

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengetahuan

1. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah keadaan tahu atau semua yang diketahui. Pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan akal pikirannya untuk mengenali benda atau kejadian tertentu yang belum pernah dilihat dan dirasakan sebelumnya. Manusia pada hakikatnya merupakan makhluk yang berfikir, merasa, bersikap, bertindak. Sikap dan tindakannya bersumber pada pengetahuan yang di dapat melalui kegiatan merasa dan berfikir.²⁰ Pengetahuan diperoleh melalui pengalaman hidup, pengalaman kerja, atau melalui pendidikan dan latihan. Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui seseorang dengan jalan apapun. Sering juga orang menyebut pengetahuan ini sebagai segala sesuatu yang diketahui orang dari pengalamannya sehingga disebut sebagai pengetahuan pengalaman.²¹

Pengetahuan yaitu informasi yang telah diproses dan diorganisasikan untuk memperoleh pemahaman, pembelajaran dan pengalaman yang terakumulasi sehingga bisa diaplikasikan ke dalam masalah atau proses bisnis tertentu. Pengetahuan dapat juga diartikan sebagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan akal. Pada saat

²⁰ Muhammad Sumantri, *Strategi Pembelajaran*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), hlm. 42

²¹ Binti Maunah, *Sosiologi Pendidikan*, (Sleman : Kalimedia, 2016), hlm. 20

seseorang memakai akal budinya untuk mengenali suatu kejadian tertentu yang belum pernah dirasakan sebelumnya itu dapat memunculkan sebuah pengetahuan. Pada dasarnya pengetahuan mempunyai kemampuan prediktif atau perkiraan terhadap sesuatu sebagai hasil dari pengenalan suatu bentuk atau pola. Data dan informasi terkadang dapat membingungkan seseorang, maka pengetahuan yang mengarahkan tindakan. Menurut M. Ma'ruf Abdullah, sebelum Allah SWT memberikan akal pikiran kepada manusia, manusia itu tidak tahu apa-apa dan itu dapat ditelusuri melalui cerita dalam Al-Quran bagaimana Allah mengajari Adam AS tentang nama-nama benda dan makhluk yang ada di bumi. Jadi pada dasarnya manusia itu memperoleh pengetahuan melalui pengalaman dan rasa ingin tahu yang tidak pernah berhenti dan terus berkembang yang sesuai dengan tuntutan zaman dan keperluan hidupnya. Ketika sudah menemukan jawabannya maka tuntutan rasa ingin tahunya terus berkembang melalui proses belajar dalam kehidupan baik melalui yang diajari maupun yang di dapatkannya melalui pengalaman sehingga membentuk pengetahuan-pengetahuan yang di perlukannya dan sekaligus memberikan manfaat dalam kehidupannya. Faktor- faktor seperti pengalaman, pendidikan, keyakinan, sosial, lingkungan sekitar dan sebagainya dapat mempengaruhi tingkat pengetahuan seseorang. Pengukuran pengetahuan dapat dilakukan dengan wawancara atau angket yang menanyakan tentang isi materi yang ingin diukur dari subjek penelitian atau responden. Pola perilaku yang dimiliki konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan mereka dengan tingkat

pengetahuan yang dimiliki konsumen dapat memproses informasi yang baru dan membuat pertimbangan untuk mengambil keputusan.²²

Menurut Philip Khotler, pola perilaku yang dimiliki konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan mereka. Dengan tingkat pengetahuan yang dimilikinya konsumen dapat memproses informasi yang baru, membuat pertimbangan dan mengambil keputusan. Dalam menghadapi penawaran produk atau jasa, informasi yang dimiliki masyarakat mengenai produk atau jasa akan mempengaruhi perilaku dalam pembelian produk atau jasa yang membagi pengetahuan menjadi 4 jenis pengetahuan produk yaitu :

1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk

Seseorang akan melihat suatu produk berdasarkan kepada karakteristik atau ciri atau atribut produk tersebut. Bagi seseorang bila ingin menginvestasikan uangnya baik dalam bentuk deposito maupun tabungan maka ia harus mengetahui jenis investasi, lama investasi, nisbah dan sebagainya.

2. Pengetahuan tentang manfaat produk

Seseorang menabung atau menginvestasikan dananya di bank syariah karena ia telah mengetahui manfaatnya seperti terhindar dari riba dan terhindar dari perbuatan dzalim.

3. Pengetahuan tentang kepuasan suatu produk

Hal ini akan memberikan kepuasan kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk

²² Maskur Rosyid, Halimatus Saidiah, *Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri dan Guru*, *Islaminomic* 7, no. 2 (Agustus 2016), hlm. 41

tersebut bisa memberikan kepuasan yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar.

4. Pengetahuan tentang konsep dasar bank syariah

Sekumpulan gagasan atau ide yang sempurna dan bermakna berupa abstrak, entitas mental yang universal dimana mereka bisa diterapkan secara merata untuk setiap ekstensinya sehingga konsep membawa suatu arti yang mewakili sejumlah objek yang mempunyai ciri yang sama dan membentuk suatu kesatuan pengertian tentang suatu hal atau persoalan yang dirumuskan.²³

Mowen dan Minor membagi pengetahuan konsumsi menjadi tiga kategori:

- a. Pengetahuan objektif: Informasi yang benar mengenai kelas produk yang disimpan melalui memori jangka panjang konsumen.
- b. Pengetahuan subjektif: Persepsi konsumen mengenai apa dan berapa banyak yang ia ketahui mengenai kelas produk.
- c. Informasi mengenai pengetahuan lainnya

1. Pengetahuan produk

Pengetahuan produk yaitu kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.

²³ *Ibid*, hlm. 42

2. Pengetahuan pembelian

Berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang dimana membeli produk kapan membeli produk. Ketika konsumen memutuskan akan membeli suatu produk, maka ia akan menentukan dimana ia membeli produk tersebut dan kapan ia akan membelinya. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya. Implikasi penting bagi strategi pemasaran adalah memberikan informasi kepada konsumen dimana konsumen bisa membeli produk tersebut.

3. Pengetahuan pemakaian

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar. Kesalahan yang dilakukan konsumen dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan produk tidak dapat berfungsi dengan baik. Ini akan menyebabkan konsumen kecewa, padahal kesalahan terletak pada diri konsumen. ²⁴ Produsen tidak menginginkan konsumen menghadapi hal tersebut, karena itu produsen sangat berkepentingan

²⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2014), hlm. 148

untuk memberitahu konsumen bagaimana cara menggunakan produknya dengan benar.

2. Teori Pengetahuan

Menurut pendapat Bakhtiar bahwa terdapat dua teori untuk mengetahui hakikat pengetahuan yaitu terdiri dari realisme dan idealisme dalam teori ini

a. Realisme

Teori ini memiliki pandangan yang realistis terhadap alam. Menurut teori ini bahwa pengetahuan merupakan gambaran yang sebenarnya dari apa yang terjadi di alam nyata. Teori ini juga mengibaratkan bahwa setiap pengetahuan atau gambaran tentang suatu hal yang ada dalam akal adalah *copy* dari yang asli yang terjadi di luar akal seseorang. Hal ini sama seperti gambaran yang ada dalam sebuah foto dimana menggambarkan atas realita diluar foto tersebut. Maka dengan demikian, pengetahuan menurut pandangan teori realisme adalah benar dan tepat bila sesuai dengan realitanya.²⁵

b. Idealisme

Bertolak belakang dengan teori realisme, dimana teori idealisme menegaskan jika untuk mendapatkan pengetahuan yang sesuai dengan apa yang benar-benar terjadi di alam realita adalah suatu hal-hal yang mustahil. Teori ini menganggap bahwa pengetahuan adalah bersifat subjektif dari proses-proses psikologis atau mental. Oleh karena itu bagi

²⁵ Amsal Bakhtiar, *Filsafat Ilmu*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2004), hlm. 94

seorang idealis menganggap bahwa pengetahuan hanyalah gambaran subjektif dan bukan merupakan gambaran objektif dari suatu realita. Hal demikian karena menurut teori ini subjektif dipandang sebagai suatu yang diketahui dari sudut pandang oleh orang yang membuat gambaran tersebut. Maka dari itu disimpulkan bahwa menurut teori ini pengetahuan tidak menggambarkan hakikat keadaan yang sebenarnya karena pengetahuan hanyalah merupakan gambaran menurut pendapat atau penglihatan oleh orang yang mengetahui subjek tersebut.²⁶

