

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Perilaku Konsumen (Consumer Behavior)

A. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen dapat didefinisikan sebagai tindakan menggunakan sumberdaya yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan. Termasuk dalam kebutuhan konsumsi antara lain adalah pengeluaran untuk pakaian, sandang pangan, dan papan (Wiliasih, 2008). Menurut Kotler dan Keller dalam Yulianto (2014) perilaku konsumen merupakan tentang bagaimana individu, kelompok, maupun organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

B. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dalam Putra (2014) terdapat empat faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu: kebudayaan, sosial, pribadi dan faktor psikologi.

a. Faktor Budaya

Kebudayaan merupakan simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi

sebagai penentu dan pengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial adalah faktor yang berhubungan dengan interaksi konsumen dengan sesama. Faktor ini meliputi:

- Kelompok acuan, misalnya teman, keluarga dan rekan kerja;
- Keluarga, misal dominasi suami, dominasi istri, dominasi suami-istri, dan dominasi anak-anak;
- Peran dan status sosial, misalnya seorang wanita dirumah berperan sebagai ibu rumah tangga yang baik dan dikampus sebagai dosen yang bijaksana.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah segala karakteristik yang melekat pada diri konsumen. Karakteristik pribadi seseorang antara lain umur, gaya hidup, dan kepribadian.

d. Faktor Psikologi

Faktor psikologis adalah faktor yang berasal dari proses intern individu dan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen.

Faktor ini terdiri dari: motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap.

2. Bank

Menurut PSAK No.31 tentang Akuntansi Perbankan, Bank adalah suatu lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*) antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana (*surplus unit*) dengan pihak-pihak yang memerlukan dana (*deficit unit*), serta sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar lalu lintas pembayaran.

Hasibuan (2009) menjelaskan bahwa “Bank umum adalah lembaga keuangan, pencipta uang, pengumpul dana dan penyalur kredit, pelaksana lalu lintas pembayaran, stabilisator moneter, serta dinamisator pertumbuhan perekonomian.”

Menurut Kashmir (2002) bank didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat.

Di dalam Undang-Undang No. 10 tahun 1998 dijelaskan bahwa perbankan di Indonesia dikelompokkan menjadi 4 (empat), yaitu:

1. Bank Sentral

Bank sentral adalah sebuah badan keuangan milik negara yang diberikan tanggung jawab untuk mengatur dan mengawasi kegiatan-kegiatan lembaga-lembaga keuangan dan menjamin agar kegiatan badan-badan keuangan tersebut akan menciptakan tingkat kegiatan ekonomi yang stabil.

2. Bank Umum Konvensional

Bank Umum Konvensional adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya, dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak.

3. Bank Perkreditan Rakyat

Bank perkreditan rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (ruralbank).

4. Bank Umum Syariah

Mengacu pada pengertian bank umum, bahwa bank umum syariah merupakan bank yang melaksanakan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

3. Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah merupakan lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-qur'an dan Hadist Nabi SAW (Muhammad, 2005).

Secara umum bank syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lain dalam melakukan prosedur pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat islam (Yuliadi, 2007). Kegiatan utama dari bank syariah antara lain:

- Memindahkan uang
- Menerima dan membayarkan kembali uang dalam rekening koran
- Mendiskonto surat wesel, surat order maupun surat berharga lainnya
- Membeli dan menjual surat-surat berharga
- Membeli dan menjual cek, surat wesel dan kertas dagang
- Memberi jaminan bank.

Menurut (Rivai dkk, 2010) Perbankan islam atau perbankan syariah merupakan perbankan yang menjalankan aktivitas bisnisnya dengan tidak menggunakan sistem bunga melainkan menggunakan sistem bagi hasil dan menanamkan nilai-nilai islam, sehingga memudahkan bagi umat islam untuk menjauhi riba yang menggunakan sistem bunga pada bank konvensional.

