BAB II

LANDASAN TEORI

A. Religiusitas

1. Pengertian

Istilah religiusitas (*religiosity*) berasal dari bahasa inggris "*religion*" yang berarti agama, kemudian menjadi kata sifat "*religios*" yang berarti agamis atau saleh. Religiusitas adalah kedalaman seseorang dalam meyakini suatu agama dengan disertai tingkat pengetahuan terhadap agamanya yang diwujudkan dalam pengalaman nilai-nilai agama yakni mematuhi aturan dan menjalankan kewajiban dengan keikhlasan hati dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan ibadah.[25]

Religiusitas dapat diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan, dan penghayatan atas agama islam.[26]

[25] Jalauddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm 256

[26] Fuad Nashori dan Rachmy Diana Mucharam, *Mengetahui Kreativitas Persrektif Psikologi Islam*, (Yogjakarta : Menara Kudus, 2002), hlm 71

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

Menurut Thouless (1995) dalam skripsi Andriani (2015 : 23-25), faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan menjadi empat macam, yaitu :[27]

a. Pendidikan dan berbagai tekanan sosial

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan.

b. Faktor pengalaman

Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

c. Faktor kehidupan

Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat menjadi empat, yaitu:

1) kebutuhan akan keamanan atau keselamatan,

[27] Ayu Andriani, *Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri*), (Skripsi : IAIN Tulungagung, 2015)

2) kebutuhan akan cinta kasih,

3) kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan

4) kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

d. Faktor intelektual

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Dimensi religiusitas menurut Glock & Stark dalam Ancok (2008), mengatakan bahwa terdapat lima dimensi dalam religiusitas yaitu:[28]

a. Dimensi keyakinan atau ideologis

Dimensi keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatik dalam agamanya, misalnya kepercayaan kepada Tuhan, malaikat, surga dan neraka. Pada dasarnya setiap agama juga menginginkan adanya unsur ketaatan bagi setiap pengikutnya. Adapun dalam agama yang dianut oleh seseorang, makna yang terpenting adalah kemauan untuk mematuhi aturan yang berlaku dalam ajaran agama yang dianutnya. Jadi dimensi keyakinan lebih bersifat doktriner yang harus ditaati oleh penganut agama. Dengan sendirinya dimensi

[28] Djamaludin Ancok dan Fuat Nasori Suroso, Cetakan VII, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2008), hlm. 77-78

keyakinan ini menuntut dilakukannya praktek-praktek peribadatan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.[29]

b. Dimensi praktik agama atau ritualistic

Dimensi praktik agama yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Unsur yang ada dalam dimensi ini mencakup pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya. Wujud dari dimensi ini adalah perilaku masyarakat pengikut agama tertentu dalam menjalankan ritus-ritus yang berkaitan dengan agama. Dimensi praktek dalam agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat, haji ataupun praktek muamalah lainnya.[30]

c. Dimensi pengalaman atau eksperiental

Dimensi pengalaman adalah perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa, merasa doanya dikabulkan, diselamatkan oleh Tuhan, dan sebagainya.

d. Dimensi pengetahuan agama atau intelektual

Dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci

[29] Ibid, hlm 77-78
[30] Ibid, hlm 77-78

manapun yang lainnya. Paling tidak seseorang yang beragama harus mengetahui hal-hal pokok mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi. Dimensi ini dalam Islam meliputi Pengetahuan tentang isi Al-Quran, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan, hukum Islam dan pemahaman terhadap kaidah kaidah keilmuan ekonomi Islam/perbankan syariah.

e. Dimensi konsekuensi

Yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial, misalnya apakah ia mengunjungi tetangganya sakit, menolong orang yang kesulitan, mendermakan hartanya, dan sebagainya.[31]

B. Pendapatan

1. Pengertian

Dalam analisis Mikro Ekonomi, pendapatan pengusaha merupakan keuntungan. Kegiatan perusahaan dan keuntungan ditentukan dengan cara mengurangi berbagai biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan yang diperoleh. Istilah pendapatan digunakan apabila berhubungan dengan aliran penghasilan suatu periode tertentu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor

[31] Ibid, hlm 77-78

produksi (sumber daya alam, tenaga kerja dan modal) masing-masing dalam bentuk sewa, upah dan bunga, secara berurutan.[32] Pendapatan merupakan kenaikan kotor dalam aset atau penurunan dalam liabilitas atau gabungan dari keduanya selama periode yang dipilih pernyataan pendapatan yang berakibat dari investasi yang halal, perdagangan, memberikan jasa atau aktivitas lain yang bertujuan meraih keuntungan.

"Menurut kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya)."[33] Sedangkan menurut kamus Bisnis Islam pendapatan atau *income* disebut juga dengan *ratib, salary, reward* yang merupakan uang yang diterima seseorang dan perusahaan dalam bentuk gaji (*wage*), upah, sewa, laba dan sebagainya. Menurut PSAK nomor 23 paragraf 6,

> pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.[34]

Berdasarkan penggolongannya, Badan Pusat Statistik membedakan pendapatan menjadi empat golongan yaitu[35] :

a. Golongan pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp. 3.500.000 per bulan.