3. Indikator Pengetahuan

Berdasarkan pendapat Notoatmojo bahwa terdapat beberapa indikator dari variabel pengetahuan yaitu sebagai berikut :

a. Mengetahui

Tahapan pertama ini yang dimaksud dengan tahu adalah mengingat materi yang telah didapatkan atau dipelajari sebelumnya dan mengingat kembali secara spesifik dari semua bahan yang telah diterima atau dipelajari.

b. Memahami

Tahap kedua dimana seseorang telah tahu atau telah mengingat semua materi yang telah didapatkan sebelumnya, maka pada tahapan ini adalah memahami atas apa yang telah dipelajari. Secara lebih jauh maksud memahami adalah mampu untuk memberikan penjelasan secara

²⁶ *Ibid*, hlm. 96

benar tentang apa yang telah diketahui dan dapat menginterpretasikannya.

c. Mengaplikasikan

Pada tahap ini seseorang mengaplikasikan materi yang telah dipahami olehnya untuk di gunakan pada kondisi sebenarnya. Sebelum menuju tahap ini seseorang telah menerima dan memahami materi tersebut dan siap untuk diaplikasikan.

d. Menganalisis

Kemampuan untuk menganalisis atau menjabarkan suatu materi atau suatu objek kedalam komponen-komponen, inilah yang dimaksudkan dengan tahapan menganalisis. Dimana indikator ini merupakan indikator ke empat dari faktor pengetahuan. Kemampuan menganalisis tersebut tidak boleh keluar dari konteksnya dan masih menjadi ranah materi tersebut.

e. Mensintesis

Sintesis adalah kemampuan untuk membentuk keseluruhan yang baru dari bagian-bagian dalam suatu bentuk.

f. Mengevaluasi

Tahapan terakhir adalah melakukan evaluasi dimana seseorang mempunyai kemampuan untuk melakukan penilaian atau justifikasi terhadap suatu objek atau materi yang ada.²⁷

²⁷ Notoatmojo, *Metode Penelitian Kesehatan*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2007), hlm. 79

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan

Menurut Notoatmojo faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan cukup beragam, adapun faktor yang mempengaruhinya antara lain :

a. Usia

Usia mempengaruhi daya tangkap dan pola pikir seseorang, semakin bertambahnya usia akan semakin berkembang pula daya tangkap dan pola pikirnya, sehingga pengetahuan yang diperoleh semakin membaik.

b. Intelegensi

Intelegensi diartikan sebagai suatu kemampuan untuk belajar dan berfikir secara abstrak guna menyesuaikan diri secara mental dalam situasi baru. Intelegensi merupakan salah satu factor yang mempengaruhi hasil dari proses belajar seseorang, sehingga perbedaan intelegensi akan berpengaruh pula terhadap tingkat pengetahuan.

c. Pengalaman

Pengalaman dapat diperoleh dari pengalaman pribadi maupun dari pengalaman orang lain, pengalaman ini merupakan suatu cara untuk memperoleh kebenaran suatu pengetahuan.

d. Pendidikan

Pendidikan dapat membawa wawasan atau pengetahuan seseorang, secara umum orang yang berpendidikan tinggi akan mempunyai wawasan yang lebih luas dibandingkan dengan seseorang yang tingkat pendidikannya rendah.

e. Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis, maupun sosial. Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan ke dalam individu yang berada dalam lingkungan tersebut, hal ini terjadi karena adanya interaksi timbal balik ataupun tindak yang akan direspon sebagai pengetahuan oleh setiap individu.²⁸

B. Religiusitas

1. Pengertian Religiusitas

Religius merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Islam adalah suatu cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek kehidupan manusia dengan aqidah, syariah dan akhlak.²⁹

Religius menurut islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 208 yang artinya *“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam islam keseluruhan, dan janganlah kamu turuti langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan adalah musuh yang nyata bagimu”*.