Bank Syariah ialah bank yang berasaskan antara lain pada asas kemitraan, keadilan, transparansi dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah. Kegiatan bank

syariah merupakan implementasi dari prinsip ekonomi islam dengan karakteristik antara lain sebagai berikut (Husni, 2009):

- a. Pelarangan riba dalam berbagai bentuknya
- b. Tidak mengenal konsep waktu dan ruang
- c. Konsep uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas
- d. Tidak diperkenankan melakukan kegiatan yang bersifat spekulatif
- e. Tidak diperkenankan menggunakan dua harga untuk satu barang
- f. Tidak diperkenankan dua transaksi dalam satu akad.

4. Fungsi Bank Syariah

Jika bank konvensional mempunyai fungsi sebagai penghubung antara pihak yang kelebihan dana dan membutuhkan dana selain menjalankan fungsi jasa keuangan, maka bank syariah mempunyai 4 fungsi (Sofyan dkk, 2004) yaitu:

a. Fungsi manajer investasi

Manajer investasi merupakan fungsi bank syariah yang sangat penting, maksudnya adalah bank syariah tersebut merupakan manajer investasi dari pemilik dana yang dihimpun, karena besar kecilnya pendapatan (bagi hasil) yang diterima oleh pemilik dana yang dihimpun sangat tergantung pada keahlian, kehati-hatian, dan profesionalisme dari bank syariah.

Berbeda dengan bank konvensional, imbalan yang diberikan kepada nasabah bersifat tetap tanpa dipengaruhi oleh kinerja bank dan besar kecilnya imbalan tersebut dapat ditentukan diawal karena hanya didasarkan pada persentase terhadap jumlah uang yang disimpan di bank konvensional. Sementara untuk bank syariah, imbalan yang diberikan kepada nasabah sangat tergantung pada pendapatan yang diperoleh oleh bank sebagai pengelola dana mudharabah. Semakin besar pendapatan yang dihasilkan oleh bank maka semakin besar pula dana yang akan dibagikan.

b. Fungsi investor

Bank syariah dalam penyaluran dana berfungsi sebagai investor, dimana bank syariah tersebut harus menanamkan dana pada sektor-sektor yang produktif dengan resiko yang minimal dan sesuai dengan syariah. Unvestasi yang sesuai dengan syariah meliputi akad murabahah, slaam, istisna', mudharabah, musyarakah, ijarah, ijarah muntahiya bittamlik dan akad lainnya yang dibolehkan oleh syariah.

c. Fungsi sosial

Ada dua instrumen yang digunakan oleh bank syariah dalam menjalankan fungsi sosialnya, yaitu instrumen zakat, infaq, shodaqoh, dan wakaf (ziswaf) dan instrumen qardhul hasan (Yaya dkk, 2014). Selain hal tersebut ada transaksi dari

bank syariah yang mengandung unsur sosial atau tolong menolong, misalnya transaksi qard dimana bank syariah meminjamkan uang tanpa adanya imbalan apapun, dan transaksi salam dimana suatu transaksi yang penyerahan barang dilakukan dibelakang sedangkan untuk pembayarannya harus dilakukan dimuka pada saat akad (Sofyan dkk, 2004).

d. Fungsi jasa keuangan

Dalam menjalankan fungsi jasa keuangan, bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional, misalnya bank syariah memberikan layanan kliring, transfer, inkaso, dan pembayaran gaji. Dalam fungsi tersebut bank syariah tetap harus memperhatikan prinsip syariah yang sesuai. Bank syariah juga menawarkan berbagai jasa keuangan diantaranya letter of guarantee, letter of credit dan lain sebagainya.

5. Informasi Keuangan

Sistem informasi merupakan seperangkat komponen yang saling berhubungan yang berfungsi mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pembuatan keputusan dan pengawasan dalam organisasi (Laudon, 2000).

Informasi keuangan merupakan salah satu kata kunci dalam definisi akuntansi. Nilai informasi merupakan kemampuan

informasi untuk meningkatkan pengetahuan dan juga untuk meningkatkan keyakinan pemakai dalam pengambilan keputusan (Suwardjono, 2005).

Suwardjono (2005) mengatakan bahwa informasi harus memiliki nilai atau manfaat bagi para penggunanya. Informasi dikatakan memiliki nilai apabila informasi tersebut:

- Menambah pengetahuan pembuat keputusan tentang keputusannya di masa lalu, sekarang, dan masa datang
- Menambah keyakinan para pemakai mengenai probabilitas terealisasinya suatu harapan dalam kondisi ketidakpastian
- Mengubah keputusan atau perilaku para pemakai.

Penggunaan informasi keuangan berkaitan dengan kelengkapan penyajian informasi perusahaan melalui laporan tahunan yang juga menggambarkan tingkat kesesuaian penyampaian informasi dengan ketentuan yang berlaku (Junaedi, 2005).

Keberhasilan implementasi sistem informasi dapat terwujud tergantung pada penggunaan sistem itu dijalankan, mudahnya sistem digunakan, dan teknologi yang dipakai (Jumaili, 2005).

6. Kemudahan Prosedur

Prosedur adalah suatu urutan pekerjaan, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu bagian atau lebih, disusun untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam terhadap transaksi-transaksi perusahaan yang sering terjadi (Baridwan, 2008).

Pengertian prosedur menurut Mulyadi (2001) adalah suatu kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih yang dibuat untuk menjamin penanganan secara transaksi perusahaan yang berulang-ulang.

Pelayanan jasa dalam perbankan syariah memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah dilakukan dengan cara memberikan kemudahan dalam mendapat informasi, kecepatan dan ketepatan pelayanan sehingga pelayanan prima atau pelayanan yang lebih baik dapat diwujudkan.

Urutan-urutan kegiatan yang mudah dan dapat dipahami oleh nasabah, dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah yang tinggi, karena adanya kemudahan prosedur-prosedur dari kegiatan perbankan yang dilakukan oleh nasabah perbankan.

7. Reputasi Perusahaan

Buchari (2002) menyatakan reputasi didefinisikan sebagai kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman seseorang tentang sesuatu. Reputasi berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana citra perusahaan (*corporate image*) yang positif lebih dikenal serta diterima oleh publiknya, seperti tentang sejarahnya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam bidang marketing, hingga berkaitan dengan tanggung jawab sosial (*social care*) lainnya (Ardianto, 2014).

Reputasi perusahaan dinilai penting bagi setiap perusahaan karena merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk di benak masyarakat tentang perusahaan. Reputasi dapat berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kesan pada kualitas komunikasi yang merupakan interaksi antara konsumen dengan perusahaan.

Citra perusahaan atau reputasi sendiri terbentuk dari berbagai hal, seperti keberhasilan usaha dan stabilitas keuangan perusahaan, mengikuti visi-misi perusahaan, reputasi yang positif, latar belakang perusahaan yang jelas, dan berbagai lainnya. Maka dari itu citra perusahaan menjadi keseluruhan kesan yang terbentuk di mata masyarakat mengenai perusahaan tersebut (Yamada, 2013).

Citra perusahaan dapat dinilai berdasarkan empat elemen (Suwandi, 2013), yaitu *personality*, *value*, *reputation* dan *corporate identity*. Empat elemen ini yaitu :

a. *Personality*

Keseluruhan karakteristik yang dipahami publik sasaran yaitu pengetahuan yang dimiliki oleh publik mengenai perusahaan seperti perusahaan memiliki tanggung jawab sosial.

b. *Reputation*

Hal yang telah dilakukan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain misalnya belum adanya kasus yang berhubungan dengan kriminalitas.

c. *Value*

Nilai-nilai yang dimiliki dengan kata lain budaya perusahaan seperti bentuk kepedulian terhadap sesama seperti sikap manajemen yang peduli terhadap keluhan pelanggan, karyawan.

d. *Corporate Identity*

Identitas perusahaan adalah perencanaan strategis dan operasional yang mempergunakan penampilan diri internal dan eksternal dan tingkah laku dari sebuah perusahaan.

8. *Loyalitas Nasabah*

Kesetiaan pelanggan tidak terbentuk dalam waktu singkat tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman dari pelanggan itu sendiri dari pembelian konsisten sepanjang waktu. Bila yang didapat sudah sesuai dengan harapan, maka proses pembelian ini terus berulang. Hal ini dapat dikatakan bahwa telah

timbul adanya kesetiaan pelanggan. Bila dari pengalamannya, pelanggan tidak mendapatkan merek yang memuaskan maka ia tidak akan berhenti untuk mencoba merek-merek yang lain sampai ia mendapatkan produk atau jasa yang memenuhi kriteria mereka.

Loyalitas merupakan suatu konsep yang sangat penting dalam pemasaran, khususnya dalam persaingan usaha yang semakin ketat saat ini. Keberadaan konsumen yang loyal akan sangat dibutuhkan oleh perusahaan, agar tetap bertahan hidup. Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang memegang sikap yang akan datang dari perusahaan, kesepakatan untuk membeli ulang barang atau jasa dan merekomendasikan produk ke yang lain (Hastuti, 2014).

Loyalitas nasabah ditentukan oleh kegunaan dari barang atau jasa yang dikehendaki dan diharapkan nasabah, sehingga jaminan kualitas dan nilai menjadi prioritas utama. Nasabah akan merasa loyal dan puas jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah dilakukan dengan baik dan bagi hasil yang diharapkan sesuai azas keadilan yang layak (Junaedi, 2012).

Dalam penelitian Isbandono (2009) menyebutkan ada tiga situasi loyalitas, yaitu:

a. Komitmen

Menjaga hubungan antara pelanggan dengan perusahaan, memberikan kecepatan pelayanan bagi pelanggan dengan ditangani oleh karyawan yang berkualitas dan memberikan nilai tambah berupa fasilitas khusus pada pelanggan.

b. Kebiasaan

Tingkat kepercayaan mengenai kelebihan jasa, pengalaman dan manfaat dari penggunaan jasa.

c. Penggunaan berkelanjutan

Rekomendasi yang diberikan pada pihak lain, penggunaan jasa yang berkelanjutan dan tetap memilih jasa perusahaan.

Loyalitas pelanggan mempunyai dampak yang luar biasa pada perusahaan dan menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi suatu perusahaan, sebagai konsekuensinya memepertinggi loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa akan meningkatkan pendapatan, mengurangi biaya menambah konsumen, dan biaya yang rendah dalam memberikan profitabilitas.

B. Penurunan Hipotesis

a. Pengaruh Informasi keuangan terhadap reputasi perusahaan

Jika suatu perusahaan atau lembaga menyajikan laporan keuangannya dan informasi lainnya yang dibutuhkan oleh pengguna sehingga mampu memperlihatkan bagaimana kondisi perusahaan atau

lembaganya maka ini dapat menarik pengguna karena adanya kejelasan tentang perusahaan atau lembaga yang akan diikuti sertakan didalamnya. Menurut Permatasari dalam Ramadhan (2015), pihak-pihak yang memiliki kepentingan (stakeholders) menggunakan laporan keuangan sebagai jendela informasi dalam mengambil keputusan, kelengkapan informasi yang diperoleh dalam laporan keuangan tergantung pada tingkat kelengkapan pengungkapan dari laporan keuangan bank syariah yang bersangkutan.

Informasi keuangan dapat meningkatkan pengetahuan dan juga untuk meningkatkan keyakinan pemakai dalam pengambilan keputusan. Informasi keuangan yang baik dapat memberikan citra positif bagi perusahaan. Menurut Syakhroza dalam Kurniati (2008) dalam mengungkapkan informasi perlu adanya transparansi agar semua pihak yang berkepentingan dapat mengetahui dengan pasti apa yang akan terjadi dan telah terjadi. Dengan adanya transparansi yang dilakukan perbankan syariah dalam aspek-aspek kinerja keuangan maupun non keuangan akan mendorong pengungkapan informasi yang sebenarnya oleh perbankan yang bersangkutan, hal ini dapat meningkatkan reputasi bank karena nasabah dapat mengakses informasi yang dibutuhkan dengan mudah. Seperti yang dijelaskan dalam surah An-nisa ayat 58, sebagai berikut:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila

menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat”.