---

[32] Sadono sukirno, *Teori Mikro Ekonomi*, (Jakarta:Rajawali Press, cetakan keempatbelas,2002), hlm.391

[33] Departemen pendidikan dan kebudayaan,*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta:Balai pustaka,1998), hlm.185

[34] Ikatan akuntansi Indonesia,....hlm.23

[35] Badan Pusat Statistik, *Statistik Pendapatan Februari 2018*, (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2018)

b. Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata adalah antara Rp. 2.500.000 s/d Rp. 3.500.000 per bulan.
c. Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata adalah antara Rp. 1.500.000 s/d Rp. 2.500.000 per bulan.
d. Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata adalah Rp. 1.500.000 ke bawah per bulan.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Seorang individu dapat memperoleh pendapatan dengan jalan bekerja maupun menjual harta benda (barang) yang dimilikinya, seperti tanah, mesin dan lain sebagainya. Seseorang juga dapat memperoleh pendapatan dengan menjual jasa kepada orang lain. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut :[36]

a. Kesempatan kerja yang tersedia

   Semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.

b. Kecakapan dan keahlian

   Dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas yang pada akhirnya berpengaruh pula pada penghasilan.

[36] Ratna Sukmayani,dkk, *Ilmu pengetahuan sosial*,(Jakarta:PT Galaxy Puspa Mega, 2008), hlm.117

c. Motivasi

Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh, semakin besar dorongan seseorang individu untuk melakukan melakukan pekerjaan, semakin besarpula penghasilan yang diperoleh.

d. Keuletan kerja

Keuletan atau ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan.

e. Banyak sedikitnya modal yang digunakan

Banyak sedikitnya modal yang digunakan untuk seseorang sangat mempengaruhi besar kecilnya usaha yang dijalankan. Suatu usaha yang besar akan memberi peluang yang besar pula terhadap pendapatan yang diperoleh.

f. Jenis pekerjaan

Terdapat banyak jenis pekerjaan yang dapat dipilih seseorang dalam melakukan pekerjaannya untuk mendapatkan penghasilan.

Sedangkan menurut Boediono pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:[37]

a. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
b. Harga perunit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.

[37] Boediono, *Pengantar ekonomi*, (Jakarta : Erlangga,2002), hlm.150

c. Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan

Dalam pandangan islam, pendapatan termasuk ke dalam harta. Dengan harta manusia akan dapat memenuhi segala kebutuhannya. Adanya kesempatan kerja dan keahlian yang dimiliki, akan semakin banyak pendapatan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut. Pendapatan yang diperoleh harus halal dan diperoleh dari usaha yang halal. Pelarangan mencari harta dengan cara yang *bathil* dijelaskan dalam Q.S An-Nisa' ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِا لْبَا طِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ج وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ج إِنَّ اللهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيماً

Artinya: "*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang Kepadamu*". [38]

Ayat ini menerangkan cara memperoleh harta dengan jual beli. Dalam transaksi jual beli, Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan harta orang lain dengan jalan yang *bathil* (riba). Hal ini yang tidak dibenarkan oleh Syariat Islam. Menurut Fiqh Islam, terdapat beberapa cara untuk memperoleh harta yang disahkan oleh *syara'*. Sebagaimana ditulis oleh Ahmad Azhar Baysir dalam buku *Refleksi atas Persoalan Keislaman* yaitu sebagai berikut:

[38]Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan terjemahannya surat An-Nisa' ayat* 29

a. Menguasai benda-benda mubah yang belum menjadi milik seorangpun.
b. Perjanjian-perjanjian hak milik, seperti jual beli, hibah dan wasiat.
c. Warisan, sesuai dengan aturan yang ditetapkan Islam.
d. *Syufah*, hak membeli dengan paksa atas harta persekutuan yang dijual kepada orang lain tanpa isin para anggota persekutuan lainnya.
e. *Iqtha',*pemberian dari pemerintah
f. Hak-hak keagamaan, seperti bagian zakat bagi, *amil*, nafkah bagi istri, anak dan orang tua.

Selain menjelaskan cara memperoleh harta, Al Quran juga menjelaskan bagaimana cara untuk membelanjakan harta. Harta dapat digunakan untuk kehidupan akhirat, harta digunakan untuk jalan kebaikan, diberikan kepada orang lain dijalan Allah, didalam harta itu tedapat bagiannya orang tidak mampu, harta harus diputar tidak hanya ditangan orang-orang kaya, Allah akan mengganti atas harta yang disedekahkan dan balasan itu dilipat gandakan 700 kali.[39]

[39]Dede Nurohman, *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Teras,2011), hlm.56

C. Informasi Produk Bank Syariah

1. Pengertian Informasi

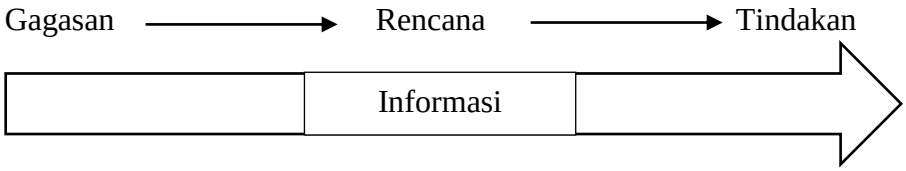
"Menurut Rudy Bretz menyatakan bahwa informasi adalah apa yang dipahami."[40] Adapun pengertian tentang informasi yaitu data yang telah diproses ke dalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi penerima dan meiliki nilai nyata yang dibutuhkan untuk proses pengambilan keputusan saat ini maupun yang akan datang.

Sedangkan informasi menurut Budi Sutedjo merupakan hasil pemrosesan data yang diperoleh informasi dari setiap elemen sistem tersebut menjadi bentuk yang mudak dipahami dan merupakan pengetahuan yang relevan dan dibutuhkan dalam pendalaman fakta-fakta yang ada. Data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya. Suatu informasi dikatakan bernilai bila manfaatnya lebih efektif dibandingkan dengan biaya mendapatkannya dan sebagian besar informasi tidak dapat ditaksir keuntungannya dengan satuan uang, tetapi dapat ditaksir nilai efektivitasnya.[41]

Informasi menurut Collin Mc Iver dan Geofrey Naylor adalah "sungai besar yang mengalir". Secara skematis, jalan sungai yang mengalir dari informasi pemasaran dapat digambarkan dibawah ini[42] :

Gambar 2.1

Informasi Pemasaran



[40] Onong Uchjan Effendy, *Sistem Informasi Manajemen*, (Bandung : Mandar Maju, 1996) hlm 77

[41] Eti Rochaety, *Sistem Informasi Manajemen (SIM) EDISI 3*,…, hlm 7

[42] Colin Mc Iver dan Goeffrey Naylor, *Pemasaran Jasa-Jasa Keuangan*…, hlm 97

Bagan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa suatu informasi dapat menimbulkan gagasan kemudian menbuat rencana yang pada akhirnya membentuk suatu tindakan tertentu.

2. Jenis-Jenis Informasi

a. Informasi berdasarkan persyaratan

Suatu informasi harus mempunyai persyaratan sebagaimana yang dibutuhkan dalam proses pengambilan keputusan.

Menurut Ety persyaratan tersebut dapat diklasifikasikan dalam aspek-aspek sebagai berikut[43]:

1) Akurat
Yaitu informasi harus bebas dari kesalahan dan tidak bisa menyesatkan. Akurat juga berarti informasi harus jelas mencerminkan maksudnya. Informasi harus akurat karena dari sumber informasi sampai ke penerima informasi kemungkinan banyak terjadi gangguan yang dapat merubah atau merusak informasi tersebut.
2) Tepat pada waktunya
Berarti informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat. Informasi yang sudah usang tidak akan mempunyai nilai lagi. Karena informasi merupakan landasan di dalam pengambilan keputusan.
3) Relevan
Informasi tersebut mempunyai manfaat untuk pemakainya. Relevan informasi untuk tiap-tiap orang satu dengan lainnya berbeda. [44] Ada yang sangat erat kaitannya, ada pula yang sekedar berkaitan saja. sebagai konsekuensiya adalah nahwa semakin erat kaitan suatu informasi dengan keentingan si penerima, maka akan semakin besar perhatian yang dibebankan kepada pemberi informasi, sedangkan yang tidak relevan maka tidak akan mendapatkan perhatian sama sekali.

[43] Eti Rochaety, *Sistem Informasi Manajemen (SIM) EDISI 3*, …, hlm 7-8
[44] Ibid, hlm 8

b. Informasi berdasarkan dimensi waktu

Informasi berdasarkan dimensi waktu diklasifikasikan sebagai berikut[45] :

1) Informasi masa lalu

Informasi jenis ini adalah mengenai peristiwa lampu yang telah terjadi. Jenis informasi ini biasanya digunakan sebagai data arsip yang disimpan dalam suatu sistem atau ruang yang tertata rapi sehingga mudah dalam mengaksesnya.

2) Informasi masa kini

Adalah informasi mengenai peristiwa yang terjadi sekarang.

c. Informasi berdasarkan sasaran

Informasi berdasarkan sasaran dapat diklasifikasikan sebagai berikut[46] :

1) Informasi individual

Informasi yang ditujukan kepada seseorang yang empunyai fungsi sebagai pembuat keputusan atau seseorang yang dinilai dapat memberikan tanggapan atas informasi yang telah diterima. Informasi jenis ini disampaikan dengan cara tatap muka secara langsung, melalui telephone atau dengan perantara surat.

---

[45] Onong Uchjan Effendy, *Sistem Informasi Manajemen,…,* hlm 80
[46] Ibid, hlm 81

2) Informasi komunitas

Informasi komunitas adalah informasi yang ditujukan untuk suatu kelompok tertentu dalam masyarakat. Media penyampaian informasi komunitas diantaranya surat kabar, majalah, radio, poster, pamflet, dll.

3. Sumber Informasi

Sumber informasi terbagi menjadi dua kategori diantaranya adalah[47] :

a. Sumber informasi sekunder

Sumber informasi sekunder adalah sebagai berikut :

1) Statistik Pemerintah

Badan Pusat Statistik dan berbagai instansi pemerintah memberikan berbagai informasi baik mengenai trend ekonomi maupun industri, dan mengenai ciri-ciri, gaya hidup dan kebiasaan berbelanja.

2) Publikasi Keuangan dan Perdagangan

Dalam lembaga keuangan lembaga yang memberikan informasi mengenai lembaga keuangan adalah Otoritas Jasa Keuangan, dalam web resmi Otoritas Jasa Keuangan terdapat berbagai macam informasi yang dapat mendukung seseorang dalam mengambil suatu keputusan.

