BAB II
TINJAUAN PUSATAKA

A. Landasan Teori

1. Bank Syariah

Secara umum pengertian Bank Islam (Islamic Bank) adalah Bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Saat ini banyak istilah yang diberikan untuk menyebut Bank Islam, yakni Bank Tanpa Bunga (Interest-Free Bank), Bank Tanpa Riba (Lariba Bank), dan Bank Syari'ah (Shari'ah Bank). Di Indonesia secara teknis yuridis penyebutan Bank Islam mempergunakan istilah resmi "Bank Syariah", atau yang secara lengkap disebut "Bank berdasarkan prinsip Syariah" (Anonim, 2010).

Menurut Undang-undang RI nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah "badan usaha yang menghimpun dana deri masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak". (Kasmir, 2002)

Pengertian bank adalah suatu lembaga keuangan yang aktivitas utamanya ialah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat serta memberikan pelayanan bank lainnya. (Kasmir, 2012)

Sedangkan pengertian bank menurut Undang-undang RI No 10 Tahun 1998 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk simpanan dan

menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan hidup rakyat banyak. (Taswan 2010)

Menurut Triandaru dan Budi Santoso, bahwa bank syariah merupakan bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupundalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasr prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil. (Triandaru dan Budi Santoso, 2009)

Krisis multi-dimensi yang melanda Indonesia pada tahun 1997-1998 membawa hikmah tersendiri bagi tonggak sejarah sistem perbankan syariah di Indonesia. Disaat bank-bank konvensional terkena imbas dari krisis ekonomi, saat itulah berkembang pemikiran mengenai suatu konsep yang dapat menyelamatkan perekonomian dari ancaman krisis yang berkepanjangan (http://syariahmandiri.co.id)

Dalam ensiklopedia islam, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip Islam. Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat (1) tentang Perbankan Syariah, disebutkan bahwa bank syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam pasal 1 ayat (7) Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Kemudian dalam Pasal 1 ayat (12) menyebutkan bahwa Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan

oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah (Sumitro, 2004).

Dari perspektif teoritis, perbankan syariah berbeda dengan bank konvensional karena bank syariah menerapkan prinsip-prinsip Syariah (hukum Islam). Dua sumber utama dari hukum Islam adalah Al Quran dan Hadis, sedangkan sumber hukum kedua hukum Islam adalah *Ijma* (kesepakatan para ulama) dan *Qiyas* (analogi). Perbankan Islam memberikan layanan bebas bunga pada nasabahnya. Bunga (riba) dilarang dalam Islam, yaitu bank tidak diperbolehkan melakukan pembayaran maupun penarikan bunga dalam semua bentuk transaksi. Sebuah fitur unik ditawarkan oleh bank syariah yakni sistem *profit-and-loss-sharing* (bagi-untung-dan-rugi). Meskipun banyak sekali kontrak dalam Islam, namun ada beberapa jenis transaksi yang penting: *mudharabah* (kontrak permodalan); *musyarakah* (kontrak kemitraan atau *partnership*) (Lewis dan Latifa, 2005).

Berikut adalah beberapa perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvesional:

Tabel 2.1

Perbandingan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank Konvensional	Bank Syariah
Bebas nilai	Berinvestasi pada usaha yang halal
Sistem bunga	Atas dasar bagi hasil, margin keuntungan dan fee
Besarnya tetap	Besaran bagi hasil berubah-ubah tergantung kinerja usaha
Profit oriented	Profit dan falah oriented
Hubungan debitur – kreditur	Pola hubungan kemitraan
Tidak ada lembaga sejenis	Ada dewas pengawas syariah

Sumber: Irsyad Lubis, 2010

Pada tabel 2.1 diatas terlihat perbandingan antara bank konvensional dan bank syariah, pada bank syariah terdapat Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas mengawasi segala aktivitas bank agar selalu sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sedangkan pada bank konvensional tidak ada lembaga sejenis, perbedaan mendasar yaitu pada bank syariah berinvestasi pada usaha yang halal dan dana dikelola dalam bentuk titipan maupun investasi sedangkan pada bank konvensional bebas nilai, pada bank syariah menggunakan sistem atas dasar bagi hasil, margin keuntungan dan fee sedangkan pada bank konvensional menggunakan sistem bunga,pada bank syariah besaran bagi hasil berubah-ubah tergantung kinerja usaha dari bank syariah sendiri, sedangkan pada bank konvensioal besarnya bunga tetap, sistem bagi hasil membuat besar kecilnya keuntungan yang diterima nasabah mengikuti besar kecilnya keuntungan bank syariah. Semakin besar keuntungan bank syariah maka semakin besar pula keuntungan nasbahnya. Bebeda dengan bank konvensional, keuntungan banknya tidak dibagikan kepada nasabahnya. Tidak perduli berapapun jumlah keuntungan bank konvensional, nasabah hanya dibayar sejumlah prosentase dari dana yang disimpannya saja.

Terdapat pula perbedaan antara bagi hasil dan bunga bank, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.2

Perbedaan Antara Bagi Hasil dan Bunga

Bunga	**Bagi Hasil**
Suku bunga ditentukan dimuka	Nisbah bagi hasil ditentukan dimuka
Bungan diaplikasikan pada pokok pinjaman (untu kredit)	Nisbah bagi hasil diaplikasikan pada pendapatan yang diperoleh nasabah pembiayaan
Suku bunga dapat berubah sewaktu-waktu secara sepihak oleh bank	Nisbah bagi hasil dapat berubah bila disepakati kedua belah pihak

(Sumber : Antonio, 2001)

Pada tabel diatas dijelaskan perbedaan antara bagi hasil dan bunga, pada sistem bunga suku bunga ditentukan muka sedangkan bagi hasil nisbah bagi hasil pun ditentukan dimuka, pada bank konvensional diaplikasikan pada pokok pinjaman atau kredit, pada bank syariah nisbah bagi hasil diaplikasikan pada pendapatan yang diperoleh nasabah pembiayaan, dan pada bank konvensional suku bunga dapat berubah sewaktu-waktu secara sepihak oleh bank, dan pada bank syariah nisbah bagi hasil dapat berubah apabila disepakati oleh kedua belah pihak.