Dalam penelitian Yulianto (2010), menyatakan bahwa informasi yang terkandung dalam laporan keuangan sangat penting sebagai dasar mengalokasikan dana-dana investasi secara efisien dan produktif. Hal ini dapat memberikan dampak yang baik bagi perusahaan. Penelitian tersebut didukung dengan adanya penelitian dari Anggraini (2015) yang menyatakan bahwa informasi yang dilaporkan nasabah secara transparan tidaklah cukup untuk pemenuhan pelayanan perbankan syariah. Dengan adanya prinsip akuntabilitas, nasabah memerlukan pelayanan yang jelas dari perbankan syariah. Apabila perbankan mampu memberikan informasi dan pelayanan produk dan jasa yang diperlukan serta menjalankan kewenangan yang diberikan oleh nasabah maka hal tersebut dapat meningkatkan reputasi dari perbankan tersebut. Dari definisi diatas maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: informasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi

b. Pengaruh kemudahan prosedur terhadap reputasi perusahaan

Prosedur-prosedur yang dilaksanakan perbankan syariah diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi konsumen. Prosedur

dengan urutan-urutan kegiatan yang mudah dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Sehingga perbankan syariah selalu meningkatkan kualitas pelayanan bagi nasabah agar menjadi lebih prima dan menjadi lebih baik dari sebelumnya. Dengan memberikan kepuasan bagi nasabah dapat meningkatkan reputasi bagi perusahaan.

Terdapat beberapa hadits yang menjelaskan mengenai kemudahan, salah satunya adalah sebagai berikut:

“Yaa Allah, tidak ada kemudahan kecuali apa yang engkau jadikan mudah. Sedang yang sulit bisa engkau jadikan mudah, apabila engkau menghendakinya menjadi mudah.”(HR. Ibnu Hibban dalam kitab shohihnya no.2427. Dishohihkan oleh Abdul Qodir Al-Arnauth dalam Takhrij Al-Adzkar An-Nawawi hal.187).

Penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2014) menunjukkan bahwa ketika nasabah ingin bertransaksi dengan perbankan sangat memperhatikan bagaimana nasabah mendapatkan kemudahan dalam memperoleh informasi yang berkaitan dengan bank. Hasil penelitian tersebut dapat memberikan citra yang positif bagi perusahaan. Maka hipotesis dari penelitian diatas sebagai berikut:

H2: kemudahan prosedur berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi

c. Pengaruh informasi keuangan terhadap loyalitas nasabah

Informasi keuangan yang baik harus dapat dipahami dan mudah dimengerti oleh penggunanya, sehingga dapat meningkatkan

pendapatan dan profitabilitas bagi perusahaan maupun lembaga keuangan. Informasi keuangan yang mudah dipahami dapat meningkatkan loyalitas nasabah bagi perbankan syariah, sehingga perbankan selalu meningkatkan pelayanan yang baik agar menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sholihah (2015) menyatakan bahwa informasi keuangan berpengaruh positif terhadap loyalitas investor di pasar modal syariah. Penelitian tersebut didukung dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Puspitaningtyas (2007) bahwa informasi keuangan berpengaruh positif dalam mengambil keputusan.

Penelitian yang dilakukan oleh Almilia dalam Sholihah (2015), menyatakan bahwa keputusan yang diambil akan semakin berkualitas apabila informasi keuangan disajikan secara transparan dan memadai sesuai dengan kondisi lingkungan ekonomi yang sedang terjadi. Maka dapat disimpulkan hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut:

H3: informasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah

d. Pengaruh kemudahan prosedur terhadap loyalitas nasabah

Kemudahan prosedur yang diberikan kepada nasabah dapat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanannya. Kemudahan prosedur dalam perbankan syariah dapat meningkatkan loyalitas bagi nasabah dan dapat meningkatkan kepercayaan nasabah.