[47] Colin Mc Iver dan Goeffrey Naylor, *Pemasaran Jasa-Jasa Keuangan*…, hlm 101-102

3) Jasa peramalan ekonomi

Ramalan ekonomi adalah hal-hal yang kemungkinan terjadi pada masa yang akan datang, hal ini juga sangat memerikan peran dalam pengumpulan informasi untuk mendapatkan suatu solusi yang terbaik.

4) Studi riset media masa

Banyak riset studi yang disponsori media masa dan diterbitkan akan lebih luas dalam menggambarkan daerah atau kelompok masyarakat dalam menggunakan suau produk dengan memberikan alasan-alasan pemakaian fasilitas iklan.

b. Sumber Informasi Primer

Sumber informasi primer yang utama dapat dikategorikan diantara lain adalah penyelidikan pribadi, riset pasar, dan riset iklan.[48]

D. Lokasi

1. Pengertian Lokasi

Lokasi (*place)* merupakan bauran pemasaran atau *marketing mix* ketiga setelah produk dan harga. Lokasi pada pemasaran perusahaan *manufacturing* adalah saluran distribusi dimana produk disediakan dan kemudian dipasarkan. Lokasi bank

[48] Onong Uchjan Effendy, *Sistem Informasi Manajemen,…,* hlm 104

adalah jejaring dimana produk dan jasa disediakan dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah.[49] Lokasi bank adalah tempat mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.[50]

Bagi perusahaan non bank penentuan lokasi biasanya digunakan untuk pabrik atau gedang atau cabang, sedangkan bagi industry perbankan lebih ditekankan pada lokasi cabang. Penentuan lokasi kantor cabang dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor bersama sarana prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini dikarenakan bertujuan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Sehingga sarana dan prasarana harus memberikan rasa aman dan nyaman kepada seluruh nasabah.[51]

Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat pada biaya yang akan dikeluarkan pada masa yang akan datang. Lokasi yang tidak srategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank. Menurut Kasmir, terdapat paling tidak terdapat empat lokasi yang dpertimbangkan sesuai keperluan perusahaan, yaitu[52] :

a. Lokasi untuk kantor pusat
b. Lokasi untuk pabrik
c. Lokasi untuk gudang

---

[49] I Sentot Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogjakarta : Graham Ilmu, 2010), Hlm 126

[50] Kasmir, *Pemasara Bank,…*, hlm 145

[51] Kasmir, *Manajemen Perbankan Edisi Revisi ke 9*, (Jakarta : Rajawali Press, 2010), hlm 215

[52] Ibid, hlm 216

d. Lokasi untuk cabang

Hal-hal yang diperlukan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank adalah sebagai berikut[53] :

a. Dekat dengan kawasan industry atau pabrik
b. Dekat dengan pasar
c. Dekat dengan perkantoran
d. Dekat dengan perumahan atau masyarakat
e. Mempertimbangkan suatu pesaing yang ada disuatu lokasi tersebut

Setelah lokasi diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah menentukan *lay out* gedung dan lay out ruang kantor. Gedung dan ruangan harus rapi sehingga tidak membuat bosan nasaba, ketika nasabah merasa bosan dan tidak nyaman pada akhirnya nasabah tidak mau lagi berhubungan dengan bank. Penempatan tempat duduk, susunan meja dan lukisan ditata senyaman mungkin untuk nasabah. Penentuan *lay out* dapat dilakukan dengan dua macam yaitu *lay out* gedung dan *lay out* ruangan. Hal yang diperlukan dalam *lay out* gedung adalah[54] :

a. Bentuk gedung yang memberikan kesan modern atau mungkin tradisional, tergantung di wilayah masing-masing
b. Lokasi parkir harus luas dan nyaman
c. Keamanan di sekitar gedung

[53] Ibid hlm 217
[54] Ibid, hlm 219

d. Tersedia tempat ibadah

e. Tersedia telepon umum atau fasilitas lainnya

Sementara, untuk *lay out* ruangan yang harus diperhatikan adalah[55] :

a. Suasana ruangan terkesan luas dan lega

b. Tata letak kursi dan meja sesuai dengan urutan proses dokumen

c. Dekorasi dalam ruangan

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

Menurut Fandy Tjiptono menyatakan bahwa pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbanga terhadap faktor-faktor berikut[56] :

a. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau oleh transportasi umum
b. *Visibilitas*, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dalam jarak pandang normal
c. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua ataupun roda empat
d. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan kantor di kemudian hari
e. Lingkungan, yaitu daerah sekitar mendukung produk yang ditawarkan.