Islam mengharamkan bunga dan menghalalkan bagi hasil. Keduanya memberikan keuntungan, tetapi memiliki perbedaan mendasar sebagai akibat adanya perbedaan antara investasi dengan pembungaan uang. Dalam investasi, usaha dilakukan mengandung resiko, dan karena mengandung unsur ketidakpastian. Sebaliknya adanya presentasi suku bunga tertentu ditetapkan berdasarkan besarnya modal. Sesuai dengan definisi diatas, menyimpan uang di bank islam termasuk kategori investasi. Besar kecilnya perolehan kembali tergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi dan dilakukan bank sebagai pengelola dana. Dengan demikian, bank islam tidak dapat hanya sekedar menyalurkan uang. Bank islam harus terus-menerus berusaha meningkatkan return on invesment sehingga lebih menarik dan lebih memberikan kepercayaan bagi pemilik dana (Fitryanti dan Musjtari, 2010)

Bank Syariah di tanah air mendapatkan pijakan yang kokoh setelah adanyadiregulasi sektor perbankan pada tahun 1983, karena sejak saat itu ada keleluasaanpenentuan tingkat suku bunga, termasuk nol persen (atau pemindahan bungasekaligus). Kesempatan ini belum termanfaatkan, karena tidak

diperkenankannyapembukaan Kantor Bank Baru. Hal ini berlangsung sampai tahun 1988, di manasaat itu pemerintah mengeluarkan vacto 1988 yang diperkenankan untukberdirinya Bank-bank baru. Posisi Bank Syariah semakin pasti setelah disahkanUU perbankan No. 7 tahun 1999, di mana Bank diberikan kebebasan untukmenentukan jenis imbalan yang akan diambil dari nasabahnya, baik berupa bungaataupun keuntungan bagi hasil. Terbitnya PP No 72 tahun 1992 tentang Bank.

Bank syariah di dalam operasionalisasinya harus mengikuti dan berpedoman kepada praktek-praktek usaha yang dilakukan di zaman Rasulullah SAW, bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya tetapi tidak dilarang oleh Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha baru sebagai hasil ijtihad para ulama / cendikiawan muslim yang tidak menyimpang dari ketentuan Al-Qur'an dan Hadits. (Sumitro, 1997)

Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang pengoperasiannya dengan sistem bagi hasil menurut UU No. 7 Tahun 1992 yang direvisi dengan UU Perbankan No 10 Tahun 1998. Bank syariah adaah lembagaa keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. (Sudarsono, 2003)

Semenjak diberlakukannya UU No. 10 tahun1992, perbankan di Indonesia menerapkan *dual banking system* yaitu konvensional dan syariah (prinsip bagi hasil), sehingga pada saat itu, undang-undang tersebut dijadikan sebagai landasan hukum berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai bank yang pertama kali menerapkan prinsip bagi hasil. Untuk menunjang operasionalisasi perbankan syariah maka di dalam UU No. 23 tahun 1999 pengendalian moneter pun dapat diberlakukan prinsip syariah dan Bank Indonesia pun dapat memberikan pembiayaan berdasarkan

prinsip syariah kepada bank untuk mengatasi masalah pendanaan jangka pendek (www.ojk.go.id)

Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka dual-banking system atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional secara sinergismendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional (www.ojk.go.id)

Bagi Hasil secara tegas memberikan batasan bahwa "Bank Bagi Hasil tidak bolehmelakukan kegiatan usaha yang tidak berasaskan prinsip bagi hasil (pasal 6), maka sejak saat itu proses operasional perbankan syariah menjadi semakin luas.Kini titik kulminasi telah tercapai dengan disahkannya UU No. 10 tahun 1998tentang perbankan yang mempersilahkan bagi siapa saja mendapatkan kesempatanmendirikan Bank Syariah maupun yang ingin mengkonversi dari sistemkonvensional menjadi sistem syari'ah (Muhammad, 2004)

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariatif, perbankan syariah menjadi alternatif sistem

perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.

Berbeda dengan bank konvensional, hubungan antara bank syariah dengan nasabahnya bukan hubungan antara debitur dengan kreditur, melainkan hubungan kemitraan antara penyandang dana (*shohibul maal*) dengan pengelola dana (*mudharib*). Oleh karena itu tingkat laba bank syariah bukan saja berpengaruh terhadap tingkat bagi hasil untuk para pemegang saham, tetapi juga berpengaruh terhadap bagi hasil yang dapat diberikan kepada nasabah kepada penyimpan dana. Dengan demikian kemampuan manajemen untuk melaksanakan fungsinya sebagai penyimpan harta, pengusaha dan pengelola investasi yang baik (*professional investment manager*) akan sangat menentukan kualitas usahanya sebagai lembaga *intermediary* dan kemampuan menghasilkan laba.

Pada akhirnya, sistem perbankan syariah yang ingin diwujudkan oleh Bank Indonesia adalah perbankan syariah yang modern, yang bersifat universal, terbuka bagi seluruh masyarakat Indonesia tanpa terkecuali. Sebuah sistem perbankan yang menghadirkan bentuk-bentuk aplikatif dari konsep ekonomi syariah yang dirumuskan secara bijaksana, dalam konteks kekinian permasalahan yang sedang dihadapi oleh bangsa Indonesia, dan dengan tetap memperhatikan kondisi sosio-kultural di dalam mana bangsa ini menuliskan perjalanan sejarahnya. Hanya dengan cara demikian, maka upaya pengembangan sistem perbankan syariah akan senantiasa dilihat dan diterima oleh segenap masyarakat Indonesia sebagai bagian dari solusi atas berbagai permasalahan negeri.

2. Produk Dana & Jasa Bank Syariah

Produk dana dan jasa diperbankan syariah muncul karena didasari oleh operasionalisasi fungsi bank syariah. Dalam menjalankan operasinya, bank syariah memiliki empat fungsi sebagai berikut:

a. Sebagai penerima amanah untuk melakukan investasi dana-dana yang dipercayakan oleh pegang rekening investasi/deposan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kebijakan investasi bank
b. Sebagai pengelola investasi atas dana yang dimiliki pemilik dana/*shahibul maal* sesuai dengan arahan investasi yang dikehendaki oleh pemilik dana
c. Sebaagai penyedia jasa lalu lintas pembayaran dan jasa-jasa lainnya sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
d. Sebagai pengelola fungsi sosial.

Dari keempat uraian diatas, dapat dijabarkan jasa dan produk bank syariah pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.3

Produk Penghimpunan Dana	**Produk Pembiayaan / Penyaluran Dana**
Produk-produk pendanaan bank syariah ditujukan untuk mobilisasi dan investasi tabungan untuk pembangunan perekonomiandengan cara yang adil sehingga keuntungan yang adil dapat dijamin bagi semua pihak. Tujuan mobilisasi dana merupakan hasil penting karena islam secara tegas mengutuk penimbunan tabungan dan menuntut penggunaan sumber dana secara produktif dalam rangka	Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori, yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu: a. Pembiayaan dengan prinsip jual beli b. Pembiayaan dengan prinsip sewa c. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

mencapai tujuan sosial ekonomi islam. Dalam hal ini, bank syariah melakukannya tanpa menerapkan sistem bunga (riba), melainkan dengan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariat islam, terutama *wadiah* (titipan), *qardh* (pinjaman), *mudharabah* (bagi hasil), dan *ijarah*.	

3. Fungsi dan Tujuan Produk Dana dan Jasa Bank Syariah

Dalam menjalankan operasi manajemen dananya, produk dana dan jasa bank syariah memiliki empat fungsi sebagai berikut:

a. Sebagai penerimaan amanah untuk melakukan investasi dana-dana yang dipercayakan oleh pemegang ranking investasi/deposan atau dasar prinsip bagi hasil dengan kebijakan investasi bank.
b. Sebagai pengelola investasi atas dana yang dimiliki pemilik dana atau shohibul maal sesuai dengan arahan investasi yang dikehendaki oleh pemilik dana
c. Sebagai penyedia jasa lalu lintas pembayaran dan jasa-jasa lainnya sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
d. Sebagai penegelola fungsi sosial.

Dan tujuan dari produk dana dan jasa bank syariah:

a. Memperoleh provit yang optimal
b. Menyediakan akhir cair dan kas yang memadai
c. Sebagai penyimpan cadangan
d. Mengelola kegiatan-kegiatan lembaga ekonomi dengan kebijakan yang pantas bagi seseorang yang bertindak sebagai pemelihara dana-dana orang lain
e. Memenuhi kebutuhan masyarakat akan pembiayaan.

Dari tujuan-tujuan diatas bila diamati akan terdapat kontradiksi antara tujuan yang satu dengan yang lainnya. Misalnya disatu sisi bertujuan untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya. Tentunya ini dapat direalisasi dengan memberikan pembiayaan yang sebesar-besarnya, namun disisi lain kita juga harus menyediakan dana kas untuk memenuhi kewajiban-kewajiban segera dibayar yang harus didukung oleh tersedianya dana yang memadai.

4. Faktor – Faktor Yang MempengaruhiKeputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Adapun dalam penelitian ini faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah di bank syariah adalah:

a. Faktor Pelayanan Bank Syariah

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah suatu perihal atau cara untuk melayani kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.

Pelayanan yaitu suatu kegiatan yang menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik-baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang-ulang.

Layanan merupakan salah satu proses penting dalam meningkatkan value perusahaan bagi pelanggan sehingga banyak perusahaan menjadikan budaya layanan sebagai standar sikap orang didalam perusahaan. Budaya layanan yang dilakukan secara terintegrasi akan menciptakan nilai-nilai layanan yang akan mempengaruhi tingkat pengulangan pelanggan dalam memberi produk. (Kartajaya, 2009)

Philip Kothler dan Gery Armstrong mendefinisikan: *"servis is any activity or benefit that one party can offer to another which is essentially intagilble an does not resul in ownership of anything"*. Yang berarti "*layanan sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu kelompok ke kelompok lainnya berupa sesuatu yang bersifat intagible. Pengertian intagible bukan berarti menawarkan produk jasa saja tapi juga lebih kepada proses penyampaiannya."*

Bagi sebagian peneliti dan praktisi berpedoman bahwa mutu layanan mendorong terciptanya perilaku pelanggan (nasabah) yang diharapkan oleh perusahaan. Karena mutu layanan merupakan instrumen penting yang akan membuat pelanggan (nasabah) berperilaku positip seperti perilaku untuk mempromosikan (merefernsikan) produk perusahaan kepada pihak lain. (Gounaris, 2003)

Berikut adalah beberapa dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan khususnya dalam bidang perbankan, yaitu: (Parasuraman,1988):

a. Reliability, yaitu kemampuan untuk dapat memberikan layanan sebagaimana yang dijanjikan secara tepat, akurat dan pasti, berarti bahwa layanan yang diberikan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama dan tanpa kesalahan, kapanpun layanan tersebut diberikan, hal ini berkaitan dengan kemampuan dalam memenuhi janji, baik tentang penyampaian produk, harga atau penanganan masalah komplain.
b. Empathy, yaitu kemampuan untuk memperlakukan konsumen sebagai individu atau penjiwaan dan perhatian yang lebih pribai kepada konsumen. Bentuk empati antara lain adalah perhatian karyawan, sikap yang menyenangkan dan upaya untuk memperhatikan nasabah.

c. Efisiensi, yaitu berkaitan dengan tepat waktu. Tepat waktu disini dapat berarti dalam kecepatan dalam menangani transaksi nasabah dan layanan yang lain.
d. Prosedur, yaitu terkait dengan alur atau prosedur dalam hal pembukuan tabungan atau hal-hal lain yang berhubungan dengan kegiatan bank dalam hal menghimpun dana dan menyalurkan dana.
e. Assurance, yaitu jaminan kepastian akan layanan yang diberikan atau kemudahan untuk melakukan suatu transaksi keuangan.
f. Responsiveness, yaitu kemampuan untuk bisa menolong konsumen yang dilayani.

b. Faktor Pengetahuan Tentang Konsep Bank Syariah

Pengetahuan konsumen (nasabah) telah didefinisikan sebagai sejumlah pengalaman dengan informasi tentang produk ata jasa tertentu yang dimiliki oleh seseorang (Mowen, Minor 2002:135), kemudian dijelaskan pengetahuan konsumen (nasabah) dapat diidentifikasikan menjadi 3 jenis yaitu:

a. Tujuan pengetahuan, atau mmperbaiki informasi tentang kelas produk dimana konsumen telah menyimpan memori dalam jangka panjang.
b. Pengetahuan subjektif atau persepsi konsumen tentang apa atau seberapa bannyak pengetahuannya dengan kelas produk,
c. Informasi tentang pengetahuan lainnya.

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa (dalam hal ini produk dan jasa perbankan syariah), serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.(Sumarwan, 2004)

Dalam hal ini faktor pengetahuan dan pengalaman keberagaman yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan ekonomi. Variabel ini memiliki dua dimensi, yaitu:

a. Dimensi pemahaman tentang bank syariah, adalah merupakan pemahaman produk yang ada di bank syariah, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.
b. Dimensi ketaatan terhadap agama merupakan tingkat kesadaran dan ketaatan seseorang melakukan apa yang diyakini dalam melaksanakan apa yang diajarkan dalam agama yang telah mereka anut.

c. Faktor Karakteristik Bank Syariah

Lembaga keuangan syari'ah memiliki karekteristik yang membedakannya dari bank-bank konvensional, diantaranya adalah:

1. Lembaga keuangan syariah harus bersih dari semua bentuk riba dan mu'amalah yang dilarangan syari'at. Ini menjadi jorgan dan syiar utamanya. Tanpa ini satu lembaga keuangan tidak boleh dinamakan lembaga keuangan syari'at. DR. Ghorib al-Gamal menyatakan: "Karekteristik bersih dari riba dalam muamalat perbankan syari'at adalah karekteristik utamanya dan menjadikan keberadaannya seiring dengan tetanan yang benar untuk masyarakat Islami. Lembaga keuangan syari'at harus mewarnai seluruh aktifitasnya dengan ruh yang kokoh dan motivasi akidah yang menjadikan para praktisinya selalu merasa bahwa aktifitas yang mereka geluti tidak sekdar aktifitas bertujuan merealisasikan keuntungan semata, namun perlu ditambahkan

bahwa itu adalah salah satu cara berjihad dalam mengemban beban risalah dan persiapan menyelamatkan umat dari praktek-praktek yang menyelisihi norma dasar Islam. Diatas itu semua para praktisi hendaknya merasa bahwa aktifitasnya tersebut adalah ibadah dan ketakwaan yang akan mendapatkan pahala dari Allah bersama balasan materi duniawi yang didapatkan."

2. Mengarahkan segala kemampuan pada pertambahan (*at-Tanmiyah*) dengan jalan its-titsmar (pengembangan modal) tidak dengan jalan hutang (*al-Qardh*) yang memberi keuntungan. Lembaga keuangan syari'at harus dapat mengelola hartanya dengan salah satu dari dua hal berikut yang telah diakui syari'at:
   a. Investasi Pengembangan modal langsung (*al-Its-titsmar al-Mubaasyir*) dalam pengertian Bank melakukan sendiri pengelolaan harta perniagaan dalam proyek-proyek riil yang menguntungkan.
   b. Investasi modal dengan musyarakah dalam pengertian Bank menanam saham dalam modal sector riil yang menjadikan bank syari'at tersebut sebagai *syariek* (sekutu) dalam kepemilikan proyek tersebut dan berperan dalam administrasi, menegemen dan pengawasannya serta menjadi syariek juga dalam semua yang dihasilkan proyek tersebut baik berupa keuntungan atau kerugian dalam prosentase yang telah disepakati diantara para *syariek*. Karena bank syari'at dibangun diatas asas dan prinsip Islam, maka seluruh aktifitas mereka tunduk kepada standar halal dan haram yang telah ditentukan syari'at Islam.

d. Faktor Lokasi

Lokasi bank adalah suatu tempat dimana produk dan jasa suatu perbankan diperjualbelikan. Penentuan suatu lokasi bank sangat penting mengingat lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan menjadi faktor utama bagi nasabah dalam memilih salah satu bank untuk melakukan suatu transaksi dalam bentuk apapun.

e. Faktor Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan marketing yang mix. Dimana dalam kegiatan promosi ini setiap bank berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa adanya kegiatan promosi maka nasabah tidak akan mampu mengenal dengan baik tentang suatu bank. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. (Kasmir, 2008)

5. Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Menurut Prasetijo dan Ilhalauw keputusan adalah suatu pilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternative. Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu atau pilihan dari beberapa alternative yang ada. Bila seseorang dihadapkan oleh dua pilihan yaitu membeli dan tidak membeli dan kemudian ia membeli, maka ada dalam posisi membuat keputusan (prasetijo & Ilhalauw, 2004)

Dalam dunia perbankan yang dimaksud dengan konsumen atau pelanggan adalah nasabah. Menurut undang-undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan pasal 1 nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan

berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. Ada beberapa hal yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk dana dan jasa pada bank, baik itu bank konvensional maupun bank syariah, diantaranya:

a. Adanya pelayanan yang baik dan memuaskan dari pihak bank
b. Cukupnya pengetahuan nasabah tentang suatu bank
c. Karaketristik yang dimiliki oleh bank yang mampu menarik kepuasan nasabah
d. Lokasi bank yang strategis
e. Banyaknya promosi yang ditawarkan kepada nasabah.

6. Teori Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut pendapat Hawkins dan Mothersbaugh, perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi serta proses yang dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan menghentikan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat (Hawkins dan Mothersbaugh, 2013).

Perilaku konsumen seperti yang didefinisikan oleh Schiffman dan Kanuk (2000) adalah proses yang dilalui oleh seorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya. Jadi dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana pembuat keputusan (decision units), baik individu, kelompok, ataupun organisasi membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan

transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya (Prasetijo dan Ilahalauw, 2004).

Dalam melakukan kegiatan konsumsinya, perilaku konsumen dituntun oleh tujuannya untuk memperoleh kepuasan, terdapat beberapa pendekatan permintaan individu dalam perilaku konsumen, yaitu pendekatan cardinal dan pendekatan ordinal:

1) Pendekatan Cardinal

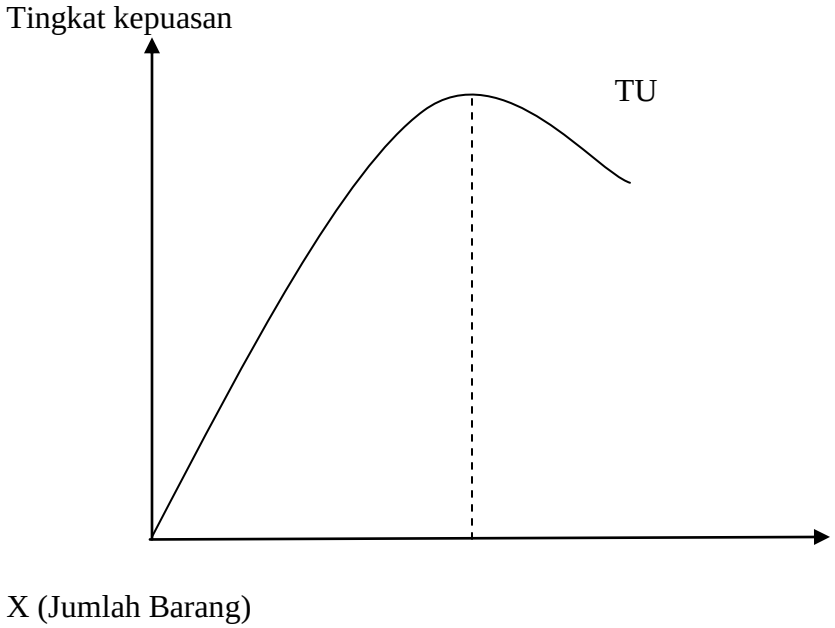
Asumsi dari pendekatan cardinal:

a. Konsumen rasional. Konsumen bertujuan memaksimalkan kepuasannya dengan batasan pendapatan
b. Diminshing marginal utility artinya tambahan utilitas yang diperoleh konsumen makin menurun dengan bertambahnya konsumen dari komoditas tersebut
c. Pendapatan konsumen tetap
d. Constant marginal utility of money, artinya uang mempunyai nilai subjektif yang tetap
e. Total utility adalah additive dan indepndent. Additive artinya daya guna dari sekumpulan barang adalah fungsi dari kuantitas masing-masing barang yang dikonsumsinya, misalnya U= f(X1, X2, ...Xn) maka U = U1(X1) + U2(X2) + ... Un(Xn) sedangkan independen mengandung arti baha daya guna X1 dipengaruhi oleh tindakan mengkonsumsi barang X1, X2, X3, X4, ... Xn dan sebaliknya (Muhammad,2005)

Jenis pendekatan yang digunakan dalam pendekatan cardinal adalah pendekatan nilai guna (marginal utility) yaitu tambahan kepuasan yang diperoleh seseorang sebagai akibat dari menambah satu unit barang untuk memenuhi kepuasannya dan marginal utility ini diturunkan dari (total utility) yaitu keseluruhan nilai guna (kepuasan yang diperoleh seorang sebagai akibat mengkonsumsi suatu barang. (Suhartati, Fahrozi. 2003)

Gambar 2.1

Total Utility Curve



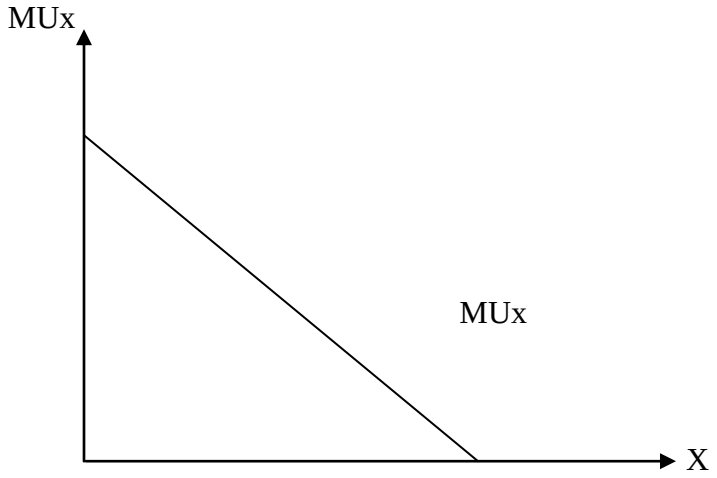
(Sumber : Nordhaus dan Samuelson, 1997)

Fungsi utilitas pada gambar diatas menunjukkan bahwa semakin banyak barang yang dikonsumsi maka semakin tinggi tingkat kepuasan, namun sampai mencapai titik maksimum, tambahan barang X yang dikonsumsi oleh konsumen justru akan menurunkan kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan hukum Gosen bahwa jika

kebutuhan seseorang dipenuhi secra terus menerus makan kepuasannya semakin menurun.

Gambar 2.2

Marginal Utility Curve



(Sumber : Mc Eachern, 2001)

Marginal utility ini dapat digambarkan bahwa semakin banyaknya barang yang dikonsumsi maka daya marginal (tambahanan kepuasan) semakin berkurang, bahkan setelah mencapai titik tertentu menjadi negative yang menandakan semakin banyak barang yang dikonsumsi tidak lagi memberikan tambahan kepuasan bagi konsumen, justru akan menguranginya.

2) Pendekatan Ordinal

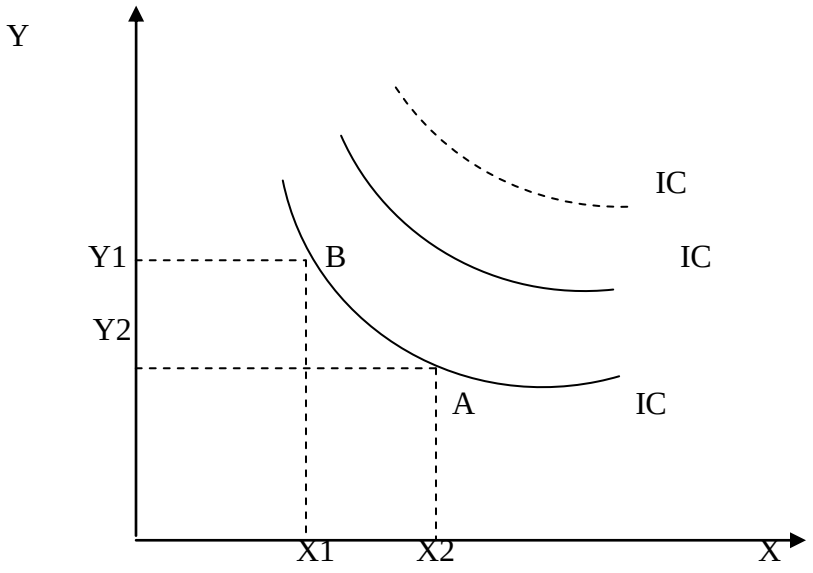
Merupakan suatu pendekatan yang mengukur tingkat kepuasan dalam mengkonsumsi dengan berdasarkana urutan kepuasan misalnya: rendah, sedang, tinggi

dan dalam pendekatan ordinal menggunakan indifference curve yaitu kurva yang menggunakan kombinasi dua macam barang konsumsi yang memberikan tingkat kepuassan yang sama. Asumsi dasar teori utility ordinal:

a. Konsumen rasional
b. Konsumen mempunyai pola referensi terhdap barang yang disusun berdasarkan urutan besar kecilnya daya guna
c. Konsumen mempunyai sejumlah uang tertentu
d. Konsumen selalu berusaha mencapai kepuasan maksimum
e. Konsumen konsisten artinya apabila A lebih dipilih daripada B karena A lebih disukai daripada B dan tidak berlaku sebaliknya B lebih dipilih daripada A
f. Berlaku hukum transitif, artinya bila A lebih disukai daripada B dan B lebih disukai daripada C, maka A lebih disukai daripada C.

Gambar 2.3

Indiference Curve



(Sumber : Joesron Suhartati. 2003 Teori Ekonomi Mikro)

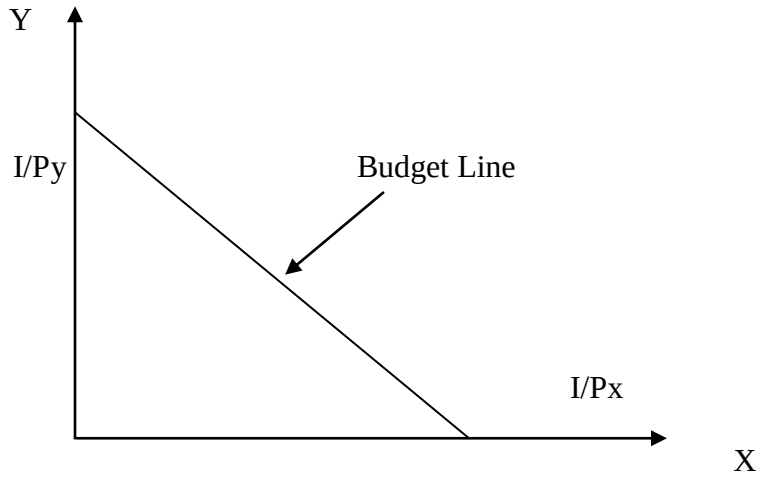
Indiverence curve memiliki ciri yaitu: turun dari kiri atas ke kanan bawah. Implikasinya apabila konsumen ingin menambah konsumsi barang X harus mengurangi barang Y apabila kepuasannya yang diperoleh tetap sama. Jadi antar barang harus terjadi trade off atau saling meniadakan dan cembung kearah titik origin. Hal ini disebabkan oleh adanya marginal rate of substitution yakni kesediaan konsumen untuk melepaskan suatu barang X untuk mendapatkan satu barang Y dengan tingkat kepuasan yang sama.

3) Budget Line

Budget linne merupakan keterbatasan pendapatan konsumen yang menunjukkan kombinasi dari dua macam barang yang berbeda yang dapat dibeli konsumen dengan pendapatan yang terbatas.

Gambar 2.4

Budget Line



(Sumber : Perloff, Jefrey M. 2001 Microeconomic)

Dari gambar diatas apabila konsumen mengkonsumsi barang X dan Y, dengan harga X sama dengan Px dan harga Y sama dengan Py maka : I = Px.X + Py.Y

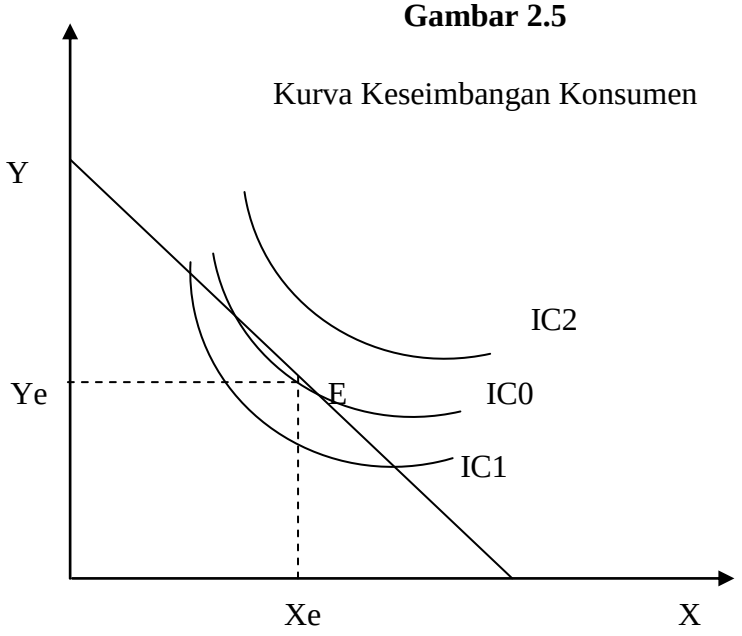
Dan pada gambar dapat dijelaskan bahwa gambar diatas semakin dekat dengan titik origin, berarti semakin kecil pengeluaran yang harus dikeluarkan oleh konsumen dan sebaliknya semakin jauh titik orgin maka semakin besar pengeluaran konsumen.

4) Keseimbangan Konsumen

Keseimbangan konsumen akan digambarkan dengan persinggungan antara budget line dengan indiference curve, persinggungan antara budget line atau indiference curve menggambarkan kombinasi yang diinginkan konsumen, berarti dicapai kepuasan maksimum.

Gambar 2.5

Kurva Keseimbangan Konsumen



(Sumber : Perloff, Jeffrey M. 2001. Microeconomic)

Pada gambar diatas keseimbangan konsumen tidak akan terjadi antara garis anggaran dengan indiference curve 2 (IC 2) hal ini menggambarkan anggaran konsumen tidak mampu membeli barang X dan Y seperti yang diinginkan.begitu pula keseimbangan tidak akan terjadi pada titik potong antara indifenrence curve (IC1) dengan garuis anggaran, sebab hal itu akan menggambarkan ada sebagian pendapatan

konsumen yang belum dibelanjakan. Keseimbangan konsumen akan terjadi pada titik E, yaitu pada titik singgung antara garis amggaran dengan IC0, pada titik ini semua pendapatan konsumen telah habis dibelanjakan. Konsumen mengkonsumsi barang X sebesar Xe dan menkonsumsi barang Y sebesar Ye.

b. Perilaku Konsumen Islam

Perilaku konsumen dalam islam sangat erat kaitannya dengan konsumsi. Dalam ilmu ekonomi konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam analisis konsumsi islam bahwa perilaku konsumsi seorang muslim tidak hanya memenuhi kebutuhan jasmani tetapi kebutuhan rohani juga (Yuliadi, 2007)

Dalam prespektif ekonomi islam perilaku konsumsi seorang muslim didasarkan pada beberapa asumsi sebagaimana dikemukakan oleh Mohzer Kahfi yaitu:

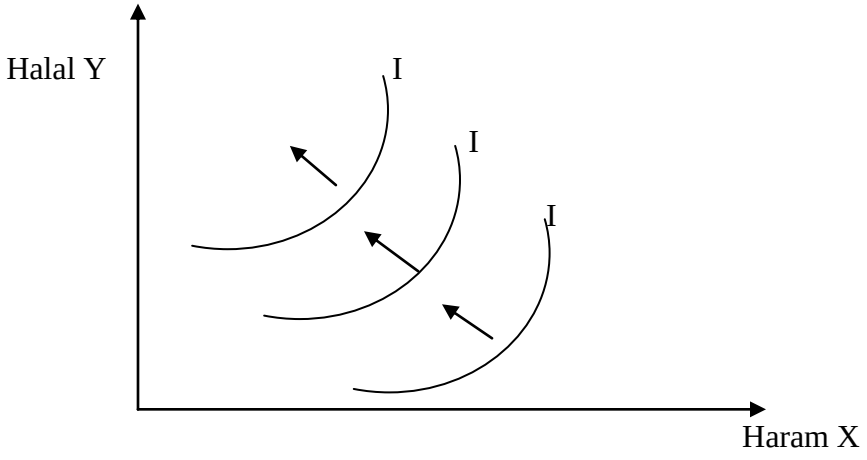
- Islam merupakan suatu agama yang diterapkan ditengah masyarakat
- Zakat hukumnya wajib
- Tidak ada riba dalam masyarakat
- Prindip mudharabah diterapkan dalam aktivitas bisnis
- Konsumen berperilaku rasional yaitu berusaha mengoptimalkan kepuasan

Pada hakikatnya dalamislam konsumsi adalah suatu pengertian yang positif. Larangan-larangan dan perintah mengenai makan dan minum harus dilihat sebagai bagian usaha untuk meningkatkan sifat perilaku konsumsi. Islam mengajarkan bahwa perilaku konsumen menekan kepada sikap untuk mengutamakan kepentingan orang lain. Semangat ini sejalan denganprinsip-prinsip islam dalam berkonsumsi, yaitu prinsip keadilan, kebersihan, kesedarhanaan, murah hati, dan moralitas. Islam tidak

menganjurkan untuk mencintai materi tetapi menganjurkan untuk mengurangi kebutuhan materi untuk memenuhi kebutuhan spiritualnya, sehingga dalam islam, kebutuhan batiniah merupakan cita-cita tertinggi manusia dalam hidupnya dengan tidak meninggalkan kebutuhan jasmani.

Gambar 2.6

Peningkatan kepuasan antara barang haram X dengan halal Y



(Sumber : Muhammad, 2005)

Dalam gambar diatas menunjukkan bahwa dalam islam sangat penting adanya pembagianjenis barang dan jasa yang haram dan halal. Oleh karna itu sangat penting untuk menggambarkan fungsi utilitas. Hal ini digambarkan dengan utilitas funciton yang semakin ke kiri atas, semakin tinggi tingkat kepuasannya, barang haram adalah barang yang tidak disukai secara grafis semakin digambarkan sumbu X sebagai barang yang tidak disukai dan Y sebagai barang halal. Dalam grafik ini pergerakan tingkat kepuasan ke kiri atas menunjukkan semakin sedikit barang yang dikonsumsi.semakin banyak barang halal berarti menambah utility, sedangkan semakin sedikit barang haram berarti mengurangi dis-utility. Keadaan ini memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi (muhammad 2005).

B. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, peneliti menemukan beberapa masalah serupa diantaranya:

a. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah, dengan studi kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Malang (Toni Prasetyo Utomo, 2014). Berdasarkan hasil maka dapat disimpulkan bahwa:
    1. Faktor pelayanan bank syariah, faktor pengetahuan tentang konsep bank syariah, dan faktor harga/biaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Sedangkan faktor karakteristik bank syariah, faktor lokasi dan faktor promosi tidak berpengaruh secara signifikan.
    2. Faktor yang dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah adalah adalah faktor pengetahuan tentang konsep bank syariah. Adanya

pengetahuan yang mumpuni tentang bagaimana konsep bank syariah akan meningkatkan kecenderungan untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

b. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang (Lutfi Efendi, 2009). Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa usia (X1), tingkat pendidikan (X2), tanggungan keluarga (X3), pendapatan per bulan (X4) pelayanan yang baik (X5) faktor syari'ah (X6) mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat cabang Malang (Y). Dari hasil perhitungan uji F, dapat dilihat bahwa F*hitung* ≥ dari F*tabel*. Sehingga Ha yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan per bulan, pelayanan yang baik dan faktor syari'ah terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung secara simultan diterima. Sedangkan Ho yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan per bulan, pelayanan yang baik dan faktor syari'ah terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung secara simultan ditolak, sehingga hipotesis yang mengatakan diduga bahwa secara simultan faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, faktor syariah mempengaruhi secara signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah pada bank muamalat malang.

c. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank Syariah (Citra Widiastuti, 2014) berdasarkan hasil analisis pada kajian sebelumnya, dapat disimpulkan:

1. Faktor eksternal yang meliputi keluarga, kelas sosial, budaya sub budaya, kelompok acuan dan komunikasi pemasaran mampu mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah. Variabel faktor eksternal ini menempati rangking pertama dengan nilai sig 0,00 pada α 0,1. Faktor eksternal dianggap paling dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah.
2. Faktor internal yang meliputi motivasi, persepsi dan sikap mampu mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah. Variabel faktor internal menempati rangking kedua setelah faktor eksternal dengan nilai sig 0,018 pada α 0,1. Responden lebih cenderung memutuskan menabung dibank syariah karena faktor eksternal dibanding faktor internal.
3. Variabel pelayanan yaitu pelayanan dari bank syariah mampu mempengaruhi keputusan nasabah nasabah menabung dibank syariah dengan nilai sig 0,078 pada α 0,1 dengan menempati rangking ketiga dibanding dengan variabel independen lainnya, pelayanan masih dianggap memberikan pengaruh yang positif dan signifikan dalam mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah.
4. Variabel pengetahuan yaitu pengetahuan nasabah atas pemahaman tentang bank syariah mencakup produk dari bank syariah dan pengetahuan nasabah atas pemahamam terhadap agama tidak berpengaruh sig terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah terhadap bank syariah baik dari pemahaman tentang agama masih terbatas.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih bank syariah mandiri kota surabaya (Studi kasus Bank mandiri syariah Cabang

pembantu Universitas Airlangga), oleh Zakaria Perkasa, 2012. Yang menyatakan bahwa faktor pelayanan, halal, banyak ragam produk, banyak cabang, pelayanan yang cepat, aman dan terpercaya, brand image, mudah dijangkau, jaminan, lokasi, dan masih banyak banyak faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh nasabah dalam memilih produk bank syariah di kota Surabaya.

e. Perilaku Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Kopwan Syariah, Muladi Wibowo yang menyatakan bahwa bedasarkan hasil olah data dengan program SPSS, maka diperoleh hasil uji t terbukti bahwa faktor sistem bagi hasil, persyaratan administrasi, sistem operasional syariah, dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan nasabah (konsumen), keterpengaruhan tersebut dapat dijelaskan bahwa nasabah dapat menerima kriteria yang dilakukan oleh Koperasi Wanita Syari'ah Saraswati Kabupaten Karanganyar, dari faktor sistem bagi hasil, operasional syariah melalui kejujuran, keterbukaan dan adanya kesepakatan pada kedua belah pihak yaitu antara pihak koperasi dan nasabah, begitu pula faktor promosi yang aktif dan gencar dilakukan oleh pihak koperasi dalam menyebarkan atau mensosialisasikan informasi terkait dengan penawaran produk koperasi kepada calon nasabah. Sedangkan kualitas layanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah, hal ini dapat dijelaskan bahwa nasabah tidak terlalu memprioritaskan pada aspek kualitas layanan karena dalam hal keberadaan kantor, fasilitas dan proses dianggap sudah memenuhi standar, hanya saja terkait dalam penanganan komplain dan pemberian informasi dari SDM Koperasi Wanita Syari'ah Saraswati Kabupaten Karanganyar, masih sangat terbatas terutama dalam hal *skill* dan jumlah SDM yang menangani layanan tersebut.

Sehingga faktor inilah yang membuat calon nasabah menjadi khawatir bila terjadi masalah.

f. Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, Damayanti Masruroh (2014) Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa:
   - Faktor sosial, pribadi, pelayanan, dan fasilitas berpengaruh negatif terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
   - Faktor budaya, psikologis, lokasi, dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

g. Pengaruh atribut tabungan berjangka terhadap keputusan menabung nasabah pada PT.Bank Saudara 1906 Tbk KC Wastukencana Bandung. Yang mana dalam penelitian dapat disimpulkan:
   - Bank ini berusaha menampilkan dirinya sebagai bank yang siap melayani nasabah serta selalu mengutamakan keinginan dan kepentingan dari nasabahnya.
   - Keputusan menabung nasabah tabungan berjangka pada PT. Bank Saudara 1906 KC wastukencana Bandung begitu tinggi, walau ada beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh pihak PT. Bank Saudara agar dilakukan peningkatan, baik dalam hal kualitas produk, pelayanan dan pengenalan produk sehingga mampu menarik nasabah lebih banyak lagi pada PT. Bank Saudara terutama dalam produk tabungan berjangka.

C. Hipotesis

Adapun hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah *faktor pelayanan, faktor pengetahuan, faktor karakteristik tentang bank syariah, faktor lokasi, dan faktor promosi* berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri.

a) Hubungan antara faktor pelayanan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri memiliki pengaruh positif dan signifikan bagi nasabah. Toni (2014) dalam penelitian menyatakan bahwa faktor pelayanan dari bank syariah sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri di Kota Malang.

   H1. Faktor pelayanan bank syariah mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri.

a) Hubungan antara faktor pengetahuan tentang bank syariah terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri berpengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian Lutfi (2009), Yanti (2010), Toni (2014), dan Citra (2014) menyatakan bahwa faktor pengetahuan sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri.

   H2. Faktor pengetahuan tentang bank syariah mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri.

b) Hubungan antara faktor karakteristik bank syariah terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri.

   H3. Faktor karakteristik bank syariah mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri.

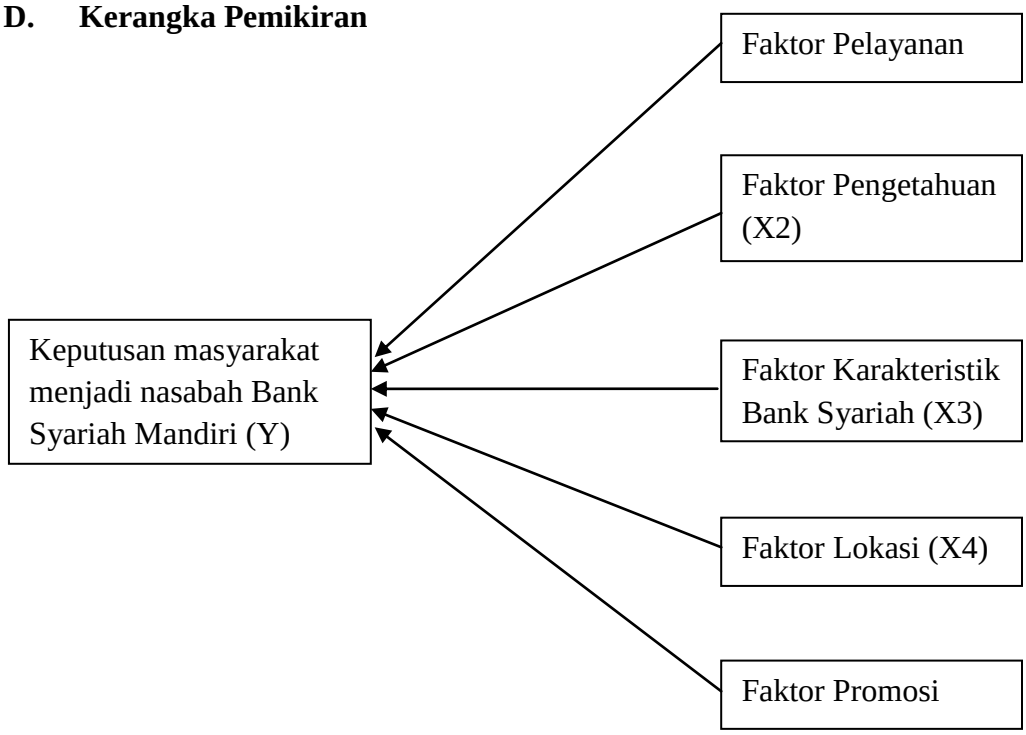
c) Hubungan antara faktor lokasi terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah bank syariah mandiri berpengaruh positif dan signifikan.

H4. Faktor karakteristik bank syariah mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri.

d) Hubungan antara faktor promosi terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah bank syariah mandiri berpengaruh positif dan signifikan.

H5. Faktor karakteristik bank syariah mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri.

D. Kerangka Pemikiran



Dari kerangka pemikiran diatas dapat dideskripsikan bahwa *faktor pelayanan (X1), faktor pengetahuan (X2), faktor karakteristik bank syariah (X3), faktor lokasi (X4),* dan *faktor promosi (X5)* berpengaruh positif terhadap ***Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri*.**