Hasil penelitian dari Wardani (2014) menunjukkan bahwa dalam memberikan pelayanan jasa kepada nasabah harus dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dan teknologi yang telah ada, sehingga nasabah selalu dimudahkan dalam segala prosedur transaksi sehingga dapat menimbulkan loyalitas nasabah. Maka hipotesis dari penelitian diatas sebagai berikut:

H4: kemudahan prosedur berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah

e. Pengaruh reputasi terhadap loyalitas nasabah

Citra perusahaan atau reputasi perusahaan menjadi dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan pelanggan, serta merupakan faktor penentu dari kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian dari Milana dkk (2014) mengindikasikan bahwa peningkatan atau penurunan Reputasi Perusahaan selama periode penelitian mempengaruhi Loyalitas Nasabah, yaitu semakin tinggi Reputasi Perusahaan, maka semakin tinggi pula Loyalitas Nasabahnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Pradipta (2012) dan Qomaruzzaman (2012) menunjukkan bahwa citra perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan adanya citra perusahaan yang baik dapat membantu orang mengambil keputusan untuk bertransaksi diperusahaan tersebut. Karena sudah percaya dengan reputasi baik ini, tentunya orang tidak akan membeli hanya satu kali, tetapi dapat berkali-kali. Seperti

penelitian sebelumnya yaitu yang dilakukan oleh Pradipta (2012) dan Qomaruzzaman (2012) menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen

Berdasarkan teori diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H5: reputasi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah

- f. Pengaruh tidak langsung antara informasi keuangan dan kemudahan prosedur terhadap loyalitas nasabah dengan reputasi sebagai variabel intervening

Informasi keuangan dapat meningkatkan pengetahuan dan juga untuk meningkatkan keyakinan pemakai dalam pengambilan keputusan. Informasi keuangan yang baik dapat memberikan citra positif bagi perusahaan. Menurut Permatasari dalam Ramadhan (2015), pihak-pihak yang memiliki kepentingan (stakeholders) menggunakan laporan keuangan sebagai jendela informasi dalam mengambil keputusan, kelengkapan informasi yang diperoleh dalam laporan keuangan tergantung pada tingkat kelengkapan pengungkapan dari laporan keuangan bank syariah yang bersangkutan.

Informasi keuangan yang mudah dipahami dapat meningkatkan loyalitas nasabah bagi perbankan syariah, sehingga perbankan selalu meningkatkan pelayanan yang baik agar menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2014) menunjukkan bahwa ketika nasabah ingin bertransaksi dengan

perbankan sangat memperhatikan bagaimana nasabah mendapatkan kemudahan dalam memperoleh informasi yang berkaitan dengan bank. Prosedur dengan urutan-urutan kegiatan yang mudah dapat memberikan kepuasan bagi nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Pradipta (2012) dan Qomaruzzaman (2012) menunjukkan bahwa citra perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian dari Milana dkk (2014) mengindikasikan bahwa peningkatan atau penurunan Reputasi Perusahaan selama periode penelitian mempengaruhi Loyalitas Nasabah, yaitu semakin tinggi Reputasi Perusahaan, maka semakin tinggi pula Loyalitas Nasabahnya. Reputasi dapat menjadi perantara atau reputasi mampu memediasi antara informasi keuangan dan kemudahan prosedur terhadap loyalitas nasabah, karena semakin tinggi reputasi terhadap suatu perusahaan maka akan semakin tinggi pula loyalitas nasabah terhadap perusahaan tersebut.

H6: Terdapat pengaruh tidak langsung antara informasi keuangan dan kemudahan prosedur terhadap loyalitas nasabah dengan reputasi sebagai variabel intervening

C. Kerangka Pemikiran

Dalam memecahkan suatu masalah perlu disusun suatu kerangka pemikiran agar mempunyai bentuk yang terarah pada pemecahan masalah. Skema kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