²⁸ *Ibid*, hlm. 23

²⁹ Adiwarman Karim, *Bank Islam : Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta : Rajawali Press, 2011), hlm. 26

2. Dimensi Religiusitas

Menurut Glock & Stark terdapat lima dimensi dalam religiusitas yaitu :

a. Dimensi keyakinan atau Ideologis

Dimensi keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dokmatik 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, maka yang terpenting adalah kemauan untuk memenuhi aturan yang berlaku dalam ajaran agama yang dianutnya. Jadi dimensi keyakinan lebih bersifat doktriner yang harus ditaati oleh penganut agama. Dengan sendirinya dimensi keyakinan ini menuntut dilakukannya praktek-praktek peribadatan yang sesuai dengan nilai-nilai islam.

b. Dimensi Praktik Agama atau Ritualistik

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 praktik agama dalam islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat ataupun praktik muamalah lainnya.

c. Dimensi pengalaman

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 lain sebagainya.

d. Dimensi pengetahuan agama

Dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya. Paling tidak seseorang yang beragama harus mengetahui hal-hal pokok mengenai dasar-dasar keyakinan. 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 atau perbankan syariah.

e. Dimensi Konsekuensi

Yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial, misalnya menolong orang yang sedang kesulitan, mendermakan hartanya dan lain sebagainya.³⁰

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Menurut Thouless faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan menjadi empat macam, yaitu :

a. Pengaruh pendidikan dan pengajaran dan berbagai tekanan sosial

³⁰ Iskanto & Yulihardi, *Analisis Peranan Religiusitas Terhadap Kepercayaan Kepada Perbankan Syariah*, Jurnal Kajian Ekonomi Islam, Vol. 2 No. 2 2017, hlm. 77-78

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

b. Faktor pengalaman

Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman mengenai pengalaman spiritual yang cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

c. Faktor kebutuhan

Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besarnya yaitu kebutuhan akan keamanan, kebutuhan akan cinta kasih dan kebutuhan untuk memenuhi kelangsungan hidupnya.³¹

4. Sikap Religiusitas

Menurut Hendriks dan Ludeman terdapat beberapa sikap religiusitas yang tampak di dalam diri seseorang dalam menjalankan tugasnya, diantaranya :

- a. Kejujuran
- b. Keadilan
- c. Bermanfaat bagi orang lain
- d. Rendah hati: sikap dimana mau mendengarkan pendapat orang lain dan tidak memaksakan gagasan atau kehendaknya.
- e. Bekerja efisien

³¹ Thouless, H. Robert, *Pengantar Psikologi Agama*, (Jakarta : PT Raja Grafindo, 1995), hlm. 34

- f. Visi kedepan
- g. Disiplin tinggi
- h. Keseimbangan

Seseorang yang memiliki sikap religius sangat menjaga keseimbangan hidupnya. Khususnya dalam pekerjaan, komunitas dan spiritualitas.

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa setiap individu memiliki tingkat religiusitas yang berbeda-beda. Tingkat religiusitas masing-masing individu secara garis besar dipengaruhi oleh dua macam faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal disini seperti pengalaman-pengalaman keagamaan, kebutuhan individu, cinta kasih, harga diri dan sebagainya. Sedangkan faktor eksternal seperti pendidikan formal, pendidikan agama dalam keluarga, tradisi-tradisi sosial yang berlandaskan nilai-nilai keagamaan, tekanan-tekanan lingkungan sosial dalam kehidupan individu.³²

C. Lokasi

1. Pengertian Lokasi

Lokasi yang strategis sangat menentukan kelangsungan suatu usaha. Menurut Tjiptono, lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Dengan lokasi yang strategis dan memiliki

³² M. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 39-41

daya tumpu yang dekat membuat konsumen tertarik melakukan keputusan dalam menggunakan suatu produk berupa barang atau jasa.³³

Menurut Swastha, lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan usaha adalah letak lokasi terhadap daerahnya, cara pencapaian, dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Sedangkan menurut Lupiyoadi, berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau usahanya.

Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi antara lain :

- a. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan). Apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat yang dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau atau dengan kata lain harus strategis.
- b. Perusahaan mendatangi konsumen. Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
- c. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung. Berarti penyedia jasa dan konsumen berinteraksi melalui sara tertentu seperti telepon, komputer atau surat. Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting selama komunikasi antara kedua belah pihak terlaksana dengan baik.³⁴

2. Indikator-Indikator Lokasi

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Lokasi bank syariah adalah tempat

³³ Tjiptono, *Manajemen Jasa cetakan kedua*, (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2002), hlm. 92

³⁴ R. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Ketiga*, (Jakarta : Salemba Empat, 2009), hlm. 42

bank syariah mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam.

Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, antara lain lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu serta lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi meliputi indikator-indikator sebagai berikut :

- a. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui transportasi umum.
- b. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- c. Lalu lintas
- d. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- e. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.³⁵

D. Minat Menabung

a. Pengertian Minat

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat dengan hubungan tersebut, semakin besar minat yang

³⁵ Neneng Fajriyah, *Pengaruh Promosi, Reputasi dan Lokasi Strategis terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCP Tangerang*, (Jakarta : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2013), hlm. 21

dimiliki. Minat dapat menunjukkan kemampuan untuk memberikan stimulasi yang mendorong kita untuk memperhatikan seseorang, suatu barang atau kegiatan atau suatu yang dapat memberi pengaruh terhadap pengalaman yang telah distimulasi oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab suatu kegiatan dan hasil dari turut sertanya dalam kegiatan tersebut.

b. Dimensi Minat

Menurut Ferdinand minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

1. Minat transaksional: Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat refrensional: Minat refrensional yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang cenderung merefrensikan produk yang sudah dibelinya agar juga dibeli oleh orang lain dengan refrensi pengalaman konsumen.
3. Minat prefrensi: Minat prefrensi yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Prefrensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
4. Minat eksploratif: Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.³⁶

³⁶ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hlm. 192

c. Pengertian Menabung

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam karena dengan menabung berarti seseorang telah mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Secara luas menabung dapat diartikan sebagai suatu kegiatan menyisihkan dari pendapatannya untuk dikumpulkan sebagai cadangan di hari depan.

Dalam Al-Quran terdapat ayat-ayat yang telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik. Seperti yang telah tercantum dalam QS. An-Nisa ayat 9 yang berbunyi :

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ
وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (9)

Artinya : *“Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah dibelakang mereka khawatir terhadap (kesejahteraannya). Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar.*

Ayat tersebut memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan baik secara rohani maupun secara ekonomi harus difikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu perencanaan tersebut adalah menabung.

d. Beberapa Jenis Tabungan di Bank Syariah

Seseorang yang ingin menabung di bank syariah dapat memilih antara akad al-wadi'ah atau al-mudharabah. Meskipun jenis produk tabungan di

bank syariah mirip dengan bank konvensional yaitu giro, tabungan dan deposito. Namun, dalam bank syariah terdapat perbedaan-perbedaan yang prinsipil seperti yang dijelaskan berikut ini.

1. Giro

Pada umumnya, bank syariah menggunakan akad al-wadiah pada rekening giro. Nasabah yang membuka rekening giro berarti melakukan akad wadiah “titipan”. dalam fiqh muamalah, wadiah dibagi menjadi dua macam yaitu *wadiah yad al-amanah* dan *wadiah yad ad-dhamanah*. Akad *wadiah yad al-amanah* adalah akad titipan yang dilakukan dengan kondisi penerima titipan (dalam hal ini bank) tidak wajib mengganti jika terjadi kerusakan. Biasanya, akad ini diterapkan bank pada titipan murni. Dalam hal ini, bank hanya bertanggung jawab atas kondisi barang (uang) yang dititipkan. Adapun *wadiah yad ad-dhamanah* adalah titipan yang dilakukan dengan kondisi penerima titipan bertanggung jawab atas nilai dari uang yang dititipkan. Oleh karena itu, bank syariah menggunakan akad *wadiah yad adh-dhamanah* untuk rekening giro.

2. Tabungan

Bank syariah menerapkan dua akad dalam tabungan yaitu wadi'ah dan mudharabah. Tabungan yang menerapkan akad wadi'ah mengikuti prinsip-prinsip *wadi'ah yad adh-dhamanah* seperti yang dijelaskan diatas. Artinya tabungan ini tidak mendapatkan keuntungan karena ia titipan dan dapat diambil sewaktu-waktu dengan menggunakan buku tabungan atau media lain seperti ATM. Tabungan berdasarkan akad

wadi'ah ini tidak mendapatkan keuntungan dari bank karena sifatnya titipan. Akan tetapi bank tidak dilarang jika ingin memberikan semacam bonus atau hadiah. Tabungan yang menerapkan akad mudharabah mengikuti prinsip-prinsip akad mudharabah. Diantaranya seperti keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara shohibul maal dan mudharib, serta adanya tenggang waktu antara dana yang diberikan dan pembagian keuntungan karena untuk melakukan investasi dengan memutar dana itu diperlukan waktu yang cukup.

3. Deposito

Bank syariah menerapkan akad mudharabah untuk deposito. Seperti dalam tabungan, dalam hal ini nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* dan bank selaku *mudharib*. Penerapan mudharabah terdapat deposito karena kesesuaian yang terdapat dikeduanya. Misalnya seperti yang dikemukakan di atas bahwa akad mudharabah mensyaratkan adanya tenggang waktu antara penyeter dan penarikan agar dana itu bisa diputar. Tenggang waktu ini merupakan salah satu sifat deposito bahkan dalam deposito terdapat pengaturan waktu, seperti 30 hari, 90 hari dan seterusnya.³⁷

E. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam

³⁷ *Ibid*, hlm. 29

mengkaji penelitian yang akan dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu akan diuraikan secara singkat oleh penulis karena penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya sebagai pendukung penelitian.

Dalam kajian penelitian terdahulu, peneliti akan memaparkan penelitian terdahulu yang relevan dalam permasalahan dalam penelitian ini atau yang akan diteliti dengan judul "*Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Lokasi terhadap Minat Menabung di Bank syariah pada Masyarakat Desa Ngungghahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung*". Berikut ini penelitian-penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan judul tersebut yang bisa dijadikan sebagai perbandingan dengan penelitian penulis:

Berdasarkan skripsi yang dilakukan oleh Novi Oktaviani (2018) dengan judul "*Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lokasi Terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*". Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh religiusitas, pengetahuan dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Metodologi penelitian tersebut berbentuk kuantitatif yang mana pengumpulan datanya menggunakan teknik nonprobability sampling. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel religiusitas, pengetahuan dan lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah.

Sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah.³⁸

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya bahas yakni sama-sama meneliti pengaruh religiusitas, pengetahuan dan lokasi terhadap minat menabung pada bank syariah. Sedangkan perbedaannya terletak pada instansi yang diteliti, peneliti ini meneliti di masyarakat Blotongan koya Salatiga sedangkan penelitian saya meneliti di masyarakat Desa Ngunggan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rudi Haryono (2021) dengan judul "*Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Jambi*". penelitian tersebut bertujuan untuk melihat pengaruh dari faktor-faktor pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan terhadap minat menabung pada masyarakat kota Jambi di perbankan syariah. Metodologi penelitian tersebut berbentuk kuantitatif dengan variabel bebas yakni pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan. Hasil penelitian tersebut yakni pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat kota Jambi untuk menabung di bank syariah.³⁹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya bahas yakni sama-sama meneliti pengaruh pengetahuan dan religiusitas. Sedangkan perbedaannya

³⁸ Novi Oktaviani, *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lokasi Terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*, (Salatiga : Skripsi, 2018)

³⁹ Rudi Haryono, *Pengaruh Pengetahuan, Relgiusitas dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*, (Jambi : Tesis, 2021)

terletak pada penelitian tersebut menggunakan variabel bebas yakni kepercayaan, sedangkan penelitian saya menggunakan variabel bebas lokasi.

Berdasarkan jurnal ilmiah yang ditulis oleh Niken Nastiti, Arif Hartono dan Ika Farida Ulfah (2018) dengan judul "*Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan dan Pengetahuan Bagi Hasil terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*". metode penelitian ini menggunakan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *Nonprobability sampling*. Hasil dari penelitian ini secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan jasa perbankan syariah.⁴⁰

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang saya adalah sama-sama menggunakan variabel bebas yakni pengetahuan. Sedangkan perbedaan yang ada dari penelitian tersebut dengan penelitian saya terdapat pada variabel bebas yakni lokasi. Dan perbedaan lain dari penelitian ini yaitu variabel terikat (Y), penelitian ini meneliti murid di PPTQ al Hasan Ponorogo sedangkan penelitian saya di masyarakat desa Ngunggung Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.

Berdasarkan skripsi yang ditulis oleh Putri Hartini (2019) dengan judul "*Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi pada Pesantren di Aceh Besar)*". Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik cluster random sampling.

⁴⁰ Niken Nastiti, dkk, *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*, (Ponorogo : Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis Vol. 1, No. 1 (2018))

Hasil dari penelitian ini secara simultan pengetahuan dan religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat. Sedangkan secara parsial variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat sedangkan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat santri memilih produk perbankan syariah.⁴¹

Persamaan penelitian tersebut dengan peneliti saya yakni sama-sama meneliti pengaruh pengetahuan dan religiusitas. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel bebas yakni lokasi dan variabel terikatnya pada penelitian ini adalah santri di Aceh sedangkan penelitian saya pada masyarakat desa Ngunggung Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.

Berdasarkan skripsi yang ditulis oleh Yuliatul Muzammil (2021) dengan judul "*Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji di BRI Syariah KC Madiun dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*". Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian tersebut bahwa variabel pengetahuan secara parsial berpengaruh terhadap kepercayaan sedangkan religiusitas tidak berpengaruh terhadap kepercayaan.⁴²

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang saya bahas yakni sama-sama meneliti pengaruh pengetahuan. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel terikatnya yakni lokasi. Dan perbedaan lain dari penelitian ini

⁴¹ Putri Hartini, *Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi pada Pesantren di Aceh)*, (Aceh : Skripsi, 2019)

⁴² Yuliatul Muzammil, *Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji di BRI Syariah KC Madiun dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*, (Ponorogo : Skripsi, 2021)

yaitu variabel terikatnya. Pada penelitian ini di masyarakat desa Pucanganom sedangkan penelitian saya di desa Ngunggahan.

Berdasarkan skripsi yang ditulis oleh Rizal Prasasti (2020) dengan judul *“Pengaruh Pengetahuan dan Pelayanan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi”*. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *proportionate random sampling*. Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa pengetahuan dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah sedangkan religiusitas tidak mampu memoderasi pengaruh pengetahuan dan pelayanan terhadap minat menabung di Bank Syariah.⁴³

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian saya adalah sama-sama menggunakan variabel bebas yakni pengetahuan. Sedangkan perbedaannya terletak pada penelitian ini menggunakan variabel bebas pelayanan sedangkan penelitian saya menggunakan lokasi.

Berdasarkan skripsi yang ditulis oleh Fifin Zuriatul Casvi (2019) dengan judul *“Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Raudlatul Qur’an Mangkang Kulon, Tugu, Semarang)*. Metode yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Hasil dari penelitian ini yakni pengetahuan dan lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap

⁴³ Rizal Prasasti, *Pengaruh Pengetahuan dan Pelayanan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah dengan Religiusitas Sebagai variabel Moderasi*, (Semarang : Skripsi, 2020)

minat menabung santri di bank syariah. Sedangkan lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah.⁴⁴

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang saya bahas adalah sama-sama meneliti pengaruh pengetahuan dan lokasi. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian saya adalah penelitian saya tidak meneliti lingkungan sosial. Dan perbedaan lain penelitian ini meneliti pada santri pondok pesantren Raudlatul Qur'an Semarang, sedangkan penelitian saya pada masyarakat desa Ngunggahan.

Berdasarkan skripsi yang ditulis oleh Navidatul Ila (2021) dengan judul "*Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Persepsi Santri Putri Pondok Pesantren Aisyiyah Imadul Bilad Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah*". penelitian ini bersifat kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial pengetahuan dan religiusitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah. Sedangkan persepsi berpengaruh negatif terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah.⁴⁵

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya teliti adalah sama-sama meneliti pengaruh pengetahuan dan religiusitas. Sedangkan perbedaannya penelitian tersebut dengan penelitian saya adalah penelitian ini variabel bebasnya menggunakan persepsi sedangkan penelitian saya menggunakan lokasi. Dan perbedaan lain dari penelitian ini adalah penelitian ini meneliti

⁴⁴ Fifin Zuriatul Casvi, "*Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial dan Lokasi Bank Syariah terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah*", (Semarang : Skripsi, 2019)

⁴⁵ Nativatul Ila, "*Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Persepsi Santri Putri Pondok Pesantren Aisyiyay Imadul Bilad Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah*", (Metro : Skripsi, 2021)

santri putri pondok pesantren Aisyiyah Imadul Bilad sedangkan penelitian saya meneliti masyarakat desa Ngunggahan.

Berdasarkan skripsi yang ditulis oleh Nur Asiah (2019) dengan judul “*Analisis Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di BMT Al-Fadhilah*”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di BMT Al-Fadhilah.⁴⁶

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya teliti adalah sama-sama meneliti pengaruh lokasi. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian saya adalah penelitian ini variabel bebasnya terdapat promosi sedangkan penelitian saya variabel bebasnya menggunakan pengetahuan. Dan perbedaan lain dari penelitian ini adalah penelitian ini meneliti di Bandar Lampung sedangkan penelitian saya meneliti di desa Ngunggahan kecamatan Bandung kabupaten Tulungagung.

F. Kerangka Konseptual

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁴⁷ Kerangka berfikir berguna untuk mempermudah di dalam memahami persoalan yang sedang diteliti serta mengarahkan penelitian pada

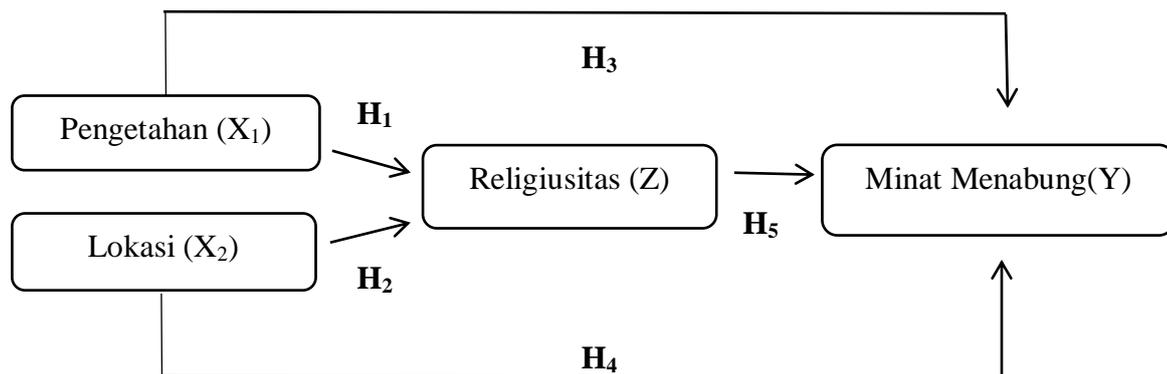
⁴⁶ Nur Asiah, *Analisis Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di BMT Al-Fadhilah*, (Lampung : Skripsi, 2019)

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 60

pemecahan masalah yang dihadapi. Maka peneliti membuat suatu kerangka pemikiran yaitu sebagai berikut :

Gambar 2.1

Model Analisis Jalur



G. Hipotesis Penelitian

Menurut Kuncoro yang dikutip oleh Sunyoto, hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi.⁴⁸ Hipotesis berupa pernyataan mengenai konsep yang ada dapat dinilai benar atau salah jika menunjuk pada suatu fenomena yang diamati dan diuji secara empiris. Hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

1. H_0 = Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap religiusitas di Bank Syariah Pada Masyarakat Desa Ngunggahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.
- H_1 = Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap religiusitas di Bank Syariah Pada Masyarakat Desa Ngunggahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.

⁴⁸ Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2009), hlm. 60

2. H_0 = Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap religiusitas di Bank Syariah Pada Masyarakat Desa Ngunggahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.
 H_1 = Lokasi berpengaruh signifikan terhadap religiusitas di Bank Syariah Pada Masyarakat Desa Ngunggahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.
3. H_0 = Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Desa Ngunggahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.
 H_1 = Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Desa Ngunggahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.
4. H_0 = Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah Pada Masyarakat Desa Ngunggahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.
 H_1 = Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah Pada Masyarakat Desa Ngunggahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.
5. H_0 = Religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah Pada Masyarakat Desa Ngunggahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.

H_1 = Religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah
Pada Masyarakat Desa Ngunggahan Kecamatan Bandung Kabupaten
Tulungagung.