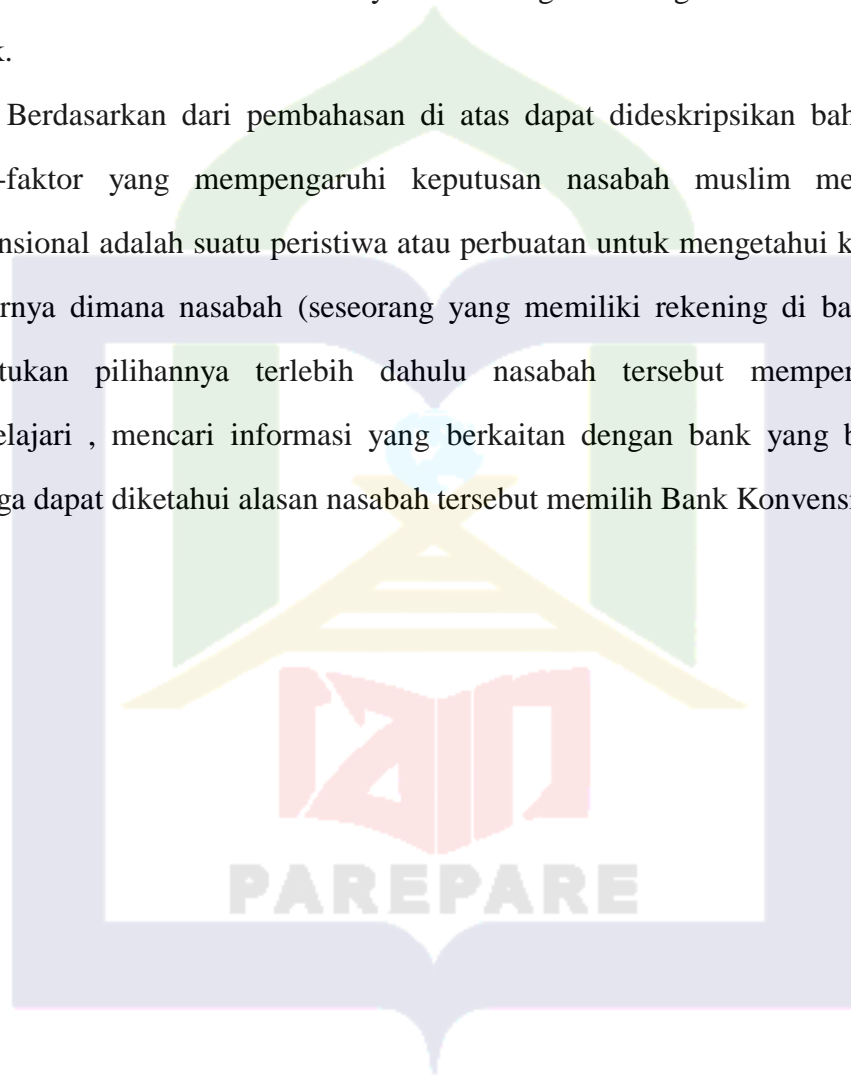
Nasabah dapat didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening, baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang bisa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.

Nasabah merupakan unsur penting dan utama dalam roda bisnis sebuah bank, karena tanpa adanya nasabah kegiatan operasional bank tidak akan berjalan lancar. Tanpa adanya nasabah tentunya bank tidak mempunyai dana yang cukup untuk dipergunakan. Kegiatan operasional bank juga tidak akan berjalan lancar. Peran nasabah disini sangat penting untuk perkembangan dunia perbankan karena nasabah yang mempercayakan dananya untuk dititipkan pada bank.

2.3.5 Bank Konvensional

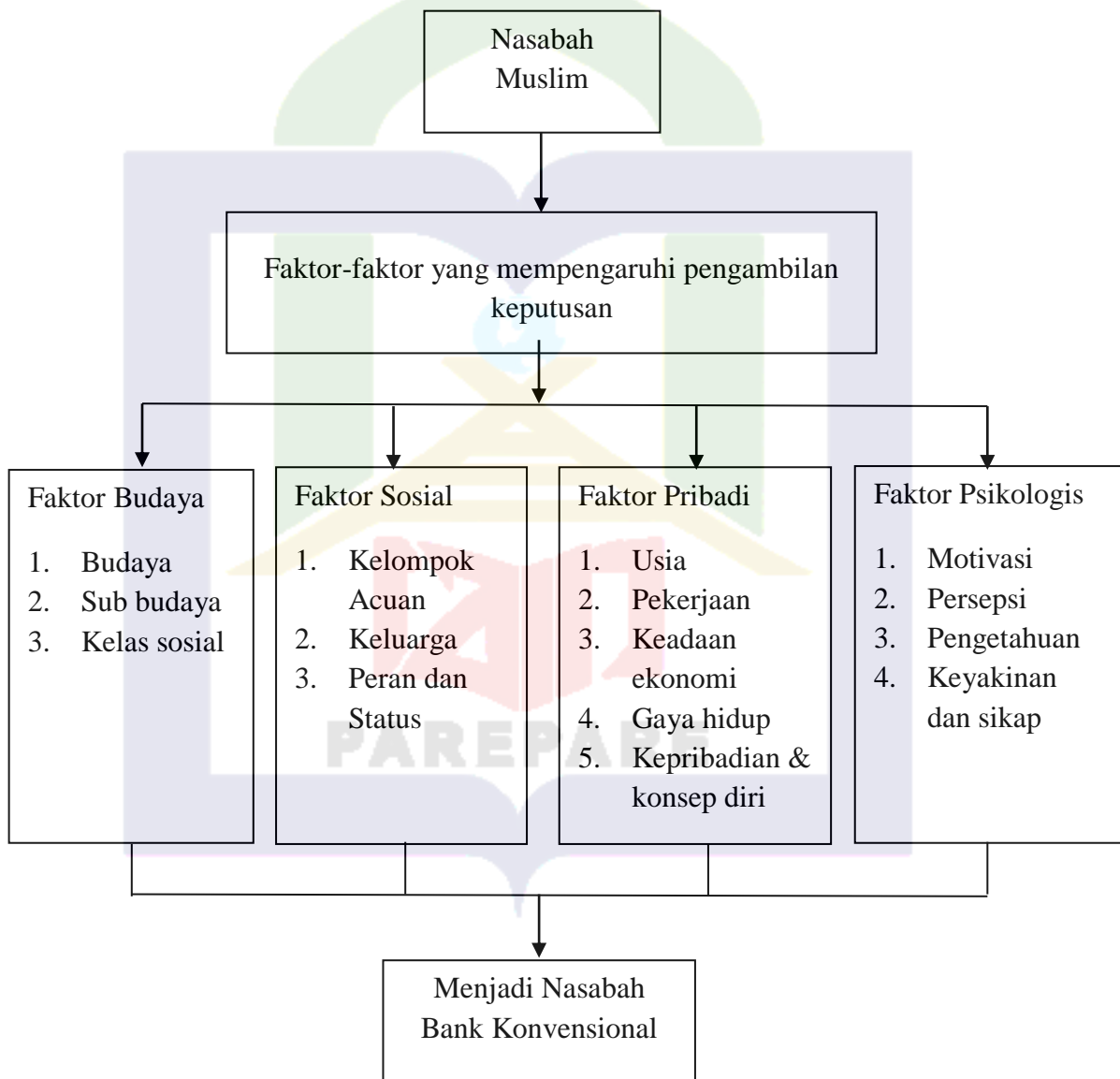
Bank Konvensional adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Berdasarkan dari pembahasan di atas dapat dideskripsikan bahwa Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah muslim memilih Bank Konvensional adalah suatu peristiwa atau perbuatan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya dimana nasabah (seseorang yang memiliki rekening di bank) sebelum menentukan pilihannya terlebih dahulu nasabah tersebut mempertimbangkan, mempelajari , mencari informasi yang berkaitan dengan bank yang bersangkutan sehingga dapat diketahui alasan nasabah tersebut memilih Bank Konvensional.



2.4 Bagan Kerangka Fikir

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha semaksimal mungkin untuk membahas dan menemukan permasalahan secara sistematis dengan harapan bahwa kajian ini dapat memenuhi syarat sebagai suatu karya ilmiah. Berdasarkan pembahasan diatas penulis dapat merumuskan kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

