

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Minat Menabung

a. Pengertian Minat

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Slameto berpendapat bahwa minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan, kegiatan yang diminati seseorang diperhatikan terus-menerus yang disertai dengan rasa senang.¹

Menurut Gregory, *“Interest is a preference for particular ideas, activities, and object; value involves the importance or worth attached to those ideas, activities and objects”*. Pernyataan ini mengandung arti bahwa minat adalah perasaan lebih suka/tertarik terhadap ide-ide, aktifitas ataupun objek; suatu nilai yang penting dan berharga yang terdapat pada ide-ide, aktifitas dan objek-objek. Sedangkan menurut Winkel minat adalah kecenderungan yang menetap dalam subjek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu.²

Minat adalah keinginan atau kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang.³ Makna minat menurut Crow & Crow, minat atau interest bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda atau kegiatan ataupun bisa berupa pengalaman yang afektif yang dirangsang

¹Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka cipta, 2010), hlm. 57

²Yohnshon, Peran Universitas di Surabaya Dalam Meningkatkan Jumlah Keluarga Mapan di Surabaya, (Universitas Kristen Petra: *Jurnal Penelitian Jurusan Ekonomi Manajemen*, 2009), hlm. 60

³Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hlm. 38

oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain, minat dapat menjadi penyebab kegiatan partisipasi dalam kegiatan.

Minat sebenarnya terdiri dari tiga unsur, yaitu unsur Kognisi (Mengenal), Emosi (Perasaan), dan Konasi (Kehendak). Adapun pengertian dari ketiga unsur di atas yaitu:⁴

1) Unsur kognisi (pengenalan), yaitu kemampuan untuk mengenal segala sesuatu yang di dalamnya terdapat aktivitas jiwa atau kegiatan yang akan dilakukan.

2) Unsur emosi (perasaan), yaitu kemampuan untuk merasakan segala sesuatu yang disebabkan oleh perangsang dari luar dan dari dalam dirinya. Karena dalam melakukan suatu kegiatan itu biasanya disertai dengan perasaan tertentu, seperti perasaan senang.

3) Unsur konasi (kehendak) merupakan kelanjutan dari kedua unsur tersebut, yaitu kemampuan yang mendorong manusia untuk berbuat, baik dengan alasan maupun tanpa alasan, seperti nafsu, kemauan, dan lain-lain.

Oleh sebab itu minat dapat dianggap sebagai respon yang sadar, jika tidak demikian, minat tidak mempunyai arti apa-apa. Unsur kognisi dalam arti minat didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai objek yang dituju oleh minat tersebut. Unsur emosi, karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu, sedangkan unsur konasi merupakan kelanjutan unsur kedua yaitu yang diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.

b. Pengertian Menabung

Menabung merupakan tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim sedang mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam Al-

⁴Baharuddin, Psikologi Pendidikan: Refleksi Teoretis terhadap Fenomena, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), hlm. 85

Qur'an terdapat beberapa ayat yang secara tidak langsung memerintahkan kaum muslimin untuk bersiap menghadapi masa depan.

Ayat yang membahas tentang menabung dijelaskan dalam Q.S An-Nisa (4):9

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَؤَامِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Terjemahan: “Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh karena itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar”. Asbabun nuzul dalam ayat di atas berkaitan dengan kisah seorang sahabat yang bertanya kepada Rasulullah SAW. Diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim bahwa tatkala Rasulullah SAW datang menjenguk Sa'ad bin Abi Waqqash yang sedang sakit, bertanyalah sa'ad kepadanya: “Ya Rasulullah, saya mempunyai harta dan hanya putraku satu-satunya yang akan mewarisiku, dapatkan kusedekahkan dua pertiga kekayaanku?” Jawab Rasulullah, “Jangan”. “Dan kalau separuh bagaimana?” tanya sa'ad lagi. “Jangan” jawab Rasulullah. “Dan kalau sepertiganya bagaimana Rasulullah?” Rasulullah menjawab. “Sepertiga pun masih banyak”. Kemudian Rasulullah bersabda: “Sesungguhnya lebih baik meninggalkan ahli warismu dalam keadaan kaya daripada meninggalkan mereka dalam keadaan miskin yang meminta-minta”.⁵

Pendapat yang representatif dengan ayat di atas adalah pendapat yang mengatakan bahwa apabila kamu khawatir akan nasib keturunanmu kelak, maka topanlah mereka dengan kekuatan finansial, agar ketika kamu telah tiada keturunanmu tidak mengalami kesengsaraan. Ayat di atas menganjurkan dan memotivasi orangtua agar bisa menyimpan harta dan mengumpulkan hartanya untuk diwariskan, agar keturunannya kelak dapat hidup sejahtera. Dengan adanya hukum waris berarti kita dituntut memiliki harta yang

⁵Amin Mahfudh Said, Tafsir Surat An-nisa Ayat 9, diakses pada Tanggal 12 Mei 2018 Melalui <http://aminmahfud.blogspot.co.id/2013/02/tafsir-surat-nisa-ayat-9.html>.

dipersiapkan untuk diwariskan kepada anak cucu. Kandungan dalam ayat sebelum dan sesudah ayat 9 merupakan bagian dari pokok-pokok hukum warisan, Bagaimana agar harta dapat diwariskan, yaitu dengan cara mengumpulkan, menyimpan atau menginvestasikan penghasilan yang diperoleh, agar nantinya ada hal yang berguna bagi kesejahteraan hidup keturunan sepeninggal kita kelak.

c. Manfaat tabungan antara lain:

1. Manfaat bagi bank

- a) Sebagai salah satu sumber dana bagi bank yang bersangkutan dan dapat digunakan sebagai penunjang operasional bank dalam memperoleh keuntungan atau laba,
- b) Sebagai penunjang untuk menarik nasabah dalam rangka menggunakan fasilitas produk-produk lainnya,
- c) Untuk membantu program pemerintah dalam rangka pertumbuhan ekonomi,
- d) Meningkatkan kesadaran bagi masyarakat untuk menyimpan dananya di bank.

2. Manfaat bagi nasabah

- a) Terjamin keamanannya karena dengan menyimpan uang di bank keamanan akan uang terjamin,
- b) Akan mendapatkan bunga dengan menyimpan uang di bank,
- c) Dapat terhindar dari pemakaian uang secara terus menerus,
- d) Adanya kepastian saat penarikan uang, karena dapat dilakukan setiap saat dimana saja dan tidak dikenakan biaya administrasi dengan fasilitas ATM.⁶

d. Alat Dalam Tabungan

Ada beberapa alat dalam tabungan, alat ini dapat digunakan sendiri-sendiri atau secara bersamaan.⁷ Alat-alat yang dimaksud adalah:

⁶Noor Indah Rastafara Sari, "Jenis, Tujuan, dan Manfaat Tabungan" dalam <http://noorindahsari.blogspot.com>. (yang diakses pada 15 Maret 2018, pukul 15.35)

⁷Soetanto Hadinoto, *Strategi Pendanaan Bank dan Manajemen Pasiva*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), hlm. 62

1) Buku Tabungan

Kepada setiap penabung biasanya diberikan buku tabungan yang berisi catatan saldo tabungan, penarikan, penyetoran dan pembebanan-pembebanan yang mungkin terjadi.

2) Slip penarikan

Merupakan formulir penarikan di mana nasabah cukup menulis nama, nomor rekening, jumlah uang serta tanda tangan nasabah dalam bertransaksi.

3) Kartu yang terbuat dari Plastik

Yaitu sejenis kartu kredit yang terbuat dari plastic yang dapat digunakan untuk bertransaksi perbankan, antara lain penarikan dan transfer. Kartu tersebut biasanya dipakai dengan alat yang disebut ATM (*Automated Teller Machine*).

4) Kombinasi

Yaitu penarikan tabungan dapat dilakukan kombinasi antara buku tabungan dengan slip penarikan.

e. Macam-Macam Produk Tabungan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan

1. Tabungan Multiguna, yaitu produk simpanan dari Bank Syariah SPM untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari.
2. Tabungan Taubah/Haji, yaitu produk simpanan dari Bank Syariah SPM bagi calon jamaah haji regular yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan biaya perjalanan ibadah haji.
3. Tabungan Umroh, yaitu produk simpanan dari Bank Syariah SPM bagi calon jamaah umroh yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan ibadah umroh.
4. Tabungan Tarbiyah, yaitu produk simpanan dari Bank Syariah SPM untuk nasabah perorangan/lembaga pendidikan untuk siswa-siswi SD/MI, SMP/MTs, dan SMA/MA.

5. Tabungan Qurban, yaitu produk simpanan dari Bank Syariah SPM bagi nasabah yang berniat untuk berqurban saat Idul Adha.

B. Pengertian Demografi

Philip M. Haruser dan Otis Doubley Dunca yang dikutip Loren Krivo (1991) mengajukan definisi demografi. *“Demography is study of size, territorial distribution, and composition of population, changes, which maybe identified as natalility, mortality, territorial movement, and social mobility (Changes of Status)”*.⁸ Demografi adalah Studi tentang ukuran, teritorial, distribusi, dan komposisi populasi, perubahan yang memungkinkan diidentifikasi dengan pergerakan kelahiran, kematian, pergerakan teritorial dan mobilitas penduduk (Perubahan Status). Batasan diatas sering disebut demografi formal atau demografi primer. Demografi merupakan ilmu pengetahuan tentang susunan dan perkembangan penduduk, ilmu yang memberi uraian atau lukisan berupa statistik mengenai suatu bangsa dilihat dari sudut sosial politik dan ilmu kependudukan.⁹

Ralph Thom Linson (1965), *“Some theories are formulated for principal purpose of explaining demographic tendencies, these maybe called primary theories. Secondary theories are only incidentally, demographic. It a writers avowed intention is figuring out he how’s, why’s and wherefore’s of demographic behavior, this is, of course, a primary one. But even if his dominant interest is to analyze economic behavior, social class, or some other non-demographic phemomenon, his resulting theory may have demographic ramifications. Primary theories are easy to identify, but secondary theories are often so indirectly concerned with population matter and to be eclucive”* Berdasarkan pendapat diatas, dapat dijelaskan bahwa teori primer dirumuskan untuk menerangkan kecenderungan

⁸T.Widodo, *Sosiologi Kependudukan: Kajian Teoritis dan Empiris Perspektif Sosiologi Kependudukan*, (Surakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan (LPP) dan UPT Penerbitan dan Percetakan UNS Press, 2011), hlm. 2

⁹Wirah Aryoso dan Syaiful Hermawan, *Kamus Pintar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Makmur, 2013), hlm. 137

demografi, yaitu variabel-variabel fertilitas, mortalitas, dan migrasi. Sedangkan teori sekunder dirumuskan untuk menjelaskan hubungan variabel yang tidak secara langsung terkait dengan materi kependudukan tetapi menjadi inklusif dalam kependudukan.¹⁰

Charles B. Nam dan Philip G Susan (1984), mengajukan kategori / tipe data kependudukan, yaitu:¹¹

1) *Population Size* (Jumlah Penduduk)

Informasi kependudukan yang menyajikan jumlah penduduk di daerah/wilayah tertentu pada waktu lalu, sekarang dan yang akan datang. Analisis ini bertujuan untuk menemukan perubahan jumlah penduduk dalam dimensi waktu tertentu.

2) *Mortality* (Kematian)

Rasio jumlah penduduk yang mati setiap 1000 penduduk (kategori kelompok penduduk ditinjau dari aspek tertentu).

3) *Geographic Mobility* (Migrasi)

Jumlah penduduk yang melakukan pindah tempat tinggal baik lokal, regional, nasional maupun internasional.

4) *Population Distribution* (Sebaran Penduduk)

Data yang memberikan informasi tentang sebaran tempat tinggal penduduk dalam wilayah tertentu.

5) *Population Characteristics* (Karakteristik Penduduk)

Data karakteristik penduduk memberikan informasi tentang identitas tertentu segolongan penduduk di daerah tertentu, seperti status kekeluargaan, pendidikan, pekerjaan, pendapatan atau karakteristik rasional, ekonomi ataupun budaya.

¹⁰T.Widodo, *Sosiologi Kependudukan: Kajian Teoritis*,..... hlm. 23

¹¹T.Widodo, *Sosiologi Kependudukan: Kajian Teoritis*,..... hlm. 5

Kekuatan demografi utama yang dipantau pemasar adalah populasi, karena orang membentuk pasar. Para pemasar benar-benar tertarik pada besarnya jumlah penduduk dan angka pertumbuhan di kota, wilayah dan bangsa, distribusi usia dan bauran etnis, tingkat pendidikan, pola rumah tangga, karakteristik, serta gerakan nasional. Demografi akan menggambarkan karakteristik suatu penduduk. Memahami usia konsumen adalah penting, karena konsumen yang berbeda usianya akan mengkonsumsi produk dan jasa yang berbeda juga. Pendidikan dan pekerjaan adalah dua karakteristik konsumen yang saling berhubungan. Pendidikan akan menentukan jenis pekerjaan yang dilakukan oleh seorang konsumen. Dimana seorang konsumen tinggal akan mempengaruhi pola konsumsinya.¹²

Ciri-ciri demografis hanya menggambarkan karakteristik populasi masyarakat. Demografi adalah telaah mengenai populasi manusia dalam arti jumlah, kerapatan, lokasi, umur, jenis kelamin, ras dan jenis pekerjaan. Lingkungan demografi sangat diperhatikan oleh pemasar karena melibatkan manusia dan manusialah yang membentuk pasar.¹³

Berikut ini variabel-variabel demografi yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen:

a) Usia

Orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli semasa hidupnya, selera akan makanan, pakaian, perabot dan rekreasi seringkali berhubungan dengan umur.¹⁴ Orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang kehidupan mereka. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan usia.¹⁵ Lopez (1995) dalam penelitiannya *The influence of age one household savings behaviours and motives : Evidence from Spain*,

¹²Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta ; Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 13

¹³Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 236

¹⁴Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 135

¹⁵Bilsom Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm. 10

menemukan adanya pengaruh dari usia terhadap perilaku menabung, Lopez menemukan hasil bahwa usia merupakan variabel sosio-demografis yang paling berpengaruh terhadap perilaku menabung.¹⁶

b) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pemasar berusaha mengenali kelompok pekerjaan yang mempunyai minat diatas rata-rata akan produk dan jasa mereka.¹⁷ Analisis konsumen mempertimbangkan pekerjaan sebagai indikator terbaik mengenai persepsi tempat kerja, konsumsi sosial dan kelas sosial. Pekerjaan yang dilakukan konsumen sangat mempengaruhi perilaku mereka dan merupakan salah satu basis terpenting untuk menyampaikan prestise, kehormatan dan respek.¹⁸

c) Pendapatan

Tidak semua pendapatan yang diperoleh masyarakat dibelanjakan untuk barang dan jasa, tetapi sebagian akan ditabungkan. Tingginya tingkat tabungan bergantung kepada besar kecilnya pendapatan yang siap dibelanjakan. Oleh karena itu hasrat menabung akan meningkat sesuai dengan tingkat pendapatan. Karenanya semakin tinggi tingkat pendapatan, maka semakin tinggi jumlah tabungan. Pendapatan memberikan efek yang positif terhadap tabungan.¹⁹

Pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima oleh individu dalam jangka waktu tertentu dan siap digunakan untuk dikonsumsi ataupun untuk ditabung. Seseorang biasanya akan menabung sebagian pendapatannya dengan beragam motif antara lain :²⁰

¹⁶Aryogi Ista dan Dyah Wulansari, Subjective Well-being Individu Dalam Rumah Tangga di Indonesia, *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan* Juni 2016; 01 (I); 1-12

¹⁷Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 135

¹⁸Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 246

¹⁹Maisur, Muhammad Arfan, M. Shabri, *Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Syariah di Banda Aceh*, (*Jurnal Magister Akuntansi*. Vol 4. No. 2. 2015), hlm. 3

²⁰Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, (Yogyakarta : Ekonisia, 2003), hlm. 144

- a. Untuk berjaga-jaga terhadap ketidakpastian masa depan,
- b. Untuk persiapan pembelian suatu barang konsumsi di masa depan,
- c. Untuk mengakumulasi kekayaan

C. Perbankan Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah terdiri atas dua kata, yaitu bank dan syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.

Berdasarkan penggabungan kedua kata yang dimaksud di atas, maka akan didapat dua kata yakni bank syariah. Dimana yang dimaksud dengan bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu, bank syariah biasa disebut *Islamic Banking* atau *Interest free Banking* yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (*gharar*).²¹

Dalam pengertian lain, bank syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank islam adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadits. Atau dengan kata lain, bank islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.

²¹Zainuddin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hlm. 1

b. Dasar Hukum Bank Syariah

Untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah Islam. Dengan kata lain bank syariah lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba. Dengan demikian, umat Islam yang ingin melepaskan diri dari persoalan riba telah menjadi jawaban dengan lahirnya bank Islam.²²

Bank syariah secara yuridis normatif dan yuridis empiris diakui keberadaannya di negara Republik Indonesia. Pengakuan secara yuridis normative tercatat dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia diantaranya, Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Undang-Undang No. 10 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1998 tentang Perbankan, Undang-Undang No. 3 Tahun 2004 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, Undang-Undang No. 3 Tahun 2006 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1989 tentang Peradilan Agama.

Selain itu, pengakuan secara yuridis empiris dapat dilihat perbankan syariah tumbuh dan berkembang pada umumnya di seluruh Ibu Kota, Provinsi, dan Kabupaten di Indonesia, bahkan beberapa bank konvensional dan lembaga keuangan lainnya membuka unit usaha syariah (bank syariah, asuransi syariah, dan pegadaian syariah). Pengakuan secara yuridis dimaksud, memberi peluang tumbuh dan berkembang secara luas kegiatan usaha perbankan syariah, termasuk memberi kesempatan kepada bank umum (konvensional) untuk membuka kantor cabang yang khusus melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.²³

D. Hubungan Antara Karakteristik Demografi Terhadap Minat Nasabah Menabung

Karakteristik demografi berpengaruh pada minat nasabah menabung, karena karakteristik demografi ekonomi penting untuk dipelajari agar produknya dapat dipasarkan

²²Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) YKPN, 2010), hlm. 13-14

²³Zunaidin, *Hukum Perbankan*. . . , hlm. 2

dan diterima oleh orang yang tinggal di kota atau di desa, oleh anak-anak atau orang dewasa, dan oleh golongan menengah ke bawah atau golongan menengah ke atas.

Dalam variabel usia, bahwa usia memiliki dampak yang mendalam pada cara konsumen menginterpretasikan pengalaman dan membentuk sikap terhadap komunikasi pemasaran. Salah satu temuan utama mengenai generasi tua adalah bahwa mereka merupakan konsumen atau nasabah yang teliti, cenderung tidak menghadapi risiko berbuat salah karena bertindak cepat.²⁴

Dalam variabel pekerjaan, bahwa pekerjaan yang dilakukan nasabah sangat mempengaruhi perilaku mereka dan merupakan salah satu basis terpenting untuk menyampaikan prestise, kehormatan dan respek.²⁵

Dalam variabel pendapatan, bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan pelanggan ada kecenderungan memiliki loyalitas yang semakin tinggi. Pelanggan dengan tingkat pendapatan yang tinggi memiliki kemampuan untuk mengeluarkan anggaran yang lebih besar untuk mendapatkan produk/layanan yang tingkat kinerjanya dapat memenuhi ekspektasi mereka.

E. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang sama serta pernah diteliti sebelumnya yang menjadi bahan acuan dalam penyusunan penelitian ini, adalah sebagai berikut:

No.	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dengan peneliti	Perbedaan
1.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah	Hasil penelitian yang diperoleh terdapat 4 faktor yang terdiri atas	Variabel dependennya dalam penelitian sama-sama fokus	Pembeda pada penelitian ini jenis variabel yang

²⁴Eta Mamang Sangadji dan Sopiha, *Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hlm. 74

²⁵Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 246

	dalam Menabung di Bank Syariah.	16 variabel yang memiliki nilai ditas 0,5 yaitu : faktor 1 (usia, dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup dan belajar), faktor 2 (persepsi, resensi, kelompok, peran dan status), faktor 3 (produk, harga promosi dan tempat), faktor 4 (budaya dan keluarga).	pada faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung. Penelitian ini sama-sama menggunakan analisis faktor.	dianalisis tidak semua sama. Jika penelitian ini menggunakan faktor usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup dan belajar. Faktor persepsi, resensi, kelompok, peran, dan status. Faktor produk, harga promosi, dan tempat. Faktor budaya dan keluarga. Maka peneliti menggunakan faktor usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan.
2.	Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Keputusan Menjadi Nasabah pada PT BPR	Dihasilkan lima faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan menjadi nasabah PT BPR Pusaka Denpasar yaitu faktor lokasi,	Penelitian ini sama-sama menggunakan analisis faktor dan sama-sama menganalisis variabel usia dan	Perbedaan pada penelitian ini yaitu jumlah dan jenis variabel tidak semua sama. Penelitian ini menggunakan variabel lokasi,

	Pusaka Denpasar.	faktor pendidikan, faktor produk, faktor domisili dan faktor usia.	variabel pendidikan.	pendidikan, produk, domisili dan usia. Dan peneliti menggunakan variabel usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.
3.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Menabung di Bank Syariah.	Bahwa ada pengaruh signifikan secara menyeluruh antara variabel psikologi dan variabel demografi terhadap intensi menabung di masyarakat.	Penelitian ini sama-sama menggunakan instrument penelitian angket.	Jika penelitian ini menggunakan analisis berganda dan hanya menggunakan uji validitas dalam memperoleh hasil. Maka peneliti menggunakan analisis faktor dan menggunakan uji validitas, uji realibilitas, dan uji normalitas multivariate dalam memperoleh hasil.
4.	Analisis Faktor- faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung (Studi Kasus Bank	Kualitas produk bank tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.	Penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif.	Jika penelitian ini menggunakan analisis regresi dan menggunakan uji hipotesis yaitu uji f dan uji t.

	Syariah Di Surabaya).	Karakteristik sistem bank dan pelayanan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.		Maka peneliti menggunakan analisis faktor dan menggunakan uji validitas, uji realibilitas, dan uji normalitas multivariate.
5.	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap Penggunaan E-money.	Adanya pengaruh yang signifikan antara persepsi, harga, fitur pelayanan, dan promosi terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri KC Yogyakarta dalam menggunakan e-money.	Penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrument penelitian angket.	Jika variabel dependen penelitian ini berfokus pada faktor apa yang mempengaruhi minat nasabah bank syariah mandiri terhadap penggunaan e-money, maka penelitian yang akan diteliti yaitu faktor apa yang mempengaruhi terhadap minat nasabah menabung.
6.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah.	Adanya pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi, keyakinan, pelayanan, kualitas produk, bagi hasil	Penelitian ini sama-sama menggunakan data primer.	Jika variabel dependen penelitian ini berfokus pada faktor apa yang mempengaruhi minat nasabah

		terhadap minat nasabah bertransaksi di Bank Syariah.		bertransaksi di bank syariah, maka penelitian yang akan diteliti berupa faktor apa yang mempengaruhi minat nasabah menabung.
7.	Pengaruh Variabel Demografi dan Budaya terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Di Kecamatan Purwakarta.	Variabel pendidikan dan pendapatan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menabung. Variabel usia dan pekerjaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung.	Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel demografi.	Jika penelitian ini menggunakan alat analisis berupa uji reliabilitas, uji validitas, uji regresi berganda, uji asumsi klasik, uji normalitas, dan uji hipotesis (uji t, uji f, uji R ²). Maka peneliti menggunakan uji reliabilitas, dan uji normalitas multivariate.
8.	Analisis Keterlibatan Faktor Demografi pada Niat Menjadi Nasabah Bank Syariah.	Berdasarkan hasil penelitian dari keempat variabel demografi umur, jenis kelamin, pendidikan, dan penghasilan, hanya tingkat pendidikan yang	Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel demografi.	Jika penelitian ini menggunakan analisis regresi, maka peneliti menggunakan analisis faktor.

		memoderasi pengaruh sikap, norma subyektif dan control perilaku terhadap niat menjadi nasabah Bank Syariah.		
--	--	---	--	--

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan judul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Berdasarkan Karakteristik Demografi Pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu faktor usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan. Metode yang digunakan yaitu menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah teknik analisis faktor, dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas multivariate.

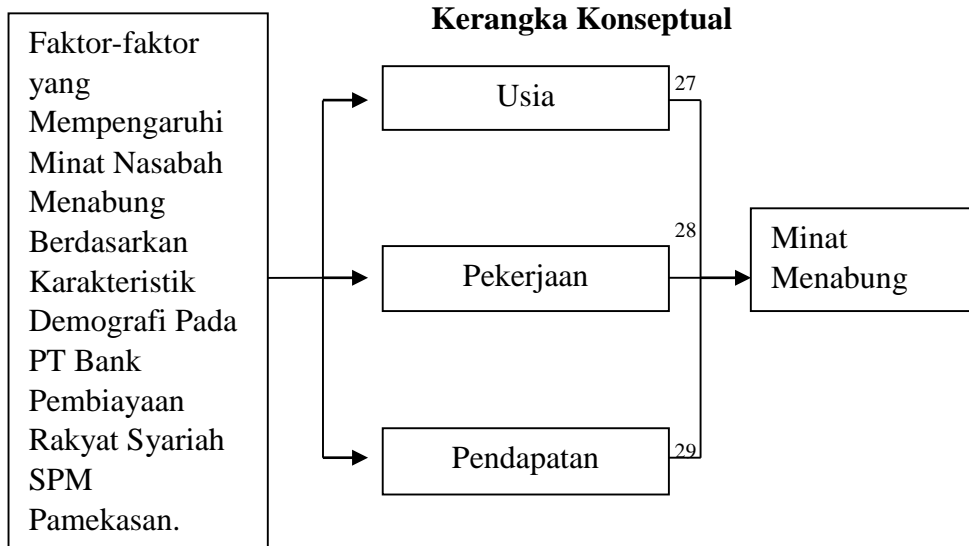
F. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan sebuah sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran secara sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan.²⁶ Alur kerangka pemikiran yang menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung. Faktor-faktor dalam penelitian ini meliputi : faktor usia, faktor pendidikan, faktor pekerjaan dan faktor pendapatan. Model analisis yang digunakan adalah model analisis faktor, yang bertujuan untuk melihat berapa banyak faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung.

²⁶Abdul Hamid, *Teori Belajar dan Pembelajaran*, (Jakarta: Rineka Cipta), hlm. 27

Kerangka konseptual berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu maka dapat dikembangkan berikut ini :

Gambar 2.1



Kerangka konseptual diatas menjelaskan bahwa, usia dalam penelitian ini didukung oleh teori yang disampaikan Nugroho³⁰ dan penelitian terdahulu yang ditulis I Made Satria Pratama³¹ dengan judul Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT BPR Pusaka Denpasar.

²⁷Fernando Lera Lopez, *The influence of Age on Household Savings Behaviours and Motives Evidence from Spain*, (Pamplone, Spain: Departement of Economics, Public University of Navarre, 1995)

²⁸Lewis C Solmon, *The Relation Between Schooling and Savings Behavior : An Example of The Indirect Effects of Education*, (National Bureau of Economic Research, 1975)

²⁹Dede Nurasih, *Pengaruh Variabel Demografi dan Budaya Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kec. Purwakarta*, (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, Skripsi 2018)

³⁰Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta : Kencana, 2013), hlm. 135

³¹I Made Satria Pramana, *Faktor-Faktor yang dipertimbangkan Konsumen dalam Keputusan Menjadi Nasabah pada PT BPR Pusaka Denpasar*, (Bali: Universitas Udayana)

Pekerjaan dalam penelitian ini di dukung oleh teori yang disampaikan Nugroho J. Setiadi³² dan penelitian terdahulu yang ditulis oleh Dede Nurasih³³ dengan judul Pengaruh Variabel Demografi Dan Budaya Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kec. Purwakarta.

Pendapatan dalam penelitian ini di dukung oleh teori yang disampaikan Michael A Hitt³⁴ dan penelitian terdahulu yang ditulis oleh Vita Widyan Priaji³⁵ dengan judul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Menabung di Bank Syariah.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal tersebut atau mengarahkan penyelidikan selanjutnya.³⁶ Diduga faktor usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan mampu mempengaruhi minat nasabah menabung pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah SPM Pamekasan.

³²Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta : Kencana, 2013), hlm. 135

³³Dede Nurasih, *Pengaruh Variabel Demografi Dan Budaya Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kec. Purwakarta*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah ,Skripsi 2018)

³⁴Michael A Hitt, R. Duane Ireland dan Robert E. Hoskisson, *Manajemen Strategis Daya Saing dan Globalisasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 58

³⁵Vita Widyan Priaji, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Menabung di Bank Syariah*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, Skripsi 2011)

³⁶Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 104