E. Minat Menabung

1. Pengertian Minat

Minat (*Interest*) berarti kecenderungan atau kegiatan yang tinggi atau keinginan yang beesar terhadap sesuatu. Kamus Besar

[55] Ibid, hllm 220
[56] Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa, (Malang : Bayu Media Publishing, 2007), Hlm 147

Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan minat sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan.[57]

Secara etimologis pengertian minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu keinginan. Sedangkan menurut istilah adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.[58]

Menurut Abdullah dan Muhbib minat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat dengan disertai perasaan senang. Dalam batasan tersebut terkandung suatu pengertian subjek, ada usaha (untuk mendekati/ mengetahui/ memiliki/ menguasai/ berhubungan) dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari objek.[59]

> Minat merupakan keiginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian atas jasa atau suatu produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atau pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak dibeli dan keputusan tersebut diperoleh dari

---

[57] Anton M. Moelieono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1999), hlm 225

[58] Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, (Surabaya : Usaha Nasional, 1997), hlm 62

[59] Abdul Rahman Saleh dan Muhbib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta :Prenada Media, 2004), hlm 272

kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.[60]

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seorang individu dalam melakukan suatu kegiatan demi mencapai tujuan yang diinginkan. Seperti halnya menabung tentu perlu adanya dorongan atau keinginan yang kuat dari dalam diri untuk mencapai keinginan.

2. Pengertian Menabung

Menabung menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kegiatan menyimpan uang dalam tabungan di kantor pos atau di bank.[61] Menabung adalah tindakan yang dianjurkan dalam islam, karena menabung berarti seorang muslim menyiapkan diri untuk masa depan ketika menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam al-quran terdapat ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslim untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik.[62] Hal tersebut terdapat dalam Q.S An-Nisa ayat 9:

وَلْيَخْشَ ٱلَّذِينَ لَو تَرَكُوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَفًا خَا فُوْا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُو لُوا سَدِيدًا

Artinya : "Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah yang mereka khawatir terhadap kesejahteraan mereka. Oleh

---

[60] Sofyan Assauri, *Bank Syariah*, 9Jakarta : Gema Insani, 2001), hlm 85

[61] Anton M. Moelieono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1999), hlm 246

[62] Muhammad Syafi' Antoio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta : Gema Insani, 2001), hlm 153

sebab tu, hendaklah merek bertakwa kepada allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar."

Terdapat hadits Nabi Muhammad SAW banyak disebutkan tentang sikap hemat sebagaimana hadits yang artinya "Sikap yang baik, penuh kasih sayang, dan berlaku hemat adalah sebagian dari dua puluh empat bagian kenabian".(HR Tirmidzi).

Hal yang perlu diperhatikan adalah sikap hemat yang diajarkan Nabi Muhammad SAW tidak berarti harus besikap kikir. Adapun hemat dalam hal ini adalah dapat membelanjakan harta sesuai dengan kebutuhan dan tidak berlebihan, sedangkan kikir adalah sikap yang terlalu menahan mengeluarkan harta untuk orang lain dan lebih cenderung menimbun kekayaan .

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

Menurut Crow and Crow oleh Abdul Rahman Saleh dan Muhbib Abdul Wahab berpendapat bahwa ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu[63] :

a. Dorongan dari dalam diri individu, missal dorongan untuk makan. Dalam hal ini minat yang dimaksud adalah minat menabung yaitu hal-hal yang mempengaruhi dan mendorong seseorang untuk menabung.
b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktivitas tertentu.

[63] Abdul Rahman Saleh dan Muhbib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*,…, hlm 264-263

c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebt, sebaliknya suatu aktivitas yang gagal akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

Adapun hal-hal yang dapat mempengaruhi minat menabung yaitu:[64]

a. Kebudayaan, kebiasaan yang biasa ditanamkan oleh lingkungan sekitar, misalnya guru mengarahkan muridnya untuk rajin menabung.
b. Keluarga, orang tua yang rajin menabung secara tidak langsung akan menjadi contoh bagi anak-anaknya.
c. Sikap dan kepercayaan, seseorang akan merasa lebih aman dalam mempersiapkan masa depan jika ia memiliki perencanaan yang matang, termasuk segi keuangan.
d. Motif sosial, kebutuhan seseorang untuk lebih maju agar dapat diterima oleh lingkungannya dapat ditempuh melalui pendidikan, penampilan fisik, yang kesemuanya membutuhkan biaya yang akan lebih mudah dipenuhi jika menabung.
e. Motivasi, rencana-rencana mengenai kebutuhan dimasa yang akan datang mendorong seseorang untuk menabung.

---

[64] Ayu Andriani, *Pegaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri)*, (Skripsi : IAIN Tulungagung, 2015)

F. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank umum seperti yang dimaksud dalam UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang saat ini dirubah dengan UU No. 10 Tahun 1998 yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, termasuk unit usaha syariah dan kanotr cabang bank asing yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

Sedangkan yang dimaskud dengan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah menurut UU No. 10 Tahun 1998 adalah

> aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpan dana dan pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain : pembiayaan berdasarkan prnsip penyertaan modal (*musharakah*), prinsip barang modal berdasarkan sewa murni (*ijarah*), adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*), pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), dan prinsip jual beli dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*).[65]

Bank syariah adalah badan usaha yang menghimpun dana dari amsyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkanya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan penyertaan modal dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.[66]

---

[65] Muhammad Ridwan Basalamah dan Mohammad Rizal, *Perbankan Syariah*, (Malang : Empat Media, 2018), hlm 1-2

[66] Muhammad, *Audit dan Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah*,…, hlm 9

2. Tujuan Bank Syariah

Bank syariah memiliki tujuan yang lebih luas daripada bank konvensional, berkaitan dengan keberadaannya sebagai lembaga komersial dan kewajiban moral yang disandangnya. Bank syariah bertujuan sebagai berikut[67] :

a. Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana meningkatlan kualitas kehidupan sosial ekonomi mamsyarakat. Adanya penghimpunan modal dari masyarakat dan disalurkan kembali kepada masyarakat diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat sehingga tercipta pembangunan nasional yang semakin maju. Metode bagi hasil akan membantu masyarakat yang kekurangan modal usaha untuk mengembangkan usahanya dan juga akan memunculkan para usahawan baru dari adanya pembiayaan dari bank syariah.
b. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan karena kengganannya sebagai masyarakat untuk berhubungan dengan bank disebabkan sikap masyarakat untuk menghindari bunga telah terjawab dengan adanya bank syariah.
c. Membentuk masyarakar agar berfikir secara ekonomis dan berperilaku bisnis untuk meningakatkan kualitas hidupnya.

[67] Muhammad Ridwan Basalamah dan Mohammad Rizal, *Perbankan Syariah*,…, hlm 5-6

d. Berusaha bahwa metode bagi hasil pada bank syariah dapat beroperasi, tumbuh, dan berkembang melalui bank-bank melalui bank-bank dengan metode lain.

3. Prinsip Operasional Bank Syariah

a. Prinsip Simpanan

Prinsip simpanan merupakan fasilitas yang diberikan bank syariah untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya pada bank syariah. Prinsip simpanan ada dua yaitu :

1) *Al-Wadiah*

Dalam fiqih muamalah, *wadiah* dibagi menjadi dua macam yaitu *Wadiah al-amanah* dan *wadiah adh-dhamanah*.

> *Wadiah al-amanah* adalah akad titipan yang dilakukan dengan kondisi penerima titpan yaitu bank tidak wajib mengganti jika ada kerusakan, dalam hal ini biasanya digunakan pada titipan murni yaitu *safe deposit box*, bank hanya memastikan kondisi dari barang yang dititipkan. Sedangkan *wadiah adh-dhamanah* adalah titipan yang dilakukan dengan kondisi penerima titipan bertanggung jawab atas nilai dari uang yang dititipkan. Produk dari akad ini adalah rekening giro.[68]

2) *Mudharabah*

Tabungan atau simpanan yang menggunakan prinsip *mudharabah* mengikuti aturan sebagai berikut : keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara pemilik dana dan pengelola dana, serta adanya tenggang waktu antara

[68] Muhammad Syafi' Antoio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*,…, hlm 155

dana yang diberikan dan pembagian keuntungan karena untuk melakukan investasi atas dana yang dikelola akan membutuhkan waktu yang cukup.[69]

b. Prinsip Bagi Hasil

Prinsip bagi hasil ada dua macam yaitu *mudharabah* dan *musyarakah*.

1) *Mudharabah*

Sistem ini adalah suatu sistem yang melipusi tata cara pembagian hasil antara penyedia dana dan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dan penyimpan dana, maupun bank dengan pengelola dana.[70] Ada dua macam jenis *mudharabah* yaitu *mudharabah muqayyadah* dan *mudharabah muthlaqah.*

> *Mudharabah muqayyadah* yaitu pemilik dana menentukan syarat dan pembatasan kepada pengelola dalam menngunakan dana yang meliputi jangka waktu, tempat, jenis usaha dan lain sebagainya. Sedangkan *mudaharabah muthlaqah* adalah pemilik dana memberikan keleluasaan penuh kepada pengelola untuk menggunakan dana tersebut dalam usahanya.[71]

2) *Musyarakah*

Dalam akad ini dua pihak atau lebih dapat mengumpulkan dana untuk membentuk suatu perusahaan berbadan hukum. Setiap pihak memiliki porsi masing-masing sesuai dengan kontribusi modal yang disetorkan dan mempunyai hak

---

[69] Ibid, hlm 156
[70] Muhammad, *Audit dan Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah*,…, hlm 13
[71] Muhammad Ridwan Basalamah dan Mohammad Rizal, *Perbankan Syariah*,…, hlm 8

untuk mengawasi perusahaan yang sedang dijalankan. Dalam pembagian keuntungan dan resiko kerugian usaha akan dibagi menurut proporsi modal yang disetorkan di awal sesuai kesepakatan.[72]

c. Prinsip Jual Beli (*al-Tijarah*)

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata jual beli dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dbutukan oleh nasabah yang kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan atau margin bagi bank.[73]Jual beli yang biasa digunakan sebagai model pembiayaan syariah adalah pembiayaan berdasarkan prinsip *ba'I al murabahah*, *ba'i al istishna* dan *ba'i as-salam*. Pejelasannya adalah sebagai berikut :[74]

1) *Al-Murabahah*

Jual beli *Murabahah* adalah akad jual beli antara bank selaku penyedia barang atau penjual dengan nasabah selaku pembeli barang dengan bank telah mengambil keuntungan sesuai kesepakatan bersama.

---

[72] Ibid, hlm 8

[73] Muhammad, *Audit dan Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah*,…, hlm 14

[74] Muhammad Ridwan Basalamah dan Mohammad Rizal, *Perbankan Syariah*,…, hlm 10-12

2) *Istishna*

Akad jual beli antara pemesan dengan produsen atau penjual dimana produk yang dijual harus dibuat terlebih dahulu sesuai dengan kriteria yang jelas dari pemesan yang pembayarannya boleh di awal, di tengah atau pada akhir, baik sekaligus atau bertahap sesuai dengan kesepakatan penjual dan pemesan.

