

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya merupakan judul yang dipilih dan disusun berdasarkan rujukan berupa artikel pada jurnal hasil penelitian sebelumnya.

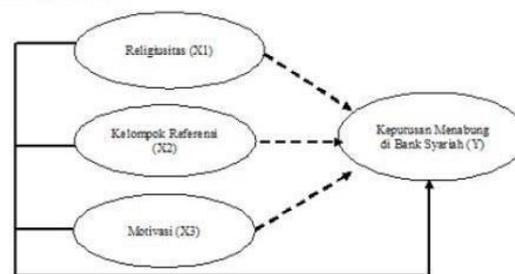
2.1.1 Wahyu Utami, Marijati Sangen, dan M. Yudy Rachman (2015)

Penelitian Wahyu, Marijati, dan Yudy bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari faktor religiusitas, kelompok referensi, dan motivasi terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data menggunakan *non probability sampling* melalui kuesioner dengan teknik *purposive sampling* yang dikumpulkan dari 100 responden dengan kriteria : 1.) beragama Islam; 2.) memiliki rekening tabungan di salah satu bank Syariah di Kota Banjarmasin; 3.) berusia 21 tahun atau lebih; dan 4.) sudah bekerja atau memiliki penghasilan sendiri. Model penelitian yang digunakan oleh Wahyu, Marijati, dan Yudy ini diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda

Hasil dari penelitian Wahyu, Marijati, dan Yudy menunjukkan bahwa pengaruh dari faktor religiusitas, kelompok referensi, dan motivasi, baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di bank syariah. Secara parsial variabel religiusitas merupakan variabel

yang paling dominan dalam mempengaruhi masyarakat untuk mengambil keputusan menabung di bank syariah. Hal itu berarti, bank Syariah harus memiliki upaya untuk menambah jumlah nasabah tabungan di bank Syariah melalui pendekatan agama atau religiusitas dengan melakukan sosialisai akan pentingnya prinsip Syariah dalam kehidupan sehari-hari agar dapat mengenalkan produk dan jasa yang ada di bank Syariah melalui kegiatan pengajian, ceramah-ceramah sholat jumat dan teraweh, pesantren kilat, serta kegiatan keagamaan yang lainnya.

Kerangka Pikir Penelitian



Sumber : Wahyu Utami, Marijati Sangen, dan M. Yudy Rachman (2015)

Gambar 2. 1
KERANGKA PEMIKIRAN UTAMI, MARIJATI SANGEN, DAN M.YUDY RACHMAN (2015)

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah :

1. Variabel bebas (*independen*) yaitu religiusitas dan variabel terikat (*dependen*) yaitu keputusan nasabah.
2. Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda.
3. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *puroposive sampling* yang merupakan salah satu teknik pengumpulan data *non probability sample*.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu:

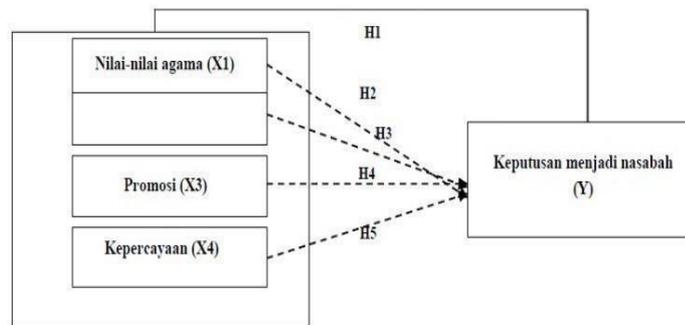
1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel bebas (*independen*) kelompok referensi dan motivasi sedangkan untuk penelitian ini menggunakan variabel bebas (*independen*) kualitas pelayanan dan kepercayaan
2. Penelitian terdahulu menggunakan subyek masyarakat Kota Banjarmasin sedangkan untuk penelitian ini menggunakan subyek masyarakat Kota Surabaya.

2.1.2 Rika Yulianti, Marijati Sangen, dan Ahmad Rifani (2016)

Penelitian Rika, Marijati, dan Ahmad bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh nilai-nilai agama, kualitas layanan, promosi, dan kepercayaan terhadap keputusan menjadi nasabah bank Syariah di Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data menggunakan *non probability sampling* melalui kuesioner dengan teknik *purposive sampling* yang dikumpulkan dari 100 responden yang menjadi nasabah Bank BPD Kalsel Syariah, Bank Syariah Mandiri, Bank BRI Syariah, dan Bank BNI Syariah, masing-masing diambil sampel sebanyak 25 orang. Model penelitian yang dilakukan oleh Rika, Marijati, dan Ahmad ini diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda

Hasil penelitian Rika, Marijati, dan Ahmad menunjukkan hasil bahwa pengaruh nilai-nilai agama, kualitas layanan, promosi, dan kepercayaan, baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank Syariah di Banjarmasin. Hal itu berarti, bank Syariah harus membangun kepercayaan dengan nasabah dengan cara mempertahankan penghargaan-penghargaan yang telah diraih agar reputasi bank Syariah tetap terjaga.



Sumber : Rika Yulianti, Marijati Sangen, dan Ahmad Rifani (2016)

Gambar 2. 2
KERANGKA PEMIKIRAN RIKA YULIANTI, MARIJATI SANGEN, DAN
AHMAD RIFANI (2016)

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah :

1. Variabel bebas (*independen*) yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan variabel terikat (*dependen*) yaitu keputusan menjadi nasabah.
2. Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda
3. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *puroposive sampling* yang merupakan salah satu teknik pengumpulan data *non probability sample*.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu:

1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel terikat (*dependen*) nilai-nilai agama dan promosi sedangkan penelitian ini menggunakan variabel terikat (*dependen*) religiusitas.
2. Penelitian terdahulu menggunakan subyek masyarakat Kota Banjarmasin sedangkan untuk penelitian ini menggunakan subyek masyarakat Kota Surabaya.

2.1.3 Hesti Mayasari, Nurlina, dan Elly Wardiningsih (2017)

Penelitian Hesti, Nurlina, dan Elly bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi dan kualitas pelayanan secara satu per satu dan secara bersamaan terhadap keputusan menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data menggunakan *probability sampling* melalui kuesioner dan studi kepustakaan dengan teknik *simple random sampling* yang dikumpulkan dari 82 responden nasabah yang menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang. Model penelitian yang dilakukan oleh Hesti, Nurlina, dan Elly ini diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan analisis koefisien determinasi.

Hasil penelitian Hesti, Nurlina, dan Elly menunjukkan hasil bahwa pengaruh motivasi dan kualitas pelayanan, secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang. Hal itu berarti, bank Syariah harus meningkatkan kemampuan untuk menyelesaikan setiap transaksi dalam waktu yang singkat dan juga tepat sehingga nasabah tidak menunggu lama jika melakukan transaksi di bank syariah.



Sumber : Hesti Mayasari, Nurlina, dan Elly Wardiningsih (2017)

Gambar 2. 3
KERANGKA PEMIKIRAN HESTI MAYASARI, NURLINA, DAN ELLY
WARDININGSIH (2017)

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah :

1. Variabel bebas (*independen*) yaitu kualitas pelayanan dan variabel terikat (*dependen*) yaitu keputusan nasabah.
2. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu:

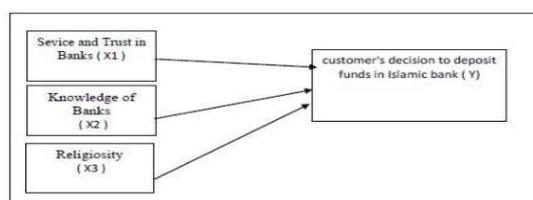
1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel bebas (*independen*) motivasi sedangkan untuk penelitian ini menggunakan variabel bebas (*independen*) kepercayaan dan religiusitas.
2. Penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis koefisien determinasi sedangkan untuk penelitian ini menggunakan variabel bebas (*independen*) analisis regresi linier berganda saja.
3. Penelitian terdahulu menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling* yang merupakan salah satu teknik pengumpulan data *probability sample* sedangkan untuk penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *puroposive sampling* yang merupakan salah satu teknik pengumpulan data *non probability sample*.
4. Penelitian terdahulu menggunakan subyek masyarakat di Kota Padang sedangkan untuk penelitian ini menggunakan subyek masyarakat di Kota Surabaya.

2.1.4 Mustaqim Pabbajah, Ratri Nurina Widyanti, dan Widi Fajar Widyatmoko (2019)

Penelitian Mustaqim, Ratri, dan Widi bertujuan untuk menunjukkan pengaruh positif pelayanan, kepercayaan, dan pengetahuan masyarakat kepada bank Syariah dalam pengambilan keputusan menyimpan dananya di bank Syariah di Kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data menggunakan *non probability sampling* melalui kuesioner dan studi pustaka dengan teknik *accidental sampling* yang dikumpulkan dari 97 responden nasabah bank di Yogyakarta. Model penelitian yang dilakukan oleh Mustaqim, Ratri, dan Widi ini diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian Mustaqim, Ratri, dan Widi menunjukkan hasil bahwa pengaruh layanan, religiusitas, dan pengetahuan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menyimpan dananya di bank Syariah di Kota Yogyakarta. Hal itu berarti variabel religiusitas memiliki potensi yang besar yang harus dimiliki oleh bank Syariah agar dapat mempengaruhi keputusan menyimpan dana di bank syariah, sehingga bisa dijadikan sebagai catatan dan cerminan dalam kelangsungan pengelolannya.

Theoretical Framework



Sumber : Mustaqim Pabbajah, Ratri Nurina Widyanti, dan Widi Fajar Widyatmoko (2019)

Gambar 2. 4

KERANGKA PEMIKIRAN MUSTAQIM PABBAJAH, RATRI NURINA,
DAN WIDI FAJAR WIDYATMOKO (2019)

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah :

1. Variabel bebas (*independen*) yaitu religiusitas dan variabel terikat (*dependen*) yaitu keputusan nasabah.
2. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu:

1. Penelitian terdahulu menggunakan subyek masyarakat di Kota Yogyakarta sedangkan untuk penelitian ini menggunakan subyek masyarakat di Kota Surabaya.
2. Penelitian terdahulu menggunakan variabel terikat (*independen*) pelayanan dan pengetahuan sedangkan untuk penelitian ini menggunakan variabel terikat (*independen*) kualitas pelayanan dan kepercayaan.
3. Penelitian terdahulu teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* yang merupakan salah satu teknik pengumpulan data *non probability sample* sedangkan untuk penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode *puroposive sampling* yang merupakan salah satu teknik pengumpulan data *non probability sample*

Tabel 2. 1
Persamaan dan Perbedaan Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini

<i>Keterangan</i>	Wahyu Utami, Marijati Sangen, dan M. Yudy Rachman (2015)	Rika Yulianti, Marijati Sangen, dan Ahmad Rifani (2016)	Hesti Mayasari, Nurlina, dan Elly Wardiningsih (2017)	Mustaqim Pabbajah, Ratri Nurina Widyanti, dan Widi Fajar Widyatmoko (2019)	Fanny Zahrotul Jannah (2020)
<i>Judul</i>	Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah.	Pengaruh Nilai-Nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Banjarmasin.	Pengaruh Motivasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Sinarmas Syariah Padang.	The Factors Of Service, Religiosity, And Knowledge In The Decision Of Customers To Save Funds In Sharia Banks In Yogyakarta City.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kota Surabaya.
<i>Tujuan</i>	Bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari faktor religiusitas, kelompok referensi, dan motivasi terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah.	Bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh nilai-nilai agama, kualitas layanan, promosi, dan kepercayaan terhadap keputusan menjadi nasabah bank Syariah di Banjarmasin.	Bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi dan kualitas pelayanan secara satu per satu dan secara bersamaan terhadap keputusan menabung di Bank Sinarmas Syariah padang.	Bertujuan untuk menunjukkan pengaruh positif pelayanan, kepercayaan, dan pengetahuan masyarakat kepada bank syariah. dalam pengambilan keputusan menyimpan dananya di bank Syariah di Kota Yogyakarta.	Bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di bank Syariah di Kota Surabaya.
<i>Sampel</i>	100 responden	100 responden	82 Responden	97 Responden	110 Responden
<i>Periode Penelitian</i>	2015	2016	2017	2019	2020

Keterangan	Wahyu Utami, Marijati Sangen, dan M. Yudy Rachman (2015)	Rika Yulianti, Marijati Sangen, dan Ahmad Rifani (2016)	Hesti Mayasari, Nurlina, dan Elly Wardiningsih (2017)	Mustaqim Pabbajah, Ratri Nurina Widyanti, dan Widi Fajar Widyatmoko (2019)	Fanny Zahrotul Jannah (2020)
Metode Penelitian	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Simple Random Sampling.</i>	<i>Accidental Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>
Teknik Analisis	SPSS	SPSS	SPSS	SPSS	SPSS
Variabel Dependen	Keputusan Nasabah.	Keputusan Menjadi Nasabah.	Keputusan Menabung.	Decision Of Customers	Keputusan Nasabah.
Variabel Mediasi	-	-	-	-	-
Variabel Independen	Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Motivasi.	Nilai-Nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, Dan Kepercayaan.	Motivasi dan Kualitas Pelayanan.	Service, Religiosity, and Knowledge.	Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Religiusitas.
Variabel Moderasi	-	-	-	-	-
Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian Wahyu, Marijati, dan Yudy menunjukkan bahwa pengaruh dari faktor religiusitas, kelompok referensi, dan motivasi, baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan	Hasil dari penelitian Rika, Marijari, dan Ahmad menunjukkan bahwa pengaruh nilai-nilai agama, kualitas layanan, promosi, dan kepercayaan, baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank Syariah di Banjarmasin.	Hasil penelitian Hesti, Nurlina, dan Elly menunjukkan hasil bahwa pengaruh motivasi dan kualitas pelayanan, secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang.	Hasil penelitian Mustaqim, Ratri, dan Widi menunjukkan hasil bahwa pengaruh layanan, religiusitas, dan pengetahuan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan	Hasil penelitian Fanny Zahrotul Jannah menunjukkan bahwa pengaruh dari kualitas pelayanan, kepercayaan, dan religiusitas, baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya. Secara parsial variabel kepercayaan

	<p>masyarakat untuk menabung di bank syariah. Secara parsial variabel religiusitas merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi masyarakat untuk mengambil keputusan menabung di bank syariah.</p>			<p>nasabah menyimpan dananya di bank Syariah di Kota Yogyakarta.</p>	<p>merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi masyarakat untuk mengambil keputusan menabung di bank Syariah.</p>
--	---	--	--	--	---

Sumber : (Wahyu Utami, Marijati Sangen, Muhammad Rudy Rachman, 2015), (Rika Yulianti, Marijati Sangen, Ahmad Rifani, 2016), (Hesti Mayasari, Nurlina, Elly Wardiningsih, 2017), (Mustaqim Pabbajah, Ratri Nurina Widyanti, Widi Fajar Widyatmoko, 2019)

2.2 Landasan Teori

Sub bab ini berisi teori-teori yang akan menjadi dasar dalam menyusun kerangka pemikiran dan merumuskan hipotesis.

2.2.1 Keputusan Nasabah

Keputusan nasabah adalah suatu proses nasabah untuk memilih beberapa alternatif dan masukan-masukan dari orang lain atau nasabah yang lainnya kemudian disimpulkan apa yang menjadi penyebab suatu masalah tersebut sehingga menjadi suatu keputusan nasabah (Mulyadi, 2015).

Keputusan nasabah yaitu berupa pemilihan satu diantara beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang berdasarkan logika, pemilihan alternatif yang terbaik, dan adanya tujuan yang ingin dicapai dan tentunya keputusan tersebut mendekati tujuan nasabah (Usman, 2019).

Keputusan nasabah tidak hanya berhenti pada proses menggunakan produk dan jasa yang ada di bank Syariah saja tetapi berlanjut pada evaluasi terhadap proses penggunaan produk dan jasa tersebut. Peningkatan kualitas pelayanan bisa dilakukan dengan adanya kemudahan fasilitas untuk dapat menyampaikan keluhan yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk dan jasa tersebut (Yoiz, 2016).

Indikator keputusan nasabah ada lima yaitu (Hesti Mayasari, Nurlina, Elly Wardiningsih, 2017) :

1. Pengenalan Produk, yaitu proses memilih produk dan jasa yang ada di bank Syariah dan nasabah menyadari banyaknya produk dan jasa agar sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan atau diharapkan.

2. Pencarian Informasi, yaitu mencari informasi sebanyak mungkin yang diperlukan sesuai dengan kebutuhan produk dan jasa yang diinginkan atau diharapkan. Ada dua tingkatan dalam pencarian informasi ini yaitu, tingkat pertama adalah memberikan perhatian secara berkala kepada produk dan jasa yang akan dipilih dan tingkat kedua adalah pencarian informasi secara aktif yang didapatkan dari beberapa sumber.
3. Penilaian alternatif, yaitu nasabah memproses informasi yang didapat dari beberapa sumber untuk membuat keputusan akhir. Selanjutnya nasabah akan mencari manfaat dari produk dan jasa yang akan dipilih.
4. Keputusan Membeli, yaitu nasabah menyusun produk dan jasa mana yang akan dipilih sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan dan diharapkan dan membentuk niatan untuk melakukan pembelian dengan produk dan jasa yang dipilih.
5. Perilaku Pasca Pembelian, yaitu nasabah akan mengalami dua hal yaitu nasabah memiliki rasa kepuasan terhadap produk dan jasa yang digunakan atau memiliki rasa ketidakpuasan terhadap produk dan jasa yang digunakan.

2.2.2 Kualitas Pelayanan

Menentukan kualitas pelayanan harus ditentukan oleh nasabah itu sendiri karena pandangan terhadap suatu kualitas pelayanan setiap nasabah akan berbeda. Pandangan tersebut bisa seperti bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank Syariah dapat memenuhi harapan konsumen, dan dilanjutkan dengan bagaimana seharusnya para petugas bank Syariah menampilkan performanya dalam memberikan kualitas pelayanan kepada nasabah (Muhammad, 2015).

Kualitas pelayanan dalam industri perbankan sangat penting dalam meningkatkan kepercayaan nasabah untuk melakukan transaksi di bank Syariah (Ishak dan Azzarahroh, 2017).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu bentuk evaluasi dari nasabah terhadap tingkat kualitas pelayanan yang dirasakan dan diharapkan. Peningkatan kualitas pelayanan termasuk cara yang realistis bagi bank Syariah untuk memenangkan persaingan dengan bank Syariah yang lainnya dan untuk mempertahankan nasabah (Rachmad Hidayat, Sabarudin Akhmad, Machmud, 2015).

Indikator kualitas pelayanan untuk mengetahui kualitas pelayanan pelanggan atau nasabah terdiri dari (Rachmad Hidayat, Sabarudin Akhmad, Machmud, 2015) :

1. Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya. Dimensi ini menunjukkan kemampuan industri perbankan untuk memberikan pelayanan secara akurat, handal, dan bertanggung jawab sesuai aktivitas yang dilakukan atau dijanjikan dan tentunya terpercaya.
2. Ketanggapan (*Responsiveness*) adalah keinginan untuk membantu pelanggan atau nasabah dengan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat. Ketanggapan bisa juga diartikan tingkat kepekaan yang tinggi terhadap nasabah dan perlu diikuti dengan tindakan yang tepat sesuai kebutuhan nasabah tersebut.
3. Berwujud (*Tangible*) adalah kemampuan suatu bank Syariah dalam mewujudkan eksistensinya atau bukti nyata kepada pihak eksternal yaitu

masyarakat. Penampilan dan kemampuan merupakan sarana dan prasarana fisik bank Syariah agar dapat diandalkan oleh keadaan lingkungan sekitarnya dan merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

4. Jaminan (*Assurance*) adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Jaminan ini dapat ditunjukkan melalui pengetahuan, kesopanan santun, rasa aman, rasa percaya, bebas dari bahaya dan resiko yang dapat diberikan karyawan kepada pelanggan.
5. Empati (*Empathy*) adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah. Empati sendiri dapat diartikan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian kepada nasabah.

2.2.3 Kepercayaan

Dasar utama dalam kegiatan perbankan adalah kepercayaan, baik dalam menghimpun dana maupun penyaluran dana. Masyarakat berminat untuk menyimpan dananya di bank Syariah apabila dilandasi oleh kepercayaan. Membangun kepercayaan antara pihak bank dan nasabah sangat penting karena adanya kepercayaan ini maka hubungan antara bank Syariah dengan nasabah akan terus berlanjut (Dianing, 2017)

Kepercayaan nasabah dapat diartikan sebagai ketersediaan antara salah satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak yang lainnya yang dilakukan sesuai dengan harapan dan akan melakukan tindakan yang lebih penting agar pihak tersebut dapat mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi serta

mengendalikan tindakan pihak yang dapat dipercaya (Nurul, 2018).

Kepercayaan nasabah dapat diartikan sebagai pengalaman nasabah dalam menggunakan produk dan jasa di bank Syariah dan menerima informasi yang menguntungkan dari bank syariah. Oleh karena itu, pengalaman dan informasi yang menguntungkan bagi nasabah akan menumbuhkan kepercayaan nasabah pada suatu produk dan jasa yang digunakan. Hal ini karena pengalaman yang tersimpan di memori nasabah atas produk dan jasa yang digunakan mampu membangun kepercayaan nasabah jika pengalaman tersebut menyenangkan dan memuaskan nasabah (Rachmad Hidayat, Sabarudin Akhmad, Machmud, 2015).

Indikator yang mempengaruhi kepercayaan masyarakat atau nasabah terhadap bank Syariah terdiri dari (Dianing, 2017) :

1. Jumlah anggota Dewan Pengawas Syariah (DPS), yaitu mempunyai peran penting terhadap implementasi bank Syariah yang sesuai dengan ketentuan syariah, karena semakin banyak anggota DPS yang melakukan pengawasan maka semakin sempurna implementasi bank Syariah tersebut yang sesuai dengan ketentuan syariah. Hal ini tidak hanya menguntungkan pihak bank Syariah saja, melainkan dapat membuat nasabah atau masyarakat menaruh kepercayaan dan menabung di bank Syariah tersebut juga semakin tinggi.
2. Banyaknya nasabah Dana Pihak Ketiga (DPK), yaitu dapat dijadikan indikasi untuk mengukur tingkat kepercayaan nasabah pada bank Syariah yang bersangkutan. Karena semakin banyak nasabah dana pihak ketiga maka akan mempengaruhi kepercayaan nasabah lain terhadap bank Syariah yang bersangkutan dan sebaliknya. Hal ini tidak hanya menguntungkan pihak bank

Syariah saja, melainkan dapat membuat nasabah atau masyarakat menaruh kepercayaan dan menabung di bank Syariah tersebut juga semakin tinggi.

2.2.4 Religiusitas

Religiusitas dapat diartikan sebagai suatu keyakinan dan penghayatan dari ajaran agama yang mengarahkan perilaku seseorang agar sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya (Mariman, 2016).

Religiusitas merupakan salah satu bentuk dari aspek religi yang telah dihayati oleh setiap individu di dalam hati masing-masing (Nurul, 2018). Religiusitas dibagi dalam beberapa aspek-aspek yang harus dijalankan sebagai petunjuk agar dapat mengetahui cara menjalankan hidup dengan benar dan mencapai kebahagiaan, baik di dunia maupun di akhirat. Aspek-aspek tersebut adalah cara hidup yang dapat memimbing kehidupan manusia yang meliputi: aqidah, Syariah, dan akhlaq (Nurul, 2018).

Indikator religiusitas seseorang yang dapat diukur untuk mengetahui apakah seseorang tersebut religius atau tidak terbagi menjadi lima dimensi terdiri dari (Wahyu Utami, Marijati Sangen, M. Rudy Rachman, 2015) :

1. Dimensi Keyakinan (*Ideological Involvement*), yaitu dimensi yang berisi tentang tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang didalamnya berkaitan dengan ajaran agama Islam. Misalnya : kepercayaan tentang adanya Tuhan, malaikat, kitab-kitab, Nabi dan Rasul, hari kiamat, surga, neraka, dan sebagainya.
2. Dimensi Praktik Agama (*Ritualistic Involvement*), yaitu dimensi yang berisi tentang tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban

yang sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam. Misalnya : menjalankan ibadah seperti shalat, zakat, puasa, haji, dan sebagainya.

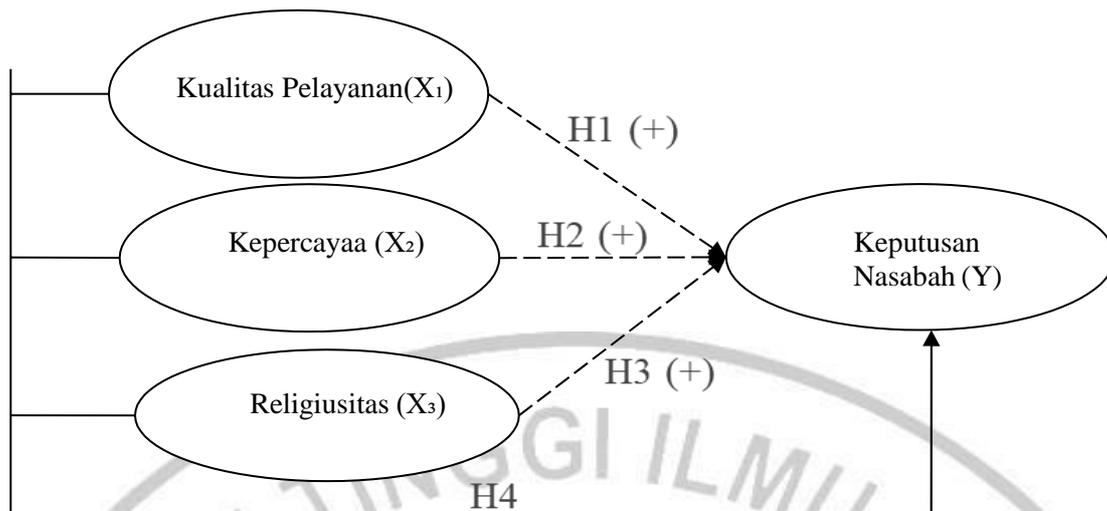
3. Dimensi Pengalaman (*Experimental Involvement*), yaitu dimensi yang berisi tentang pengalaman-pengalaman dan perasaan-perasaan dalam keagamaan yang pernah dialami dan dirasakan oleh seseorang. Misalnya : seseorang merasa dekat dengan Allah SWT, seseorang merasa takut berbuat dosa, seseorang merasa doanya dikabulkan, dan sebagainya.
4. Dimensi Pengetahuan Agama (*Intellectual Involvement*), yaitu dimensi yang berisi tentang seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran Islam, terutama yang ada di dalam Al-qur'an maupun Al-hadits. Misalnya : dalam ajaran Islam seorang muslim harus menunjukkan tingkatan pengetahuan dan pemahaman sebagai seorang muslim terhadap ajaran-ajaran yang berada di agama Islam yang sudah ada di dalam Al-qur'an dan Al-hadits. Misalnya : mengikuti pengajian, seminar yang berkaitan dengan kegiatan islami, dan kultum.

5. Dimensi Konsekuensi (*Consequential Involvement*), yaitu dimensi yang berisi tentang sejauh mana perilaku seseorang yang diwujudkan melalui perbuatan yang baik dan sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam dalam kehidupan sosial. Misalnya : apakah seseorang tersebut mengunjungi tetangganya yang sakit, menolong orang yang terkena musibah, suka memberi kepada orang yang tidak mampu, dan sebagainya.



2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.5
Kerangka Pemikiran

Keterangan

————— : Pengaruh secara simultan

----- : Pengaruh secara parsial

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya , maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya.
- H2 : Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya.
- H3 : Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya.
- H4 : Kualitas pelayanan, kepercayaan, dan religiusitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah Surabaya