

BAB II

TINJAUAN TEORI

2.1 Teori Motivasi Religius

2.1.1 Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti dorongan atau daya penggerak. Motivasi ini hanya diberikan kepada manusia, khususnya kepada para bawahan atau pengikut.⁶

Motivasi merupakan suatu dorongan yang membuat orang bertindak atau berperilaku dengan cara-cara motivasi yang mengacu pada sebab munculnya sebuah perilaku, seperti faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Motivasi dapat diartikan sebagai kehendak untuk mencapai status, kekuasaan dan pengakuan yang lebih tinggi bagi setiap individu. Motivasi justru dapat dilihat sebagai basis untuk mencapai sukses pada berbagai segi kehidupan melalui peningkatan kemampuan dan kemajuan.⁷ Dari beberapa defenisi diatas maka yang dimaksud motivasi ialah suatu dorongan atau sebab yang menjadi dasar semangat seseorang untuk melakukan sesuatu dan mencapai tujuan tertentu. Kata motivasi juga dapat diartikan sebagai segala hal yang menimbulkan dorongan atau semangat di dalam diri seseorang untuk mengerjakan suatu.⁸

⁶ Malayu, Organisasi dan Motivasi, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), h. 92.

⁷ George Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), h. 131.

⁸ <https://www.padamu.net/pengertian-motivasi-faktor-fungsi-dan-jenis-motivasi>, *Pengertian Motivasi, Faktor, Fungsi, dan Jenis Motivasi, Admin*, (29 januari 2020).

2.1.2 Motivasi Dalam Perspektif Islam

Motivasi dalam islam sangat erat kaitannya dengan masalah niat. Karena niatpun merupakan sebuah pendorong dalam melakukan sebuah kegiatan. Allah berfirman dalam al-Qur'an Q.S. Ar-Rad/13:11.⁹

لَهُ مَعْقَبٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِن وَالٍ (١١)

Terjemahnya:

“Baginya manusia (ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran) para malaikat yang bertugas mengawasinya (di muka) di hadapannya (dan di belakangnya) dari belakangnya (mereka menjaganya atas perintah Allah) berdasarkan perintah Allah. Sesungguhnya Alla tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

Dari ayat diatas kita dapat mengambil kesimpulan bahwa ternyata motivasi yang paling kuat adalah dari diri seseorang. Motivasi sangat berpengaruh dalam gerak-gerik seseorang dalam setiap tindak-tanduknya. Dalam kaitannya dengan tingkah laku keagamaan motivasi tersebut penting untuk dibicarakan dalam rangka mengetahui apa sebenarnya latar belakang suatu tingkah laku keagamaan yang dikerjakan seseorang. Disini peranan motivasi itu sangat besar artinya dalam bimbingan dan mengarahkan seseorang terhadap tingkah laku keagamaan. Namun demikian ada motivasi tertentu yang sebenarnya timbul dalam diri manusia karena terbukanya hati manusia terhadap hidayah Allah. Sehingga orang tersebut menjadi orang yang beriman dan kemudian dengan iman itulah ia lahirkan tingkah laku keagamaan. Dari penjabaran diatas motivasi itu sendiri dalam islam sangat terkait dengan masalah niat. Karena niat merupakan sebuah

⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Semarang: CV. Asy-Syifa'.2001), hal. 250.

pendorong dalam melakukan sebuah kegiatan. Seperti dalam sebuah hadits dari Umar bin Khatab tentang niat. Karena motivasi itu disebut juga pendorong maka penggerak dan pendorong itu tidak jauh dari naluri baik bersifat negatif ataupun positif. Dan sesungguhnya motivasi itu mengarahkan pada suatu tujuan.

2.1.3 Jenis- Jenis Motivasi

Menurut Suhardi motivasi terbagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik.¹⁰

2.1.3.1 Motivasi intrinsik

Motivasi intrinsik adalah motivasi yang datangnya dari dalam diri seseorang. Motivasi ini terkadang muncul tanpa pengaruh apa pun dari luar. Biasanya orang yang termotivasi secara intrinsik lebih mudah terdorong untuk mengambil tindakan. Bahkan, mereka bisa memotivasi dirinya sendiri tanpa perlu dimotivasi orang lain. Semua ini terjadi karena ada prinsip tertentu yang mempengaruhi mereka. faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi intrinsik yaitu:¹¹

a. Kebutuhan (*need*)

Seseorang melakukan aktivitas (kegiatan) karena adanya faktor-faktor kebutuhan baik biologis maupun psikologis

b. Harapan (*Expectancy*)

Seseorang dimotivasi oleh karena keberhasilan dan adanya harapan keberhasilan bersifat pemuasan diri seseorang, keberhasilan dan harga diri meningkat dan menggerakkan seseorang kearah pencapaian tujuan.

¹⁰ Suhardi, *The Science Of Motivatioan*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputido, 2013), h. 65.

¹¹ Imam Mohtar, *Hubungan Antara Motivasi kerja dengan Kinerja*, Guru Madrasah, (Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), h. 34.

c. Minat.

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keinginan pada suatu hal tanpa ada yang menyuruh.

2.1.3.2 Motivasi ekstrinsik

Motivasi ekstrinsik adalah kebalikannya motivasi intrinsik, yaitu motivasi yang muncul karena pengaruh lingkungan luar. Motivasi ini menggunakan pemicu untuk membuat seseorang termotivasi. Pemicu ini bisa berupa uang, bonus, insentif, penghargaan, hadiah, gaji besar, jabatan, pujian dan sebagainya. Motivasi ekstrinsik memiliki kekuatan untuk mengubah kemauan seseorang. Seseorang bisa berubah pikiran dari yang tidak mau menjadi mau berbuat sesuatu karena motivasi ini.¹²

2.1.4 Pola-Pola Motivasi

David mengemukakan pola motivasi sebagai berikut.¹³

- 2.1.4.1 Achievement Motivation, adalah suatu keinginan untuk mengatasi atau mengalahkan suatu tantangan, untuk kemajuan dan pertumbuhan.
- 2.1.4.2 Affiliation Motivation, adalah dorongan untuk melakukan hubungan-hubungan dengan orang lain.
- 2.1.4.3 Competence Motivation, adalah dorongan untuk berprestasi baik dengan melakukan pekerjaan yang bermutu tinggi.
- 2.1.4.4 Power motivation, adalah dorongan untuk dapat mengendalikan suatu keadaan dan adanya kecenderungan mengambil risiko dalam menghancurkan rintangan-rintangan yang terjadi.

¹² Suhardi, *The Science Of Motivatioan*, h. 68.

¹³ David, *Organisasi dan Motivasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), h. 97.

2.1.5 Tujuan Pemberian Motivasi¹⁴

- 2.1.5.1 Mendorong gairah dan semangat kerja karyawan;
- 2.1.5.2 Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan;
- 2.1.5.3 Meningkatkan produktivitas kerja karyawan;
- 2.1.5.4 Mempertahankan loyalitas dan kestabilan karyawan perusahaan;
- 2.1.5.5 Meningkatkan kedisiplinan dan menurunkan tingkat absensi karyawan.

2.1.6 Teori-teori Motivasi¹⁵

2.1.6.1 Teori Kepuasan

Teori ini mendasarkan pendekatannya atas faktor-faktor kebutuhan dan kepuasan individu yang menyebabkan bertindak dan berperilaku dengan cara tertentu. Teori ini memusatkan perhatian pada faktor-faktor dalam diri orang yang menguatkan, mengarahkan, mendukung, dan menghentikan perilakunya.

Jadi pada dasarnya teori ini mengemukakan bahwa seseorang akan bertindak (bersemangat bekerja) untuk dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan (inner needs) dan kepuasannya.

2.1.6.2 Teori Motivasi Proses

Teori motivasi proses ini pada dasarnya berusaha untuk menjawab pertanyaan “bagaimana menguatkan, mengarahkan, memelihara, dan menghentikan perilaku individu”. Agar setiap individu bekerja giat sesuai dengan keinginan manajer. Bila diperhatikan secara mendalam, teori ini merupakan proses “sebab dan akibat” bagaimana seseorang bekerja serta hasil

¹⁴ Malayu, *Organisasi dan Motivasi*, h. 97.

¹⁵ Malayu, *Organisasi dan Motivasi*, h. 10.

apa yang akan diperolehnya. Teori motivasi proses ini, terdiri dari teori Harapan, teori Keadilan, dan teori Pengukuhan.

2.2 Religiusitas

2.2.1 Pengertian Religiusitas

Religiusitas berasal dari kata *region* (agama). Pengertian agama berasal dari kata al-Din, yang berarti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa Arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, balasan, kebiasaan.¹⁶

Sedangkan religiusitas berasal dari bahasa latin *relegare* yang berarti mengikat secara erat atau ikatan kebersamaan. Agama adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai dan sistem perilaku yang terlembagakan, yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi.¹⁷

Religiusitas merupakan bentuk aspek iman yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan akhirat. Islam adalah suatu cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek kehidupan manusia dengan aqidah, syariah, dan akhlak.

Religius menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh dengan menjalankan Syariat Islam dengan tidak mengandung unsur riba, gharar, maysir, dan bathil. secara menyeluruh. Allah berfirman dalam al-Qur'an. Q.S. Al- Baqarah/2: 208.

¹⁶ Desy Fatmawati, *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa Pp. Wahid Hasyim di Sleman*, h. 42.

¹⁷ Mokhammad Alimul Hakim, *Pengaruh Religiusitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Pt Madian Realty Indonesia*, h. 9.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ
(٢٠٨)

Terjemahnya:

“wahai orang-orang beriman! Masuklah kamu ke dalam agama Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh ia musuh nyata bagimu.”¹⁸

Religiusitas adalah sesuatu yang menitikberatkan pada masalah perilaku, sosial dan merupakan sebuah doktrin dari setiap agama atau golongan. Karenanya doktrin yang dimiliki oleh setiap agama wajib diikuti setiap pengikutnya.¹⁹

2.2.2 Motivasi Religiusitas

Motivasi religiusitas adalah seseorang untuk melakukan sesuatu, bertindak atau berbuat, mendorong seseorang tertuju kepada suatu tujuan yang tertentu untuk menjalankan ajaran-ajaran agama, aturan-aturan agama secara menyeluruh yang bukan hanya sekedar tindakan-tindakan ritual seperti shalat, dan membaca do'a namun agama lebih dari itu, yaitu keseluruhan tingkah laku manusia yang terpuji yang dilakukan demi memperoleh Ridha Allah.

2.2.2.1 Dimensi Religiusitas

Dimensi-dimensi religiusitas (agama islam) dapat disimpulkan menjadi lima dimensi yaitu:

1. Dimensi keyakinan atau ideologi

Seorang Muslim yang religius akan memiliki ciri utama berupa akidah yang kuat. Dimensi akidah ini mengungkap masalah keyakinan manusia terhadap rukun iman (iman kepada Allah, Malaikat, kitab-kitab, Nabi, hari

¹⁸ Departemen Agama RI, *Al- Qur'an Dan Terjemahannya*, h. 32.

¹⁹ Fetzer, John. E. *Multidimensional Measurement of Religiosity/ Spirituality for Use in Health. A Report of the Fetzer Institute/National Institute on Aging Working Group*. (Kalamazo: John E. Fetzer Institute, 1999)

pembalasan dan Qaha dan qadhar), kebenaran agama dan masalah-masalah gaib yang diajarkan agama. Inti dimensi aqidah dalam ajaran Islam adalah tauhid atau mengesakan dan ketaqwaan kepada Allah. Agama Islam menyeru manusia agar beriman dan bertaqwa.²⁰

2. Dimensi Praktik agama atau ritualistik

Dimensi ritualistik/praktik berkenaan dengan seberapa tingkat kepatuhan seseorang dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana diperintahkan atau dianjurkan oleh agama yang dianutnya. Dalam islam, isi dimensi ritualistik/praktik meliputi kegiatan-kegiatan seperti pelaksanaan sholat, puasa, haji (bila berkemampuan), pemanjatan doa, dan lain sebagainya.

3. Dimensi Amal (Pengalaman)

Wujud religiusitas yang semestinya dapat segera diketahui adalah perilaku sosial seseorang. Jika seseorang selalu melakukan perilaku yang baik dan selalu berperasangka positif kepada orang lain, dengan dimotivasi agama, maka itu adalah wujud keagamannya. Dimensi amal ini berkaitan dengan kegiatan pemeluk agama untuk menerapkan ajaran agama-agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-hari yang berlandaskan pada etika dan spritualitas agama. Dimensi ini menyangkut hubungan antara manusia satu dengan manusia yang lain dan hubungan antara manusia dengan lingkungan atau faktor eksternal.

Dalam rumusan Glock Stark, dimensi ini merujuk pada seberapa jauh seseorang dalam berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya. Perilaku yang dimaksud adalah bagaimana individu berhubungan dengan dunianya, terutama dengan sesama manusia, karena ajaran islam memiliki sasaran pembentukan kesalehan individu dan masyarakat, maka amal islam memiliki sasaran bagi kebaikan individu dan sosial. Amal dalam hal ini diartikan

²⁰ Hery Noer Aly dan Munzier Suparta. *Watak Pendidikan Islam*, (Jakarta: FriskaAgung Insani, 2000), h. 138.

bagaimana akhlak atau perilaku seseorang dengan dilandasi ajaran agama yang dianutnya. Akhlak sebenarnya adalah buah dari keyakinan dan ibadah seseorang.²¹

4. Dimensi ilmu (pengetahuan)

Ilmu pada dasarnya adalah anugerah dari Allah. Bahkan untuk mencapai kesuksesan di dunia dan di akhirat haruslah dengan menggunakan ilmu, baik ilmu agama maupun ilmu-ilmu yang umum karena sebagai ummat islam sangat penting untuk mempelajari agama islam bahkan wajib dipelajari. Sebagaimana dalam Hadits Nabi SAW:

“Barang siapa ingin sukses di dunia, hendaknya dengan ilmu, Barang siapa ingin sukses di akhirat hendaklah dengan ilmu. Dan barang siapa ingin sukses didunia dan akhirat dengan ilmu”²²

Dimensi ini berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman bagi seseorang terhadap ajaran-ajaran agamanya. Orang-orang yang beragama harus mengetahui hal-hal yang menjadi penting atau pokok mengenai dasar-dasar keyakinan, kitab suci, tradisi-tradisi agama dll.

Dengan mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan agama yang dianut maka seseorang akan paham tentang ajaran agama yang dianutnya. Jadi keagamaan seseorang bukan hanya sekedar simbol saja tetapi menjadi tampak jelas dalam kehidupannya.

5. Dimensi konsekuensi

Dimensi konsekuensi/pengalaman berkenaan dengan seberapa tingkat seseorang dalam berperilaku yang dimotivasi oleh ajaran agamanya. Perilaku yang dimaksud adalah perilaku duniawi, yakni bagaimana individu berhubungan dengan dunianya. Dalam islam, isi dimensi berkonsekuensi/pengalaman meliputi perilaku suka menolong, berderma,

²¹ Husni Rahim, *Arah Baru Pendidikan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Logos, 2001), h. 39.

²² Kitab Bukhari Waa Muslim (Muttafaq Alaih), h. 89.

menegakkan kebenaran dan keadilan, berlaku jujur, menjaga amanat, menjaga lingkungan, tidak mencuri, tidak berjudi, tidak menipu, berjuang untuk kesuksesan hidup menurut ukuran islam, dan mematuhi serta menjalankan norma-norma islam dalam berbudaya, bermasyarakat berpolitik, dan berekonomi (transaksi bisnis/perbankan) secara non-riba.²³

Lestari mengemukakan bahwa manusia adalah makhluk religius yang dalam keadaan frustasi akan menunjukkan tingkah laku yang mendekatkan diri pada tuhan dan agama, karena agama dapat memberikan kepastian-kepastian dan kepercayaan kepada pemeluknya. Dengan demikian, individu yang memiliki ajaran agama sebagai pedoman hidup maka jika menghadapi masalah akan mencari solusi dari ajaran agamanya.²⁴

2.2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Religiusitas

Thouless dalam Sayyidatu²⁵ menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan adalah sebagai berikut:

1. Faktor Pendidikan

Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

2. Faktor pengalaman

Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan

²³ Rahma Bellani, *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah*, (Jakarta, Universitas Negeri Syarif Hidayatullah, 2017), h. 16.

²⁴ Lestari, Rini dan Purwati, *Hubungan Antara Religiusitas dengan Tingkah Laku Koping Indigenous*, (Jurnal Ilmiah Psikologi) h. 54.

²⁵ Thouless dan Robert, *Pengantar Psikologi Agama*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1995), h. 34.

pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spritual yang secara cepat dan dapat mempengaruhi perilaku individu.

3. Faktor Kehidupan

Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat dibedakan menjadi empat: a) kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, b) kebutuhan akan cinta kasih c) kebutuhan untuk memperoleh harga diri d) kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

4. Faktor Intelektual

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa setiap individu memiliki tingkat religiusitas yang berbeda-beda dan tingkat religiusitasnya bisa dipengaruhi dari 2 macam faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu pengalaman-pengalaman spritual, kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, kebutuhan akan cinta kasih, kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan kebutuhan yang timbul karena ancaman kematian. Sedangkan faktor eksternal yaitu pengaruh pendidikan dan pengajaran dan berbagai tekanan sosial dan faktor intelektualitas.

2.3 Teori Keputusan Menjadi Nasabah

2.3.1 Pengertian Keputusan Nasabah

Menurut Irham Fahmi pengertian Keputusan “Proses penelurusan masalah yang berawal dai *Latar Belakang* masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan dan rekomendasi yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan dari beberapa aspek pilihan²⁶ sedangkan menurut J Supranto membuat keputusan berarti

²⁶ Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 14.

memilih satu diantara sekian banyak alternatif dimana minimal terdapat dua pilihan alternatif dan dalam praktiknya lebih dari dua alternatif diaman pengambil atau pembuat keputusan harus memilih salah satu berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu.²⁷ Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keputusan adalah proses pemilihan satu tindakan atau lebih untuk memilih sesuatu, yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, hingga terbentuknya kesimpulan berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu.

Keputusan nasabah untuk menabung merupakan efek akhir dari suatu pembelian, terdapat beberapa alasan yang menjadi pertimbangan masyarakat memutuskan untuk menjadi nasabah.²⁸ Alasan tersebut salah satunya adalah produk yang ditawarkan oleh suatu bank takterkecuali di PT Bank Sulselbar Syariah (KLS) Cabang Pinrang.

Keputusan yang dilakukan oleh nasabah atau konsumen sama halnya dengan perilaku konsumen yaitu sama-sama memberi keputusan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa konsumen adalah suatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Atau keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan evaluasi alternative yang menyebabkan timbulnya keputusan.²⁹ Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen atau nasabah adalah proses pelanggan dalam membuat keputusan membeli, menggunakan barang-barang dan jasa yang dibeli juga faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk atau jasa.

²⁷ Johannes Supranto, *Teknik Pengambilan Keputusan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 1.

²⁸ Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, (Jakarta Kencana, 2010), h. 26

²⁹ Budi Wahyono, *Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), h. 86.

2.3.2 Proses Keputusan Nasabah dalam melakukan pembelian

Kegiatan pembelian merupakan suatu rangkaian tindakan fisik maupun mental yang dialami seorang konsumen dalam melakukan tindakan. Tahap-tahap proses keputusan pembelian model lima tahap³⁰

2.3.2.1 Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu, dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen. Ini sangat penting pada proses pembelian dengan kebebasan memilih (*discretionary*).

Pencairan informasi. Nasabah yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Kita dapat membaginya dalam dua level rangsangan. Situasi pencairan informasi yang lebih ringan dinamakan penguatan perhatian. Pada level selanjutnya, orang itu akan mulai aktif mencari informasi untuk mempelajari produk tertentu.

Evaluasi Alternatif. Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan dan model-model terharu yang memandang proses evaluasi konsumen sebagai proses yang berorientasi kognitif. Beberapa konsep dasar akan membantu kita memahami proses evaluasi konsumen. Pertama, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari situasi produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu.

Keputusan pembelian pada tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atau merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam beberapa kasus, konsumen bisa mengambil keputusan untuk tidak secara formal mengevaluasi setiap merek. Keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda,

³⁰ Kotler dan Koller, *Manajemen Pemasaran*, h. 235.

atau menghindari keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh risiko yang dipikirkan.

2.3.2.2 Produk

Menurut Fandy Tjiptono Produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.³¹

2.3.2.3 Promosi

Menurut M. Nur Rianto Promosi adalah salah satu kegiatan *marketing mix* yang merupakan kegiatan yang sangat penting, dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.³² Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi untuk mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.

2.3.2.4 Pengaruh Produk dengan Keputusan Nasabah

Setiap perusahaan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui produk yang ditawarkan, sedangkan konsumen mencari manfaat-manfaat tertentu yang ada pada suatu produk. Seorang konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian akan sebuah produk, konsumen memulai dari pengenalan masalah untuk untuk mengetahui apa yang mereka butuhkan. Dari beberapa informasi yang didapat, diperoleh beberapa alternatif pilihan mengenai produk, kemudian konsumen melakukan penilaian atas alternatif produk yang paling bermanfaat bagi konsumen.

³¹ Fandy Tipono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Publisher 2015), h. 231.

³² M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung, Alfabeta, 2012), h. 140.

2.3.2.5 Pengaruh Promosi dengan Keputusan Nasabah

Pada bagian promosi, peran komunikasi menjadi penting karena komunikasi merupakan pertukaran komunikasi antar pihak bank dan nasabah, pertukaran informasi sangat penting bagi peningkatan hubungan pemasaran, hal ini karena informasi memberikan kesadaran dan pengertian antar pihak bank dan nasabah. Informasi yang tersedia akan menentukan banyak alternatif yang akan dievaluasi. Semakin banyaknya media dan makin menarik suatu promosi akan mempengaruhi suatu keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan.

2.5 Perbankan Syariah

Menurut ismail dalam bukunya Perbankan Syariah, bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional, salah satu ciri khas bank syariah adalah tidak membedakan bunga kepada nasabahnya, akan tetapi menerima atau membebaskan bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan konsep dasar bank syariah didasarkan pada Al-Quran dan hadits, semua produk dan jasa yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi Al-Quran dan Hadits Rasulullah SAW.³³

Menurut Veithzal Rival yang ditulis Andri Soemita dalam bukunya “Bank dan Lembaga Keuangan Syariah” menyebutkan bahwa lembaga keuangan berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan. Intermediasi keuangan adalah proses penyerapan dana dari unit surplus ekonomi, baik sektor usaha, lembaga pemerintahan, maupun individu (rumah tangga) untuk penyediaan dana bagi unit ekonomi lain intermediasi keuangan merupakan kegiatan pengalihan dana dari unit ekonomi *surplus* ke unit *defisit*.³⁴

Dapat dipahami bahwa perbankan syariah adalah lembaga keuangan bank yang menghimpun dana dan menyalurkan pembiayaan kepada nasabah sesuai prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam

³³ Ismail, *Perbankan Syariah*, edisi 1 (Jakarta: Kencana, 2011), h. 32.

³⁴ Andri Soemita, *Bank Lembaga Keuangan Syariah*, (Cet. VII; Jakarta: Kencana, 2009), h. 27.

kegiatan perbankan syariah berdasarkan fatwa yang telah dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.³⁵ Prinsip syariah menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai syariah, antara lain berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah) atau pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina).³⁶

Berdasarkan beberapa defenisi di atas, dapat disimpulkan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip hukum islam, yang berpedoman pada fatwa DSN (Dewan Syariah Nasional).³⁷

2.5.1 Beberapa Prinsip-prinsip Perbankan Syariah yaitu:¹³⁸

2.5.1.1 Prinsip at- *Ta'awun*

Merupakan prinsip untuk saling membantu dan bekerja sama antara anggota masyarakat dalam kebaikan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Maidah/5: 2.

³⁵ Pasal 1 ayat (12) UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

³⁶ Pasal 1 ayat (12) UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

³⁷ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: PrenadaMedia Group, 2014), h. 149.

³⁸ “Muhammad Nazaruddin Hosen, *Lembaga Bisnis Syariah*, (E-Book, PKES Publishing, T.th.) h. 9.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْلُوا شَعِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَئِدَ وَلَا ءَامِينَ
 الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ
 شَنَاةُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا
 تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ (٢)

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan *qala'id* (hewan-hewan kurban yang diberi tand), dan jangan (pula) agamamu tetapi barangsiapa terpaksa karena lapar bukan karena ingin berbuat dosa, maka sesungguhnya Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.”³⁹

2.5.1.2 Prinsip menghindari *al- Ikhtinaz*

Seperti membiarkan uang menganggur dan tidak berputar dalam transaksi yang bermanfaat bagi masyarakat umum. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. An-Nisa/4: 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَن تَكُونَ تِجْرَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا
 تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu makan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), (kecuali dengan jalan) yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang Kepadamu.”⁴⁰

³⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an pe Kata Warna*, (Bandung: Cordoba, 2015), h. 106..

⁴⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an pe Kata Warna*, h. 84.

Dalam perbankan syariah dilarang keras melaksanakan suatu transaksi apabila terdapat hal-hal sebagai berikut:⁴¹

1. *Gharar*, adanya unsur ketidakpastian atau tipu muslihat dalam suatu transaksi. Transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali diatur dalam syariah.
2. *Maysir*, yaitu unsur judi yang transaksinya bersifat spekulatif yang dapat menimbulkan kerugian satu pihak dan keuntungan bagi pihak lainnya. Transaksi yang diperuntungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan.
3. *Riba*, yaitu penambahan pendapatan secara tidak sah (batil) antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan (*fadl*), atau dalam transaksi pinjam meminjam yang mempersyaratkan nasabah penerima fasilitas mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalan waktu (*nasi'ah*).
4. *Haram*, yaitu transaksi yang objeknya dilarang dalam syariah
5. *Zalim*, yaitu transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lainnya.

2.5.2 Kegiatan Usaha Bank Syariah

Bank syariah yang terdiri dari BUS, UUS serta BPRS, pada dasarnya melakukan kegiatan usaha yang sama dengan bank konvensional, yaitu melakukan penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat disamping penyediaan jasa keuangan lainnya.

2.5.5.1 Penghimpunan Dana

Dalam penghimpunan dana BUS dan UUS melakukan mobilisasi dan investasi tabungan dengan cara yang adil. Mobilisasi dana sangat penting karena

⁴¹ Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012, h.16.

islam mengutuk penumpukan dan penimbunan harta yang mendorong penggunaannya secara produktif dalam rangka mencapai tujuan ekonomi dan sosial. Sumber dana bank syariah berasal dari modal disetor dan hasil mobilisasi kegiatan penghimpunan dana melalui rekening giro, rekening tabungan, rekening investasi umum dan rekening investasi khusus. Penghimpunan dana di Bank Syariah dapat berbentuk gi, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *Wadi'ah* dan *Mudharabah*.⁴²

1. Prinsip *Wadi'ah*

Prinsip *Wadi'ah* yang diterapkan adalah *wadi'ah yad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. *Wadi'ah dhamanah* berbeda dengan *wadi'ah amanah*. Dalam *wadi'ah amanah*, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sementara itu, dalam hal *wadi'ah dhamanah*, pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

Karena *wadi'ah* yang diterapkan dalam produk giro perbankan ini juga disifati dengan *yad dhamanah*, implikasi hukumnya sama dengan *qardh*, di mana nasabah bertindak sebagai yang meminjamkan uang, dan bank bertindak sebagai yang dipinjami. Jadi mirip seperti yang dilakukan Zubair bin Awwam ketika menerima titipan uang di zaman Rasulullah Saw.

2. Prinsip *Mudharabah*

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *murabahah* atau *ijarah* seperti yang telah dijelaskan terdahulu.

⁴² Adiwarman Karim, Bank Islam, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), h. 112.

Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak penyimpan dana, prinsip *mudharabah* terbagi dua yaitu:

a. *Mudharabah mutlaqah* (URIA)

Dalam *mudharabh mutlaqah*, tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun. Nasabah tidak memberikan persyaratan apa pun kepada bank, ke bisnis apa dana yang disimpannya itu hendak disalurkan, atau menetapkan penggunaan akad-akad tertentu, ataupun mensyaratkan dananya diperuntukkan bagi nasabah tertentu. Jadi bank memiliki kebebasan penuh untuk menyalurkan dana URIA ini ke bisnis manapun yang diperkirakan menguntungkan.

b. *Mudharabah Muqayyadah* (RIA)

Mudharabah Muqayyadah (RIA) ini terbagi dua jenis, yaitu

a. *Mudharabah Muqayyadah on Balance Sheet*;

Jenis *mudharabah* ini merupakan simpanan khusus (*restricted investment*) dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank.

b. *Mudharabah Muqayyadah of Balance Sheet*.

Jenis *mudharabah* ini merupakan penyaluran dana *mudharabah* langsung kepada pelaksana usahanya, dimana bank bertindak sebagai prantara (*arranger*) yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha.

2.5.5.2 Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam 6 kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya. Yaitu pembiayaan Berdasarkan Pola Jual Beli dengan Akad *murabahah*, *salam*, *istishna*'. Pembiayaan berdasarkan bagi

hasil berdasarkan akad *mudharabah* atau *musyarakah*. Pembiayaan berdasarkan sewa yaitu *ijarah* dan *ijarah muntahiya bith-tamlik*.⁴³

1. Prinsip Jual Beli (*Ba'i*)

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer property*).

a. Pembiayaan *Murabahah*

Murabahah (al-bai' bi tsaman ajil) lebih dikenal sebagai *murabahah* saja. *Murabahah*, yang berasal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi jual-beli di mana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*).

b. Pembiayaan *salam*

Salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai.

c. Pembiayaan *Istishna'*

Produk *istishna'* menyerupai produk *salam*, tapi dalam *istishna'* pembayaran dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (termin) pembayaran. Skin *Istishna'* dalam Bank Syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi.

2. Prinsip Sewa (*ijarah*)

Transaksi *ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila jual beli objek transaksinya barang, pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa.

3. Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

a. Pembiayaan *Musyarakah*

⁴³ Adiwarman Karim, *Bank Islam*, h. 103.

Transaksi *Musyarakah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara sama-sama.

b. Pembiayaan *Mudharabah*

Secara spesifik terdapat bentuk *Musyarakah* yang populer dalam produk perbankan syariah yaitu *mudharabah*. *Mudharabah* adalah bentuk kerja sama antara dua pihak atau lebih dimana pemilik modal (sahibul maal) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan.

2.5.5.3 Jasa

1. Ijarah

Jenis kegiatan ijarah antara lain penyewaan kotak simpanan (save deposit box) dan jasa tata-laksana administrasi dokumen (custodian). Bank dapat imbalan sewa dari jasa tersebut.

2. Sharf (Valuta Asing)

Pada prinsipnya jual-beli valuta asing sejalan dengan prinsip sharf. Jual beli mata uang yang tidak sejenis, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama (spot). Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing ini.

2.6 Tinjauan Hasil Penelitian Relevan

Penelitian ini bukanlah penelitian yang pertama selama penelitian-penelitian ilmiah dilakukan. Penelitian ini merupakan penelitian yang telah ada sebelumnya, namun memiliki unsur penelitian dan objek penelitian yang menjadi perbedaan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, penelitian yang mengungkap tema yang diangkat oleh penulis sekarang bukanlah penelitian awal. Beberapa penelitian terdahulu diantaranya sebagai berikut:

- 2.6.1 Muhammad Zuhirsyan, “Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah”. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan secara simultan religiusitas dan persepsi nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. Sementara secara parsial, hanya variabel religiusitas yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.⁴⁴
- 2.6.2 Muflih Khalab AL-Mustaqim, “Persepsi Nasabah Terhadap Pembiayaan *Murabahah* untuk Mengembangkan UMKM (Studi Kasus pada Nasabah Bank BRI Syariah KC. Jambi)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep pembiayaan *Murabahah* di Bank BRI Syariah KC. Jambi untuk mengembangkan UMKM menggunakan *Murabahah* dengan cicilan (*Bitsaman Ajil*), konsep selanjutnya adalah menggabungkan akad *Wakalah* dan akad *Murabahah*. Faktor penggunaan akad *Murabahah* untuk pembiayaan mengembangkan UMKM karena *Murabahah* adalah akad yang paling tepat digunakan untuk usaha besar.⁴⁵
- 2.6.3 M Syaiful Umam, “Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Inflasi, Suku Bunga terhadap Ketahanan di Bank Mandiri Syariah Melalui Uji NPF dan Roa Perode Krisis Global Tahun 2008-2016”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tingkat pertumbuhan ekonomi memiliki pengaruh negatif terhadap *Return On Asset* (ROA) pada Bank Syariah Mandiri periode 2008-2016, tingkat suku bunga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA) pada Bank Syariah Mandiri periode 2008-2016, tingkat pertumbuhan ekonomi memiliki pengaruh negatif terhadap tingkat *Non Performing Financing* (NPF) pada Bank

⁴⁴ Muhammad Zuhirsyan, “Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah”. (Jurnal: Ekonomi dan Perbankan, 2018).

⁴⁵ Muflih Khalab AL-Mustaqim, “Persepsi Nasabah Terhadap Pembiayaan *Murabahah* untuk Mengembangkan UMKM (Studi Kasus pada Nasabah Bank BRI Syariah KC. Pinrang)”, (Tesis: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019).

Syariah Mandiri periode 2008-2016, tingkat inflasi memiliki pengaruh negatif terhadap *Non Performing Financing* (NPF) pada Bank Syariah Mandiri periode 2008-2016, dan tingkat suku bunga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Non Performing Financing* (NPF) pada Bank Syariah Mandiri periode 2008-2016.⁴⁶

- 2.6.4 Nadia Triana, *Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Mahasiswa Fakultas Syari'ah Unisba Terhadap Minat Menabung Di Bank Bri Syariah Kantor Kas Unisba*. Penelitian ini menemukan bahwa tingkat religiusitas dan *disposable income* berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Kantor Kas Unisba baik secara persial maupun simultan.⁴⁷

Keempat penelitian yang diuraikan penulis, dapat dilihat perbedaannya pada penelitian yang dilakukan penulis sekarang. Keempatnya memiliki objek penelitian yang berbeda, begitupun objek penelitian yang dilakukan peneliti sekarang. Objek penelitian yang diambil oleh peneliti pertama yaitu Bank Syariah saja, kedua adalah nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Jambi, sedangkan peneliti ketiga mengambil objek bukan nasabah, sedangkan pada peneliti keempat objek penelitiannya adalah Mahasiswa Fakultas Syariah UNISBA, sedangkan peneliti sekarang mengambil objek nasabah di Bank Sulselbar Syariah Cab. Pinrang. Jadi ketiga penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu dengan sekarang ini jelas sangat berbeda dari metode, variabel, lokasi/tempat penelitian, dan objek penelitian, meskipun peneliti terdahulu dengan peneliti saat ini ada objeknya sama dari nasabah tetapi tempat atau lokasi penelitiannya berbeda.

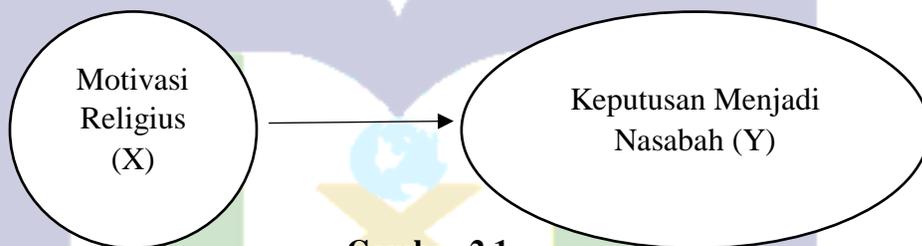
⁴⁶ M Syaiful Umam, "*Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Inflasi, Suku Bunga terhadap Ketahanan di Bank Mandiri Syariah Melalui Uji NPF dan Roa Perode Krisis Global Tahun 2008-2016*". (Tesis: Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018).

⁴⁷ Nadia Triana, "*Pengaruh tingkat Religiusitas dan Disposable Income Mahasiswa Fkultas Syariah UNISBA Terhadap Minat Menabung di Bank BRI Syariah Kntor KAS UNISBA*". (Skripsi Sarjana: Fakultas Syariah: Bandung, 2016), h. 2.

2.7 Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran tentang pola hubungan antar variabel secara koheren yang merupakan gambaran yang utuh terhadap fokus penelitian.⁴⁸ kerangka fikir akan mempermudah alur peneliti dalam melakukan penelitian yang akan dilakukan nantinya. Maka peneliti membuat bagan kerangka pikir sesuai dengan judul “Pengaruh Motivasi Religius Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di bank Sulselbar Syariah Cab. Pinrang” sebagai berikut:

2.7.1 Bagan Kerangka Pikir



Gambar 2.1

2.8 Hipotesis

Pengertian tentang hipotesis adalah sangat perlu dipahami oleh setiap peneliti atau calon peneliti. Dalam proses penelitiannya, para peneliti harus sampai pada taraf menentukan apakah menggunakan atau tidak menggunakan hipotesis.⁴⁹ Menurut Arikunto (2006) Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.⁵⁰

⁴⁸ STAIN parepare, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah Dan Skripsi)*, (Stain: Parepare, 2013), h. 26

⁴⁹ Muslich Anshori, Sri Iswati, *Metodologi penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Airlangga, 2012), h. 45.

⁵⁰ Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineke Cipta, 2002), H. 71.

Hipotesis berupa pernyataan mengenai konsep yang dapat dinilai benar atau salah jika menunjuk pada suatu fenomena yang diamati dan diuji secara empiris. Fungsi dari hipotesis adalah sebagai pedoman untuk dapat mengarahkan penelitian agar sesuai dengan apa yang diharapkan.⁵¹

Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara motivasi religius dengan keputusan menjadi Nasabah di PT Bank Sulselbar Syariah (KLS) Cabang Pinrang Jadi semakin tinggi tingkat motivasi religius maka semakin tinggi keputusan menjadi nasabah di PT Bank Sulselbar Syariah (KLS) Cabang Pinrang dan sebaliknya apabila tingkat motivasi religius rendah maka semakin rendah pula tingkat keputusan menjadi nasabah di PT Bank Sulselbar Syariah (KLS) Cabang Pinrang

Adapun hipotesis yang diajukan oleh peneliti ini adalah sebagai berikut:

2.8.1 H_0 : Motivasi Religius tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Bank Sulselbar Syariah (KLS) Cabang Pinrang

H_a : Motivasi Religius berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Bank Sulselbar Syariah (KLS) Cabang Pinrang

2.9 Defenisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau karakteristik dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁵²Defenisi ini menyajikan pengertian secara operasional berbentuk ungkapan yang akan diukur atau penerapan dari yang didefenisikan.⁵³Defenisi

⁵¹ Mudradjat Kuncoro, *Metode Riset, Untuk, Bisnis dan Ekonomi*, h. 59.

⁵² Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2013), 127.

⁵³ Kasmadi, Nia siti Sunariah, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, h. 82.

operasional variabel adalah pernyataan praktis dan teknis tentang variabel dan sub variabel yang dapat diukur dan yang akan dicari datanya.⁵⁴

Dalam penelitian ini ada variabel dependen dan variabel independen. Variabel *dependent* atau variabel bebas yang dinyatakan sebagai simbol (X) dan *independent variabel* atau variabel terikat yang disimbolkan dengan (Y)

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memberikan pengertian, maka peneliti memberikan kejelasan dari beberapa kata yang dianggap penting yang sesuai dengan judul Penelitian agar lebih mudah dipahami, yaitu sebagai berikut:

2.9.1 Variabel bebas

Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi indikator penyebab atau yang mempengaruhi, faktor-faktor yang diukur, dimanipulasi atau yang dipilih oleh peneliti, agar mampu menentukan hubungan dengan fenomena yang di teliti. Adapun variabel bebas peneliti adalah Motivasi Religius.

2.9.1.1 Motivasi Religius (X)

1. Motivasi merupakan suatu dorongan yang membuat orang bertindak atau berperilaku dengan cara-cara motivasi yang mengacu pada sebab munculnya sebuah perilaku, seperti faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.

Wahdjosumiji mengatakan bahwa, motivasi sangat mempengaruhi perilaku seseorang dalam melakukan sesuatu, mempertahankan pencapaian kearah tujuan yang telah ditetapkan, dengan kata lain motivasi sangat mempengaruhi seseorang dalam bertindak. Dengan demikian motivasi

⁵⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)* (Parepare: STAIN, 2013), h. 26.

ialah “dorongan yang timbul pada diri seseorang untuk berperilaku dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan”.⁵⁵

2. Religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan akhirat. Islam adalah suatu cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek kehidupan manusia dengan aqidah, syariah, dan akhlak. Adapun indikatornya adalah:

- a. Kyakinan atau ideologi
- b. Praktik agama atau ritualistik
- c. Amal (pengalaman)
- d. Pengetahuan agama
- e. Konsekuensi

2.9.2 Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah faktor-faktor variabel yang dapat diukur untuk menentukan pengaruh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan menjadi nasabah.

2.9.2.1 Keputusan menjadi nasabah (Y)

1. Keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problem untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada satu alternatif.⁵⁶

⁵⁵ Wahdjosumidji, *Kepemimpinan dan Motivasi*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1985), h. 117.

⁵⁶ Ghozali Maski, “*Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang*” (Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi, Universitas Brawijaya Malang, 2010), h. 46.

2. Nasabah adalah seseorang atau badan usaha yang mempunyai rekening simpanan atau seseorang yang pernah bertransaksi pada sebuah bank. Kamaruddin⁵⁷ dalam “kamus Perbankan” menyatakan bahwa nasabah adalah seseorang atau suatu perusahaan yang mempunyai rekening koran atau deposito atau tabungan serupa lainnya pada sebuah bank.

Jadi yang dimaksud keputusan nasabah adalah suatu hal yang diputuskan nasabah atau konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan yang dilakukan mengenai pembelian barang atau jasa.

3. Indikator yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah yaitu:
 - a. Pengenalan masalah
 - b. Promosi
 - c. Produk



⁵⁷ Kamaruddin, *Kamus Perbankan*, (Jakarta: CV. Rajawali, 1994), h. 6.