3) *Salam*

Secara etimologi *salam* berati "*salaf* (pendahuluan)". *Ba'i as salam* adalah akad jual beli suatu barang yang harganya dibayar dengan segera, sedangkan penyerahan barangnya akan diserahkan dikemudian hari ketika pesanan telah jadi dibuat.

d. Prinsip Sewa

Sewa pada dasarnya merupakan transaksi sewa guna usaha atau *leasing*. Dalam islam, prinsip sewa dibedakan menjadi dua yaitu *al-ijarah* dan *al-ijarah muntahiya bit tamlik*.

> *Ijarah* adalah perjanjian pemindahan hak guna atau manfaat atas suatu barang atau jasa dengan membayar sewa untuk jangka waktu tertentu tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan. Sedangkan *ijarah muntahiya bit tamlik* adalah perjanjian pemindahan hak guna atau manfaat atas suatu barang atau jasa dengan membayar sewa dalam jangka waktu tertentu yang pada akhir masa sewa akan disertai dengan pemindahan kepemilikan dari bank kepada nasabah.[75]

[75] Ibid, hlm 14

e. Prinsip jasa (*al arj walumullah*)

Prisip ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikkan bank. Bentuk produk berdasarkan prinsip ini antara lain bank garansi, kliring, jasa transfer

.

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya. Hasil penelitian tersebut digunakan sebagai bahan pembanding dan sebagai landasan dalam menganalis variabel yang mempengaruhi minat nasabah menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Beberapa hasil dari penelitian yang dijadikan sebagai acuan penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

Peneliti, Tahun Dan Judul	**Tujuan**	**Hasil**
Saekhoni, 2012 Pengaruh Pendapatan Nasabah Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bmt Istiqomah Karang Rejo Tulungagung	Untuk mengetahui pengaruh pendapatan nasabah dan bagi hasil terhadap minat masyarakat menabung di bmt istiqomah karang rejo tulungagung	Variabel pendapatan dan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.[76]
Safaruddin Munthe, 2014 Faktor-Faktor Yang	Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil, religi, pelayanan dan	Variabel bagi hasil, pelayanan dan pendapatan berpengaruh

[76] Saekhoni, *Pengaruh Pendapatan Nasabah Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bmt Istiqomah Karang Rejo Tulungagung*, (Skripsi : Tidak diterbitkan, 2012)

Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota	pendapatan terhadap minat menabung pada tabungan mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balai Kota	signifikan terhadap minat menabung. sedangkan religi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung karena masyarakat Medan lebih mementingkan nilai ekonomi.[77]
Riries Mia Resitha, 2015 Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank BNI Sidoarjo	Untuk mengetahui pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung di Bank BNI Sidoarjo	Variabel promosi dan lokasi berpengaruh potitif terhadap minat menabung, sedangkan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung[78]
Ayu Andriani, 2015 Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri)	Untuk mengetahui pengaruh persepsi dan religiusitas santri terhadap minat menabung di bank syariah	Variabel persepsi dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Semakin tinggi tingkat religiusitas santri akan mendorong keinginan santri untuk menabung di bank syariah.[79]
Raja Putra Harahap, 2016 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan	Untuk mengetahui pengaruh pelayanan, pendapatan, dan religi terhadap minat menabung pada tabungan mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan	Variabel pelayanan dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Sedangkan religi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung karena masyarakat Medan lebih

[77] Safaruddin Munthe, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota*, (Tesis : IAIN Sumatera Utara, 2014)

[78] Riries Mia Resitha, *Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank BNI Sidoarjo*, (Surabaya : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015)

[79] Ayu Andriani, *Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri*), (Skripsi : IAIN Tulungagung, 2015)

		mementingkan nilai ekonomi.[80]
Nurul Khotimah, 2018 Pengaruh Religusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri(Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Gresik)	Untuk mengetahui pengaruh religusitas, kepercayaan, citra perusahaan dan bagi hasil terhadap minat nasabah menabung dan loyalitas nasabah pada bank syariah mandiri	Variabel religiusitas, kepercayaan dan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Sedangkan citra perusahaan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap minat menabung.[81]
Uniyanti, 2018 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)	Untuk mengetahui pengaruh religius, pendapatan dan infromasi produk bank syariah terhadap minat menabung di bank syariah	Variabel religious, pendapatan dan informasi produk bank syariah sama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.[82]

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya dijelaskan bahwa variabel pendapatan, pelayanan, informasi produk berpengaruh terhadap minat nasabah pada bank syariah. Namun pada variabel religiusitas terdapat perbedaan antara penelitian Syafaruddin Munthe dan Raja Sakti Putra Harahap dengan Ayu Andriani dan Uniyanti. Pada penelitian Syafaruddin dan Raja Sakti menjelakan bahwa variabel

[80] Raja Sakti Putra Harahap, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan*, (Jurnal *Al-Qasd Vol 1 No 1* : Universitas Potensi Utama,2016)

[81] Nurul Khotimah, *Pengaruh Religusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri(Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Gresik)*, (Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen Vol 5 No 1 : Universitas Wijaya Putra, 2018

[82] Uniyanti, *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*), (Skripsi : Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018)

religiusitas ditolak karena masyarakat lebih mementingkan nilai ekonomi daripada nilai-nilai agama. Sedangkan pada penelitian Ayu Andriani dan Uniyanti religiusitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Hal tersebut dikarenakan objek penelitian ini pada santri Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri dan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Universitas Alauddin Makasar lebih mengerti akan nilai-nilai syariah serta larangan bermuamalah.

H. Kerangka Konseptual

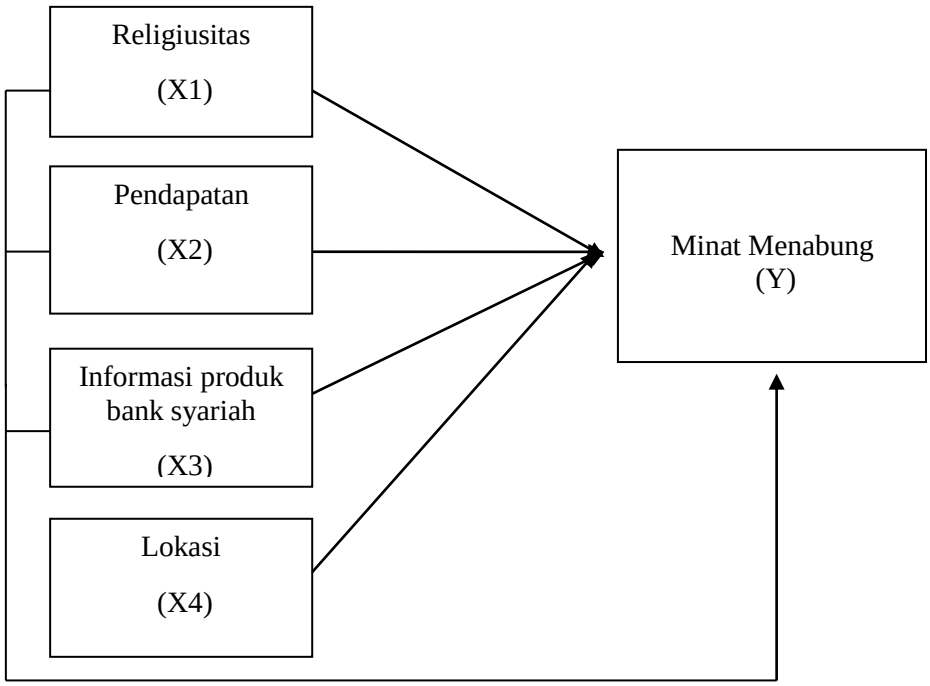
Kerangka konseptual merupakan suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konseptual dipaparkan berdasarkan rumusan masalah serta landasan teori dari tinjauan penelitian terdahulu.[83] Kerangka konsep ini berguna untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang dan lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka ini didapatkan dari konsep ilmu atau teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang didapatkan pada tinjauan pustaka yang dihubungkan dengan garis variabel yang ingin diteliti.[84]

Dalam penelitian ini diketahui ada empat variabel independen dan satu variabel dependen. Empat variabel independen tersebut adalah religiusitas, pendapatan, informasi produk bank syariah dan lokasi.

[83] Tim penyusun, *Pedoman Penyusunan Skripsi*, FEBI IAIN Tulungagung,2018, hlm.29
[84] Tim penyusun, *Pedoman Penyusunan Skripsi*, FEBI IAIN Tulungagung,2017, hlm.30

Model kerangka konseptual penelitian dapat dijelaskan melalui kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut :

Gambar 2.2
Kerangka Konseptual



I. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya. Tidak semua penelitian kuantitatif memerlukan hipotesis, penelitian kuantitatif yang memerlukan hipotesis adalah jenis penelitian eksplorasi (menghubungkan dua variabel atau lebih dalam hubungan sebab akibat), sedangkan deskriptif tidak memerlukan hipotesis. Rumusan

hipotesis hendaknya bersifat *definitif* atau *direksional*, artinya dalam rumusan hipotesis tidak hanya disebutkan adanya hubungan atau perbedaan antar variabel, melainkan telah ditunjukkan sifat hubungan atau keadaan perbedaan itu.[85]

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

   H_1 : Terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

2. H_0 : Tidak terdapat pengaruh pendapatan terhadap minat menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

   H_1 : Terdapat pengaruh pendapatan terhadap minat menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

3. H_0 : Terdapat pengaruh informasi produk bank syariah terhadap minat menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

   H_1 : Terdapat pengaruh informasi produk bank syariah terhadap minat menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

4. H_0 : Tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap minat menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

   H_1 : Terdapat pengaruh lokasi terhadap minat menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

[85] Tim penyusun, *Pedoman Penyusunan Skripsi*, .., hlm.30

5. H_0 : Tidak terdapat pengaruh salah satu diantara variabel religiusitas, pendapatan, informasi produk bank syariah dan lokasi terhadap minat menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

   H_1 : Terdapat pengaruh salah satu diantara variabel religiusitas, pendapatan, informasi produk bank syariah dan lokasi terhadap minat menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri