

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

1. Azzahra (2016)

Azzahra (2016) dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Pengetahuan dan Disposable Income terhadap Preferensi menabung Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi (studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kali Jaga). Peneliti terdahulu melakukan penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengetahuan dan disposable income terhadap preferensi menabung dengan religiusitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey. Populasi penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memiliki rekening di bank syariah dengan sampel sebanyak 100 nasabah. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa secara langsung pengetahuan dan disposable income berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung di bank syariaih oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga. Sedangkan Religiusitas sebagai moderasi terbukti dapat memperkuat pengaruh pengetahuan dan disposable income terhadap preferensi menabung di bank syariaih.

Persamaan

- a. Variabel dependen yang digunakan penelitian terdahulu yaitu preferensi menabung di bank syariah

b. Metode penelitian menggunakan kuesioner

Perbedaan

- a. Variabel independent yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah *disposable income* sementara itu, religiusitas sebagai variabel moderating sedangkan dalam penelitian saat ini variabel independent yang digunakan adalah religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan dan pelayanan.
- b. Sampel yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga sedangkan penelitian saat ini menggunakan responden mahasiswa Akuntansi STIE Perbanas Surabaya.

2. Lestari (2015)

Lestari (2015) dalam penelitian terdahulunya yang berjudul Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan pelayanan terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Barawijaya Malang). Tujuan penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui pengaruh religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan, dan pelayanan terhadap preferensi menabung pada perbankan Syariah. Sampel yang digunakan adalah 50 responden mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang yang menjadi nasabah perbankan syariah. Teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan kuesioner dengan likert. Setelah data terkumpul, data di uji menggunakan uji validitas dan reliabilitas dilakukan menggunakan IBM SPSS 22.0. untuk mengetahui pengaruh religiusitas, produk bank, kepercayaan,

pengetahuan, dan pelayanan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah menggunakan analisis faktor dengan alat uji IBM SPSS 22.0.

Hasil analisis faktor menunjukkan pengaruh religiusitas terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah adalah kepatuhan agama. Pengaruh produk bank terhadap preferensi utama menabung pada bank syariah adalah produk yang inovatif. Pengaruh kepercayaan terhadap preferensi utama menabung pada bank syariah adalah kemudahan bertransaksi. Pengaruh Pengetahuan terhadap preferensi utama menabung pada bank syariah adalah pengetahuan ilmiah. Dan Pengaruh Pelayanan terhadap preferensi utama menabung pada bank syariah adalah penggunaan fasilitas yang mudah.

Persamaan :

- a. Variabel independen yang digunakan penelitian terdahulu.
- b. Metode pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.
- c. Metode penelitian menggunakan kuesioner

Perbedaan :

- a. Sampel yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya sedangkan penelitian saat ini menggunakan responden Mahasiswa Akuntansi STIE Perbanas Surabaya.

3. Masruroh (2015)

Masruroh (2015) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan *Disposable Income* Terhadap Minat menabung Mahasiswa (studi kasus mahasiswa STAIN Salatiga. Tujuan penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas dan *disposable income* mahasiswa terhadap minat menabung di Perbankan Syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena bertujuan untuk mengkonfirmasi data yang didapatkan di lapangan dengan teori yang ada. Objek dalam penelitian ini yang digunakan adalah mahasiswa STAIN Salatiga dengan jumlah sampel sebanyak 98 mahasiswa dengan menggunakan teknik *aksidental*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian terdahulu dilakukan dengan metode kuesioner, studi pustaka, dan wawancara. Setelah data didapat, data diolah menggunakan uji reliabilitas, validitas statistik dan asumsi klasik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *disposable income* yang dimoderasi oleh tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa, sehingga dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tinggi *disposable income* maka semakin tinggi pula minat menabung yang dimoderasi oleh tingkat religiusitas.

Persamaan

- a. Variabel dependen yang digunakan penelitian terdahulu yaitu minat menabung
- b. Metode penelitian menggunakan kuesioner

Perbedaan

- a. Variabel independent yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah *disposable income* sementara itu, religiusitas sebagai variabel moderating sedangkan dalam penelitian saat ini variabel independent yang digunakan adalah religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan dan pelayanan.
- b. Metode pengambilan sampel menggunakan Stratified random sampling.
- c. Sampel yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah mahasiswa STAIN Salatiga sedangkan penelitian saat ini menggunakan responden mahasiswa Akuntansi STIE Perbanas Surabaya.

4. Fauzi (2010)

Fauzi (2010) dalam penelitiannya yang berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah (Kasus Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta). Tujuan dari penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan, nisbah bagi hasil, kualitas produk dan religiusitas terhadap nasabah menabung di bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian terdahulu menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dan observasi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan metode regresi berganda.

Dari hasil penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, nisbah bagi hasil, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah menabung di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta dan

religiusitas tidak berpengaruh nasabah menabung di Bank Syariah kantor cabang Yogyakarta. Hasil penelitian ini menghasilkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.535 yang berarti kualitas pelayanan, nisbah bagi hasil, kualitas produk dan religiusitas dapat menjelaskan variabilitas nasabah menabung di Bank BNI syariah kantor cabang Yogyakarta 53,5%. Sedangkan sisanya 46.5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Persamaan :

- a. Variabel pelayanan, variabel produk bank dan variabel religiusitas.
- b. Metode pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.
- c. Metode penelitian menggunakan kuesioner

Perbedaan :

- a. Variabel yang digunakan dalam penelitian terdahulu menggunakan nisbah bagi hasil sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel religisitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan dan pelayanan.
- b. Sampel yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah responden yang menabung di bank syariah BNI Syariah cabang Yogyakarta sedangkan penelitian saat ini menggunakan responden Mahasiswa Akuntansi STIE Perbanas Surabaya.

5. Maski (2010)

Maski (2010) melakukan penelitian yang berjudul Analisa Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang. Tujuan dari penelitian terdahulu adalah menganalisis keputusan nasabah menabung dengan menggunakan pendekatan komponen dan model logistik. Sampel yang digunakan dalam penelitian terdahulu ini menggunakan responden yang menabung di bank syariah (BNI Syariah) dan responden yang menabung di bank konvensional (BNI). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara mengumpulkan informasi dari responden dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah metode *Logistic Regression* atau Analisis Model Logistic (LOGIT). Model logit adalah merupakan perkembangan lebih lanjut dari model probabilitas linier yang menjelaskan bahwa, model Logit digunakan untuk estimasi probabilitas suatu fenomena dengan mereduksi kelemahan-kelemahan yang terdapat pada model probabilitas linier. Model Logit digunakan untuk menguji apakah probabilitas terjadinya variabel terikat dapat diprediksi dengan variabel bebasnya.

Sedangkan untuk mengetahui preferensi dan perilaku nasabah dalam menabung di bank syariah digunakan metode skroring dengan menggunakan skala likert, dimana skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam prosedur skala Likert sejumlah pertanyaan disusun dengan jawaban responden berbeda dalam satu kontinum antara sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Penilaian jawaban diberikan bobot nilai antara satu sampai dengan lima. Hasil penelitian ini

menunjukkan bahwa dari hasil estimasi Logit dapat dikemukakan bahwa keputusan nasabah dalam memilih atau tidak memilih bank syariah dalam menabung dipengaruhi oleh variabel karakteristik bank syariah, variabel pelayanan, dan kepercayaan pada bank, variabel pengetahuan dan variabel obyek fisik bank. Sedangkan, berdasarkan koefisien regresi logistik, variabel pelayanan dan kepercayaan pada bank memiliki koefisien yang paling besar, hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan nasabah dalam menabung.

Persamaan :

- a. Variabel pelayanan dan kepercayaan.
- b. Metode penelitian dengan menggunakan kuesioner

Perbedaan :

- a. Ada dua variabel yang berbeda yang digunakan oleh penelitian terdahulu yaitu variabel karakteristik bank syariah dan variabel obyek fisik.
- b. Metode pemilihan sampel
- c. Sampel yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah responden yang menabung di bank syariah BNI Syariah dan responden yang menabung di bank konvensional (BNI)

Tabel 2.1
Matriks Riset Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel dependen	Variabel Independen				
			Religiusitas	Produk Bank	Kepercayaan	Pengetahuan	Pelayanan
1	Azzahra (2016)	Preferensi menabung di Perbankan syariah				BS	
2	Lestari (2015)		BS	BS	BS	BS	BS
3	Masruroh (2015)		BS (+)				
4	Fauzi (2010)		TB	BS (+)			BS (+)
5	Maski (2010)			BS	BS	BS	BS

Keterangan :

TB : tidak berpengaruh

BS (+) : berpengaruh positif signifikan

BS : berpengaruh signifikan

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Preferensi

Preferensi berasal dari kata *prefer* yang berarti kesukaan atau kecenderungan seseorang untuk sesuatu (Simamora, 2003 : 87). Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan atau nilai penting pada setiap produk atau jasa. Penilaian terhadap produk dan jasa menggambarkan sikap konsumen terhadap produk atau jasa tersebut, sehingga dapat mencerminkan preferensi konsumen dalam menggunakan atau mengonsumsi suatu produk serta jasa. Menurut Simamora (2003: 88), ada beberapa langkah yang harus dilalui sampai konsumen membentuk preferensi, yaitu :

1. Pertama, diasumsikan bahwa konsumen melihat produk sebagai sekumpulan atribut. Konsumen yang berbeda memiliki persepsi yang berbeda tentang atribut apa yang relevan.
2. Kedua, tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda dalam atribut apa yang paling penting.
3. Ketiga, konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap atribut.
4. Keempat, tingkat kepuasan konsumen terhadap produk akan beragam sesuai dengan atribut.
5. Kelima, konsumen akan sampai pada sikap terhadap merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi.

2.2.2 Religiusitas

Menurut Harun Nasution yang dikutip Jalaluddin (2012:12) pengertian agama berasal dari kata, yaitu: *al-Din, religi (relegere, religare)* dan agama. *Al-Din* (semit) berarti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa arab, kata ini mengandung arti menguasai, mendudukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata *religi* (latin) atau *relegere* berarti mengumpulkan dan membaca. Kemudian *religare* berarti mengikat. Adapun kata agama terdiri a= tidak: gam=pergi mengandung arti tidak pergi, tetapi ditempat atau diwarisi turun-menurun.

Religiusitas menurut para ahli seperti Nourcholis Majid, agama bukanlah sekedar tindakan-tindakan ritual shalat dan membaca doa. Agama lebih dari itu, yaitu keseluruhan tingkah laku manusia yang terpuji, yang dilakukan demi memperoleh ridla atau perkenan Allah (Sahlan, 2012:42). Sedangkan menurut Anshori dalam (2010: 168) agama menunjuk pada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan *religiusitas* menunjuk pada aspek agama yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati. Ghufron menegaskan lebih lanjut, bahwa Religiusitas merupakan tingkat keterikatan individu terhadap agamanya. Apabila individu telah menghayati dengan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya.

2.2.3 Produk Perbankan

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Produk memiliki sifat dan

karakteristik yang beragam tergantung seberapa besar kepuasan atau kebutuhan akan produk itu dalam kehidupan konsumen sehingga konsumen tertarik dan memutuskan untuk mengkonsumsi produk (Hermawan, 2012 : 36). Produk perbankan merupakan salah satu faktor penentu ketertarikan nasabah menabung pada bank. Perbankan syariah memiliki keunikan produk yang ditawarkan dimana produk-produk yang ditawarkan pada perbankan syariah lebih inovatif, seperti produk penghimpunan dana yang ditawarkan dalam beberapa jenis diantaranya pada tabungan, mudharabah, deposito mudharabah dan lain-lain. Selain itu juga terdapat jenis pembiayaan yang ditawarkan dalam beberapa jenis yaitu pembiayaan murabahah, istishna, salam, ijarah, mudharabah, musyarakah dan lain-lain.

Bank Syariah dituntut untuk menjalankan kegiatannya prinsip-prinsip syariah (hukum Islam). Berikut ini beberapa prinsip-prinsip yang ada dalam bank syariah (Antonio, 2001: 85-134). :

1. Prinsip Titipan atau Simpanan (Al-wadiah)

Al-wadiah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki. Secara umum terdapat dua jenis al-wadiah yaitu Wadiah Yad Al-Amanah (Truste Depository) dan Wadiah Yad adh-Dhamanah (Guarante Depository)

2. Prinsip Bagi Hasil (Profit Sharing)

Sistem ini adalah suatu sistem yang meliputi tatacara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah Al-Mudharabah dan Al-Musyarakah

3. Prinsip Jual Beli (Al-Tjarah)

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (margin). Implikasinya berupa Al-Murabahah, Salam, serta Istishna.

4. Prinsip Sewa (Al-Ijarah)

Al-ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan hak kepemilikan atas barang itu sendiri. Al-ijarah terbagi dua jenis : (1) Ijarah, sewa murni. (2) Ijarah al muntahiya bit tamlik merupakan penggabungan sewa dan beli, dimana si penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir sewa.

5. Prinsip Jasa (Fee-Based Service)

Prinsip ini meliputi keseluruhan layanan non-pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah: Al-Wakalah, Al-Kafalah, Al-Hawalah, Ar-Rahn dan Al-Qardh.

2.2.4 Kepercayaan

Kotler (2009: 176), kepercayaan adalah “pikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu”. Para nasabah cenderung untuk mengembangkan serangkaian keyakinan mengenai ciri-ciri dari suatu produk dan selanjutnya, melewati keyakinan ini, membentuk suatu citra merek membentuk sikap para nasabah terhadap produk tersebut. Dari uraian tersebut maka menurut Charles W. Lamb dalam buku Kotler (2009), kepercayaan adalah “suatu pola yang diorganisasi melalui pengetahuan yang kemudian dipegang oleh seorang individu sebagai suatu kebenaran dalam hidupnya”.

Kepercayaan adalah batu penjurur dari hubungan jangka panjang yang disertai dengan kemauan untuk mengandalkan mitra yang saling memiliki keyakinan. Sebuah pengkhianatan terhadap kepercayaan ini oleh penyedia layanan dapat menyebabkan pembelotan (Ndubisi dan wah, 2008). Pelanggan harus mempercayai pemasar dan selanjutnya berkomitmen padanya sebelum bisa terjalin relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang. Kepercayaan merupakan faktor paling krusial dalam relasi, sekaligus berpengaruh terhadap komitmen. Apabila tidak ada kepercayaan, maka tidak ada komitmen (Fandy Tjiptono 2010: 415).

2.2.5 Pengetahuan

Pengetahuan atau informasi menabung pada perbankan bisa didapat dari orang lain, seperti dari karyawan bank, teman, saudara, keluarga, media cetak, media elektronik, dan lain-lain. Pengetahuan dapat juga berupa kelemahan maupun kelebihan produk, pelayanan, fasilitas, dan sebagainya yang dapat menjelaskan tentang perbankan (Lestari, 2015).

Pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya :

1. Pendidikan

Pendidikan adalah sebuah proses perubahan sikap tata laku seseorang atau kelompok dan juga usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan (Barnadib, 1996 : 80)

2. Media

Media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Misalkan : televisi. Radio, Koran, papan reklame, dan majalah (Hermawan, 2012: 192).

3. Keterpaparan informasi

Informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui atau dapat pula berupa transfer pengetahuan, informasi dapat mencakup data, teks, image, suara, kode, program komputer, *database*. Informasi dapat juga dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, yang diperoleh dari data dan

observasi terhadap dunia sekitar serta diteruskan melalui komunikasi (Lupiyoadi, 2013 : 109)

4. Pengetahuan ilmiah

Pengetahuan ilmiah merupakan suatu hasil ilmiah dari adanya kegiatan belajar melalui permasalahan yang ada pada lingkungan atau kehidupan sehari-hari berdasarkan teori-teori ilmu pengetahuan. Dari adanya kegiatan belajar tersebut, maka seseorang akan memperoleh pengetahuan yang lebih akan segala sesuatu yang nantinya dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

2.2.6 Pelayanan

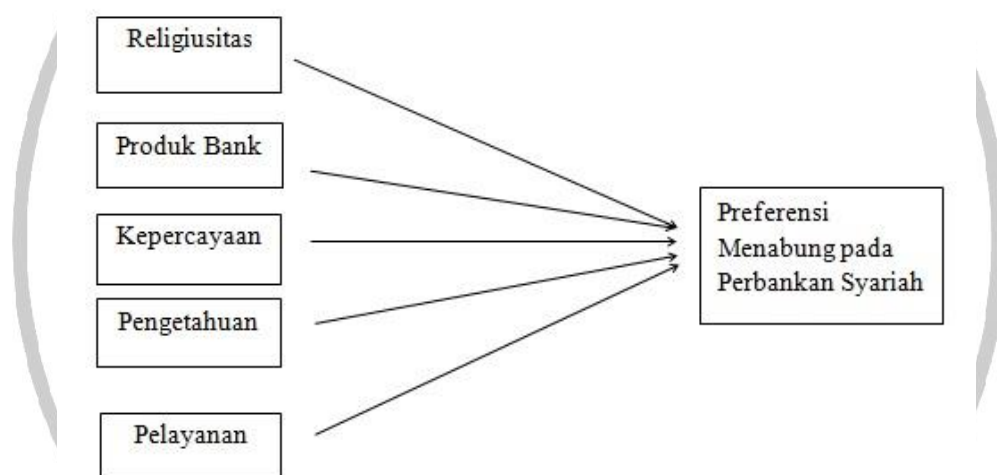
Menurut Ruslan (2005 : 275) dalam konsep *service of excellent* ada empat pokok unsur pelayanan yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Keempat unsur tersebut merupakan suatu kesatuan pelayanan jasa yang terintegrasi, sehingga apabila salah satu tidak terpenuhi maka pelayanan atau jasa yang diberikan dinilai tidak baik. Agar ketika menabung nasabah mendapat pelayanan dengan baik maka perbankan syariah harus memiliki konsep tersebut, sehingga diupayakan pegawai perbankan syariah harus memenuhi beberapa faktor yaitu, tingkah laku yang sopan, santun, ramah dan waktu menyampaikan sesuatu informasi pada nasabah haruslah secara jelas dan tepat.

Menurut Mussry (2010 : 154) terdapat dimensi-dimensi kualitas layanan yang digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi kualitas jasa, diantaranya *tangibles* (penampilan unsur fisik), *reliability* (kinerja yang dapat diandalkan dan

akurat), *responsiveness* (kecepatan dan kegunaan), *assurance* (kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan), dan *empathy* (akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan).

2.3 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh *Religiusitas*, Produk bank, kepercayaan, Pengetahuan dan pelayanan bank syariah pada mahasiswa akuntansi STIE Perbanas Surabaya terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah. Maka kerangka pemikir penelitian ini adalah:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang kebenarannya masih harus di uji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka

(Martono, 2011:71). Berdasarkan kerangka pemikiran dan hasil pnenuan beberapa penelitian maka, hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

H1= faktor religiusitas berpengaruh terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah.

H2= faktor produk bank berpengaruh terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah.

H3= faktor kepercayaan berpengaruh terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah.

H4= faktor pengetahuan berpengaruh terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah.

H5= faktor pelayanan berpengaruh terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah

