

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 1. Kajian Pustaka

##### A. Preferensi

Preferensi menurut *kamus besar bahasa indonesia* ialah suatu pilihan, hak istimewa, pengutamaan, serta sesuatu yang lebih disukai.<sup>22</sup> Preferensi ini sebagai suatu pilihan-pilihan yang telah dibuat oleh para konsumen dengan produk produk yang akan dikonsumsi. Adapun di dalam kekuatan preferensi konsumen ini juga dapat menentukan produk-produk apa saja yang mereka beli serta pendapatan mereka yang terbatas dan juga permintaan untuk produk produknya. Preferensi ini juga dapat diartikan sebagai suatu pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk, barang, atau jasa yang dikonsumsi.<sup>23</sup>

Di dalam teori preferensi ini juga untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen, contohnya apabila seseorang ingin mengkonsumsi sebuah produk atau suatu jasa dengan sumber daya yang juga terbatas, maka mereka juga harus memilih alternatif sehingga<sup>24</sup> nilai guna dan utilitas yang mereka peroleh ini akan menjadi optimal. Oleh sebab itu preferensi konsumen ini juga dapat diketahui bahwa dengan cara mengukur tingkat kegunaan serta nilai relatif itu sangat penting sehingga setiap atribut terdapat suatu produk atau jasa. Setiap

---

<sup>22</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hal. 1212

<sup>23</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Prehalindo: Jakarta, 2000), hal. 54

<sup>24</sup> Marliah Maulina, Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa Menabung Di Perbankan Syariah, (*Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. 3, No. 1, 2021), hal. 3

atribut yang di diperlihatkan atau ditampilkan dalam suatu produk atau jasa ini juga dapat menimbulkan daya tarik bagi konsumen. Adapun penilaian terhadap produk dan jasa ini juga dapat menggambarkan sikap konsumen terhadap produk dan jasa tersebut, dan perilaku konsumen ini juga dapat mencerminkan penggunaan suatu produk dan jasa.

Preferensi juga dapat diartikan seperti minat atau kesukaan. Jadi, preferensi atau minat ialah sebuah motivasi untuk mendorong dimana orang tersebut dapat melakukan atau bebas memilih sesuai apa yang mereka inginkan. Di dalam setiap minat ini juga akan memuaskan suatu kebutuhan. Adapun dalam melakukan fungsinya kehendak ini juga berhubungan erat dengan perasaan serta pikiran. Pikiran juga memiliki kecenderungan bergerak di dalam sektor analisis, sementara akal juga berfungsi sebagai suatu pengingat pikiran serta perasaan yang setiap kehendak nya bisa diatur sebaik-baiknya.

## **B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Mahasiswa**

### **1. Tingkat Kepercayaan**

Di dalam kepercayaan konsumen ini sebagai pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atribut serta manfaatnya. Sehingga berdasarkan konsep tersebut, maka dalam pengetahuan konsumen ini juga sangat terkait mengenai pembahsan sikap, karena pengetahuan konsumen ini juga merupakan kepercayaan konsumen. Adapun di dalam membangun sebuah kepercayaan ialah kunci sukses untuk meraih suatu keberhasilan. Bahkan tidak peduli sebuah

bisnis itu berskala besar atau kecil, karena kepercayaan dibutuhkan untuk menumbuhkan dan mengembangkan suatu bisnis.

## 2. Pengetahuan

Secara umum juga dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah ini juga sangat<sup>25</sup> mempengaruhi sikap masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, semakin banyak pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah maka akan menambah minat menjadi nasabah. Akan tetapi jika pengetahuan masyarakat terbatas terhadap perbankan syariah ini juga akan membuat persepsi yang kurang baik mengenai perbankan tersebut.

## 3. Pelayanan

Istilah pelayanan ini dapat diartikan sebagai melakukan sesuatu bagi orang lain. Sedangkan arti pelayanan secara garis besar ialah setiap kegiatan yang ditujukan kepada pelanggan untuk memberi suatu kepuasan. Pada dasarnya sistem pelayanan ini ialah kegiatan yang diusulkan oleh sebuah organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud atau tidak dapat dimiliki.<sup>26</sup>

### **C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

---

<sup>25</sup> *Ibid*, hal. 4

<sup>26</sup> *Ibid*, hal. 5

## 1. Lokasi

Lokasi merupakan suatu tempat, kedudukan yang secara fisik mempunyai fungsi yang strategis karena dapat menentukan tercapainya suatu tujuan badan usaha. Lokasi ini juga dapat diartikan sebagai suatu saluran distribusi dimana untuk produk industri manufaktur ini sebagai suatu tempat pelayanan jasa untuk tempat produksi industri jasa.<sup>27</sup>

Lokasi juga dapat diartikan sebagai faktor yang sangat penting di dalam bauran eceran, di dalam pemilihan suatu lokasi yang tepat serta strategis dalam sebuah gerai atau toko maka akan lebih sukses dibandingkan pemilihan toko atau gerai yang berlokasi kurang strategis. Indikator lokasi antara lain : ketersediaan tempat parkir, mempunyai tempat yang luas, serta lokasi yang banyak dilalui transportasi. Di dalam suatu perusahaan juga sebaiknya perlu mempertimbangkan lokasi usaha untuk dikembangkan di masa depan.<sup>28</sup>

## 2. Sosial

Di dalam jurnal yang diteliti oleh Cindy Audina P menurut Kotler bahwa faktor sosial ini juga mampu mempengaruhi pembelian diantaranya ialah kelompok preferensi. Adapun

---

<sup>27</sup> Agnes Ligia, Pengaruh Lokasi Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bantenan Center Sonder Minahasa, (*Jurnal Emba*, Vol. 2, No. 3, 2014), hal. 1739

<sup>28</sup> Hwndra Fure, Lokasi Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional, (*Jurnal E MBA*, Vol. 1, No. 3, 2013), hal. 274

kelompok preferensi ini juga memiliki pengaruh akibat melakukan tatp muka secara langsung dan tidak langsung terhadap perilaku dan sikap seseorang sehingga sering disebut dengan *reference group*. Dan selanjutnya ialah keluarga, dimana keluarga ini merupakan sebuah organisasi masyarakat yang memiliki pengaruh terpenting. Adapun keluarga orientasi ini juga meliputi orangtua serta saudara kandung. Selanjutnya ialah peran dan status, dimana di dalam suatu kegiatan dengan harapannya setiap orang mampu melakukan baik sesuai status yang dimilikinya masing-masing.<sup>29</sup>

Didalam perilaku seorang konsumen ini juga dipengaruhi oleh faktor sosial yakni kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status. Kelompok acuan ini juga terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung. Sehingga kelompok acuan ini juga sangat mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi setiap orang. Akan tetapi setiap kelompok acuan ini juga menciptakan tekanan agar mengikuti kebiasaan kelompok yang mungkin dapat mempengaruhi produk atau merek actual seseorang. Selain itu juga, di dalam sebuah keluarga juga merupakan suatu organisasi yang dimana pembelian konsumennya yang paling penting ialah keluarga. Serta anggota keluarga juga merupakan kelompok acuan primer yang sangat berpengaruh. Setelah itu peran

---

<sup>29</sup> Cindhy Audina Putri Basutami, Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung di Ponogoro, (*Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 6, No. 3, 2018), hal. 160

dan status juga merupakan suatu kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Adapun masing masing peran ini juga dapat menghasilkan status, misalnya manajer penjual mempunyai kedudukan yang lebih tinggi dibandingkan pegawai kantor.<sup>30</sup>

### 3. Agama

Didalam suatu perilaku ekonomi ini juga sangat ditentukan oleh tingkat keimanan dalam diri seseorang atau masyarakat. Sehingga perilaku ini juga membentuk suatu kecenderungan perilaku konsumsi serta produksi pasar. Preseptif ini juga sangat berpengaruh terhadap perilaku menabung. Dalam perilaku ekonomi ini juga mempunyai 3 karakteristik tingkat keimanan sebagai asumsi berikut:

- a. Ketika keimanan ini ada di dalam tingkat yang cukup baik, maka setiap motif berekonomi (berkonsumsi/menabung atau berproduksi) ini akan didominasi oleh motif masalah (*public interest*), kebutuhan (*needs*) serta kewajiban (*obligation*). Dalam karakter ini juga sering disebut sebagai muslim taat.
- b. Ketika keimanan ini ada di dalam tingkat yang kurang baik, maka setiap motif berekonomi (berkonsumsi/menabung atau berproduksi) ini tidak hanya didominasi oleh tiga hal melainkan akan dipengaruhi secara signifikan oleh ego, rasionalisme (*materialisme*) serta

---

<sup>30</sup> Abdul Ghoni, Tri Bodroastuti, Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Prilaku Konsumen, (Study Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo emarang, *Ensiklopedia of Journal*, Vol. 1, No. 1, 2018), hal. 7

keinginan yang bersifat individualistis. Dalam karakter ini juga sering disebut sebagai muslim yang kurang taat.

- c. Ketika keimanan ada di dalam tingkat yang buruk, maka setiap motif berekonomi (berkonsumsi/menabung atau berproduksi) ini akan didominasi dalam nilai nilai yang bersifat individualistis (selfishness), ego, keinginan serta rasionalisme. Dalam karakter ini juga sering dikategorikan sebagai muslim tidak taat.<sup>31</sup>

#### 4. Fasilitas

Secara umum fasilitas ini dapat diartikan dalam dua pengertian tetapi dalam pokok yang berbeda. Pertama, fasilitas ini sebagai instalasi obyek fisik dalam bagian infrastruktur. Kedua, fasilitas ini sebagai hal hal yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan, biasanya berupa obyek fisik maupun obyek non fisik biasanya sering disebut layanan public. Sebagai contoh fasilitas infrastruktur ini adalah ac, lift, lampu penerang, instalasi listrik, dan sebagainya<sup>32</sup>.

#### 5. Pelayanan

Secara umum kualitas pelayanan merupakan evaluasi konsumen mengenai kesempurnaan dalam suatu kinerja layanan. Dalam kualitas pelayanan ini juga bersifat dinamis yang artinya bisa

---

<sup>31</sup> Ani Widiasmara, Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pada Perilaku Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah Dengan Agama Sebagai Variabel Kontrol, (*Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, Vol. 5, No. 2, 2016), hal. 103-104

<sup>32</sup> Ria Asih Aryani Soemitro dan Hitapriya *suprayitno*, Pemikiran Awal Tentang Konsep Dasar Manajemen Aset Fasilitas, (*Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur dan Fasilitas*, Vol. 2, No. 1, 2018), hal. 2

berubah menurut tuntutan pelanggan.<sup>33</sup> Dalam pemberian pelayanan kepada pemasaran jasa ini juga bertujuan sebagai pencapaian kepuasan yang nantinya akan diterima oleh konsumen.

Pelayanan ini juga sering diartikan sebagai rangkaian aktivitas yang tidak kasat mata ataupun tidak dapat diraba, oleh karena itu sering terjadi akibat interaksi dalam perusahaan sehingga pelayanan ini juga bertujuan untuk memberikan manfaat serta pemecahan masalah setiap konsumen. Di dalam kedua definisi ini juga memberikan ciri ciri adanya pelayanan yaitu tidak kasat mata dan bagaimana usaha setiap manusia serta ketersediaan peralatan perusahaan pelayanan agar dapat membuat setiap konsumen ini puas terhadap jasanya. Serta perbankan juga akan meningkatkan dan menjaga nasabahnya agar citra positif dimata masyarakat juga dapat meningkatkan kualitas, pelayanan, produk dan juga keamanan. Perbankan ini juga memerlukan personel yang seharusnya dapat menangani keinginan dan kebutuhan untuk para nasabahnya.<sup>34</sup>

#### **D. Bank**

Secara umum bank ialah suatu badan usaha yang memiliki fungsi untuk menerima berbagai bentuk simpanan dari masyarakat dan memberikan kredit baik dana yang diterima dari masyarakat maupun

---

<sup>33</sup>Hwndra Fure, Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehaticalaca, (*Jurnal E MBA*, Vol. 1, No. 3, 2013), hal. 275

<sup>34</sup> Cindhya Audina Putri Basutami, Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung di Ponogoro, (*Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 6, No. 3, 2018), hal. 157-160



yang bersumber dari kemampuan untuk menciptakan tenaga beli baru dan memberikan jasa sebagai tempat pembayaran dan peredaran uang. Bank ini juga sering dianggap sebagai lembaga keuangan yang aman sehingga banyak orang yang menyimpan uang di bank. Sehingga diantara aktivitas keuangan yang sering dilakukan oleh para masyarakat ialah sebagai penyimpanan dana, investasi, pengiriman uang, memberikan kredit dan aktivitas keuangan lainnya. Akan tetapi, bank ini sering dianggap sebagai salah satu lembaga yang memiliki peranan yang sangat penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di dalam suatu negara. Dalam hal ini juga berarti perbankan mempunyai kewajiban serta keinginan kesejahteraan sosial ekonomi dan juga mendorong terciptanya stabilitas sosial politik nasional.

Adapun di dalam Undang-Undang RI Nomor Tahun 1998 pada tanggal 10 November 1998 mengenai perbankan, bank juga merupakan suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat berupa simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit ataupun dalam bentuk-bentuk lainnya dan untuk meningkatkan taraf hidup rakyat.<sup>35</sup> Bank juga sering dikenal sebagai lembaga keuangan yang di dalam kegiataannya ialah menerima simpanan giro, tabungan serta deposito. Oleh karena itu, bank juga dikenal sebagai tempat meminjam uang (kredit) untuk setiap masyarakat yang membutuhkan.

---

<sup>35</sup> Kasmir, *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 30

Disamping ini juga bank merupakan tempat seseorang untuk menukarkan uang, memindahkan uang serta menerima segala macam bentuk pembayaran. Adapun bank ini juga dianggap sebagai lembaga keuangan yang aman untuk melakukan aktivitas keuangan. Dalam aktivitas keuangan ini juga dilakukan oleh masyarakat di negara maju yakni aktivitas untuk penyimpanan dana, investasi serta pengiriman uang dari suatu tempat ke tempat lain secara cepat dan tentunya juga aman.<sup>36</sup>

#### **E. Bank Syariah**

Secara umum bank syariah ialah suatu bank yang dalam kegiatannya ini berkaitan dengan hukum islam dan dalam setiap kegiatannya juga tidak membebankan bunga serta tidak membayar bunga kepada setiap nasabah. Adapun imbalan yang diterima dari pihak bank syariah ini dibayarkan kepada nasabah tergantung dari setiap akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Di dalam perjanjian akad ini juga perbankan syariah harus tunduk dengan syarat dan rukun akad sesuai dengan syariah islam. Perbankan syariah ini juga merupakan segala sesuatu yang berkaitan tentang bank syariah serta unit usaha syariah, mencakup bidang kelembagaan, kegiatan setiap usaha, dan proses dalam menjalankan setiap kegiatan usahanya<sup>37</sup>. Bank syariah juga diartikan sebagai bank yang melaksanakan setiap kegiatan usahanya

---

<sup>36</sup> Ismail, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 56

<sup>37</sup> Undang-Undang. Perbankan Syariah (No. 21, 2008)

berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya juga terdiri dari bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), serta bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).<sup>38</sup>

#### **F. Bank Konvensional**

Secara umum bank konvensional ialah bank dimana menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional dan terdiri dari bank umum konvensional serta bank perkreditan rakyat.<sup>39</sup> Berdasarkan pengertian tersebut, bank konvensional ini adalah bank yang di dalam operasionalnya menerapkan metode bunga dari jaman dahulu, dan sudah menjadi kebiasaan serta telah dipakai secara meluas dibandingkan dengan metode bagi hasil.<sup>40</sup>

Dalam prinsip konvensional yang digunakan oleh bank konvensional menggunakan dua metode, yakni:

- a. Menetapkan suatu bunga sebagai harga, baik untuk produk simpanan yaitu seperti tabungan, deposito berjangka, ataupun produk pinjaman (kredit) dan juga diberikan berdasarkan tingkat suatu bunga.
- b. Digunakan untuk jasa-jasa bank, bagi pihak bank untuk menggunakan serta menerapkan berbagai biaya dalam nominal maupun persentase tertentu. Sistem penetapan biaya ini juga sering disebut dengan *fee based*.

---

<sup>38</sup> Ismail, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 60

<sup>39</sup> Rizal Yaya, Aji Erlangga Martawireja, Ahim Abdurahim, *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hal. 48

<sup>40</sup> Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 4

Pada bank konvensional ini juga setiap kepentingan pemilik dana (deposan) maka akan memperoleh suatu imbalan berupa bunga simpanan yang tinggi, dan setiap kepentingan pemegang saham diantaranya akan memperoleh spread yang optimal antara suku bunga simpanan dan juga suku bunga pinjaman (mengoptimalkan interest difference). Selain itu juga kepentingan pemakai dana (debitur) juga akan mendapatkan tingkat bunga yang rendah (biaya yang murah). Dengan begitu ketiga kepentingan dari tiga pihak tersebut akan terjadi antagonisme yang sulit diharmoniskan. Dan dalam hal ini juga bank konvensional hanya berfungsi sebagai suatu lembaga perantara saja.

#### **G. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional**

Secara umum bank syariah dan bank konvensional ini juga memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, sistem transfer, teknologi komputer yang dipakai, syarat-syarat untuk mendapatkan pembiayaan seperti KTP, NPWP, proposal serta laporan keuangan lainnya. Adapun secara garis besar perbedaan antar bank syariah dan juga bank konvensional ini sebagai berikut:<sup>41</sup>

1. Bank Syariah
  - a. Investasi, hanya untuk suatu produk yang halal dan juga yang menguntungkan.
  - b. Return, dibayar ataupun diterima dan berasal dari bagi hasil ataupun pendapatan yang bersifat prinsip syariah.

---

<sup>41</sup> Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), hal. 14-15

- c. Perjanjian, dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariat islam.
  - d. Orientasi pembiayaan, di dalam nya tidak hanya menguntungkan tetapi juga falah *oriented*, yakni berorientasi untuk setiap kesejahteraan masyarakat.
  - e. Di dalam hubungan nya antara bank dan nasabah ialah sebuah mitra.
  - f. Dalam dewan pengawas nya juga terdiri dari BI, Bapepam, Komisariss serta Dewan Pengawas Syariah.
  - g. Penyelesaian sengketa, mereka juga menyelesaikan secara musyawarah antara bank dan juga nasabah melalui peradilan agama.
  - h. Setiap penghimpunan suatu dana juga harus sesuai dengan fatwa pengawas syariah.
2. Bank Konvensional
- a. Investasi, dalam hal ini tidak mempertimbangkan baik halal maupun haram, asalkan proyek yang dijalankan mendapatkan keuntungan.
  - b. *Return*, baik yang dibayar kepada nasabah penyimpan dana maupun return yang diterima dari nasabah ini juga bersifat bunga.
  - c. Dalam perjanjian ini juga bersifat hukum positif.

- d. Orientasi pembayaran, dalam hal ini juga mereka memperoleh keuntungan dari dana yang dipinjamkan.
- e. Hubungan antara bank dan nasabah ini juga ialah kreditur dan debitur.
- f. Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam dan juga Komisaris.
- g. Setiap penyelesaian sengketa ini melalui pengadilan negeri setempat.
- h. Dan tidak terdapat dewan sejenis.<sup>42</sup>

#### **H. Produk Pelayanan Jasa pada Bank Konvensional**

Secara umum produk produk yang ada dalam pelayanan jasa pada bank konvensional yakni, transfer atau sering disebut sebagai kirim uang, kirim uang ini adalah jasa yang pengiriman uang nya melalui bank. Dalam pengiriman uang ini juga dilakukan untu tujuan dalam kota, luar kota maupun luar negeri. Adapun *kliring (clearing)* ialah penagihan warkat (surat berharga seperti cek dan *bilyet giro*) yang asalnya dari dalam kota. Biasanya juga dalam proses penagihan nya ini hanya membutuhkan waktu satu hari saja. Serta besarnya setiap biaya penagihan ini juga tergantung dari bank yang bersangkutan. Di dalam *safe deposit box* sering disebut sebagai suatu layanan jasa bank yang dapat memberikan suatu pelayanan penyewaan box atau tempat untuk menyimpan barang atau surat-surat berharga milik nasabah. Karena

---

<sup>42</sup> Eskasari Putri dan Arief Budhi Dharma, Analisis Perbedaan Kinerja Keuangan Antara Bank Konvensional Dengan Bank Syariah, (*Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, Vol. 1, No 2, 2016), hal. 100

barang-barang yang disimpan ataupun dititipkan menggunakan *safe deposit box* ini juga akan aman dari bahaya pencurian maupun kebakaran. Setiap nasabah yang menitipkan barang bernya ini juga akan dikenakan biaya sesuai kebijakan dari setiap bank.

Selanjutnya adalah *bank card* atau sering disebut dengan kartu kredit merupakan suatu kartu yang dapat digunakan sebagai pengambilan uang ataupun pembayaran di swalayan ataupun supermarket. Setiap nasabah yang menggunakan jasa ini juga akan membayar iuran tahunan yang setiap jumlahnya sesuai kesepakatan dari pihak bank. Dalam setiap pembelanjaan juga mempunyai batas waktu atau melewati waktu yang ditentukan. Berikutnya adalah bank notes ialah jasa penukaran valuta asing. Jadi, di dalam jual beli di *bank notes* ini, setiap bank juga mengacu pada kurs yang artinya nilai tukar rupiah dengan mata uang asing. Bank garansi ini juga merupakan suatu jaminan yang diberikan oleh pihak bank kepada para nasabah dan digunakan untuk pembiayaan suatu usaha. Dengan begitu, setiap pengusaha juga akan mendapatkan fasilitas untuk menjalankan setiap usahanya. Sehingga dari besarnya jaminan yang dikeluarkan oleh pihak bank juga sudah ditafsir karena untuk mengetahui kredibilitas dan prospek dari usaha yang dimiliki setiap nasabahnya. Selanjutnya *bank draft* ialah suatu wesel yang

dikeluarkan oleh pihak bank kepada setiap nasabahnya. Wesel ini juga bisa diperjualbelikan disaat para nasabah membutuhkan dana.<sup>43</sup>

*Letter of Credit (L/C)* secara garis besar merupakan surat kredit yang diberikan oleh pihak bank kepada importir dan juga eksportir dan digunakan untuk melakukan pembayaran di setiap transaksi ekspor dan juga impor. Ada beberapa macam jenis *L/C*, setiap nasabah dapat memilih sesuai dengan keperluan nasabah. Dan selain itu juga *L/C* adalah pembayaran yang internasional dan menjadikan seseorang eksportir ini akan menerima pembayaran langsung dan tidak harus menunggu kabar dari luar negeri. Dalam pembayaran itu juga nantinya akan diterima setelah barang atau berkas dokumen itu dikirim ke luar negeri kepada si pemesan. Selanjutnya *Cek Wisata (Travellers Cheque)* ialah suatu alat yang digunakan untuk setiap pembayaran di berbagai lokasi wisata perbelanjaan maupun hiburan. Contohnya ialah hotel dan juga supermarket. Cek wisata ini juga dapat digunakan sebagai suatu hadiah kepada para relasinya. Dan juga menerima setoran-setoran, minat dalam bertransaksi ini juga sebagai perilaku yang dapat muncul serta dapat juga dirasakan oleh konsumen sebagai suatu respon terhadap objek dan juga menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan transaksi. Serta minat bertransaksi ini juga dapat dilihat dari seberapa keinginan seseorang untuk menjadikan transaksi non tunai ataupun juga

---

<sup>43</sup> Rini Fatriani, Bentuk-Bentuk Produk Bank Konvensional dan Bank Syariah di Indonesia, (*Ensiklopedia of Journal*, Vol. 1, No. 1, 2018), hal. 239



transaksi uang elektronik sebagai suatu tujuan utama dalam sebuah transaksi, mereferensikan kepada setiap orang serta ketertarikan dalam uang elektronik atau non tunai (*chables*) dari bank konvensional ataupun seberapa besar nya seseorang untuk mencari informasi tentang suatu produk.<sup>44</sup>

## 2. Penelitian Terdahulu

Untuk mengantisipasi kesamaan penelitian dan sebagai bahan rujukan serta perbandingan. Oleh karena itu, perlu dipaparkan penelitian terdahulu yang sudah diteliti oleh peneliti lain. Ada beberapa karya penelitian terdahulu yang sudah pernah diteliti oleh peneliti lain. Berikut jurnal ataupun skripsi dengan pokok pembahasan yang mempunyai kedekatan pada penelitian yang ingin disusun:

Retno Juwita Ningrum, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro, (2015). Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Iain Metro Bertransaksi Dengan Bank Konvensional(Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Angkatan 2015).<sup>45</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN metro memilih bertransaksi dengan Bank Konvensional didasari oleh Faktor eksternal adalah faktor sosial pelayanan, keluarga, lokasi, dan kelompok acuan.

---

<sup>44</sup> Heny Hermawati, Strategi koorporasi dalam menghadapi pengaruh perubahan perilaku konsumen terhadap minat tari tunai di ATM, (*Commerce Jurnal Ilmiah*, Vol. 7, No. 1, 2019), hal. 27

<sup>45</sup> Retno Juwita Ningrum, Skripsi: *Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Iain Metro Bertransaksi Dengan Bank Konvensional (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Angkatan 2015)*, (IAIN Metro, 2019)

Sedangkan faktor internal adalah faktor gaya hidup dan persepsi. Dapat disimpulkan bahwa penelitian sebelumnya sama sama meneliti mengenai faktor dan pengaruh terhadap minat nasabah dalam bertransaksi di bank. Perbedaannya adalah penelitian yang penulis lakukan adalah meneliti mengenai preferensi mahasiswa perbankan syariah memilih menabung di bank konvensional dan belum beralih ke bank syariah.

Rismayanti Nasrum, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, (2019). *Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Bank Konvensional dan Bank Syariah Di Kecamatan Belopa Kabupaten Lawu (Studi Komparatif)*.<sup>46</sup> Hasil pembahasan bahwa pertama, masyarakat lebih mengenal bank konvensional dibanding bank syariah. Sehingga masyarakat lebih memahami system keuang yang ada di bank konvensional dibandingkan bank syariah. Kedua, aspek sosial, ekonomi, budaya dan psikologi mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap layanan perbankan, ketiga, dari pekerjaan dan juga gaya hidup seseorang ini juga mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap layanan perbankan. Keempat, serta dalam pelayanan bank konvensional dan bank syariah sangat berbeda, terutama dalam hal melayani konsumen. Persamaan ini juga membahas mengenai preferensi masyarakat dalam memilih jenis perbankan. Secara umum penelitian yang dilakukan oleh Rismayanti bahwa ia ingin mengetahui bagaimana preferensi masyarakat dalam memilih bank

---

<sup>46</sup> Rismayanti Nasrum, Skripsi: *Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Bank Konvensional dan Bank Syariah Di Kecamatan Belopa Kabupaten Lawu (Studi Komparatif)*, (IAIN Palopo, 2019)

konvensional. Sedangkan peneliti sekarang ingin mencari preferensi mahasiswa perbankan syariah memilih menabung di bank konvensional.

Pratiwi Ekasari, Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, (2018). Analisis Faktor-Faktor Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Pada Bank Syariah Di Kabupaten Batanghari.<sup>47</sup> Hasil penelitian ini bahwa faktor lokasi, faktor pengetahuan, faktor promosi juga menunjukkan bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat muslim pada bank syariah di kabupaten batanghari. Persamaan nya ingin mencari apa saja faktor faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat muslim menabung pada bank syariah di kabupaten batanghari. Penelitian yang penulis lakukan dimana ingin mengetahui permasalahan yang penulis angkat bertujuan untuk mengetahui preferensi mahasiswa perbankan syariah memilih menabung di bank konvensional.

Fajrur Rachman, Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Program Studi Syariah Fakultas Agama Islam, (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Dan Bank Umum Konvensional (Studi di Surakarta 2014).<sup>48</sup> Hasil pembahasan ini dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih bank kepercayaan mereka

---

<sup>47</sup> Pratiwi Ekasari, *Analisis Faktor-Faktor Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Pada Bank Syariah Di Kabupaten Batanghari*, Naskah Publikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018

<sup>48</sup> Fajrur Rachman, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Dan Bank Umum Konvensional (Studi di Surakarta)*, Naskah Publikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014

yakni: Bank Syariah meliputi Bank Muamalat Syariah, Bank Mandiri Syariah dan Bank BNI Syariah dan Bank Konvensional meliputi Bank Mandiri, Bank BNI, Bank BRI, yakni faktor lokasi, pelayanan, religius stimuli, reputasi. Bahwa penelitian ini sama sama meneliti tentang faktor dan pengaruh terhadap minat nasabah dalam bertransaksi pada bank. Penulis sekarang ini tidak hanya meneliti tentang minat mahasiswa melainkan juga pada preferensi mahasiswa perbankan syariah memilih menabung di bank konvensional.

Faishol Luthfi, Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Mahasiswa Santri Di Perbankan Syariah, (2016).<sup>49</sup> Hasil dari pembahasan ini penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi preferensi menabung mahasiswa santri di perbankan syariah. Variabel yang digunakan yakni pendapatan, religiusitas, pengetahuan, kepercayaan, motif serta pelayanan. Penelitian ini juga sama sama ingin mengetahui apa saja yang mempengaruhi preferensi menabung mahasiswa santri di bank syariah. Penelitian yang penulis lakukan ini untuk mencari preferensi mahasiswa perbankan syariah memilih menabung di bank konvensional.

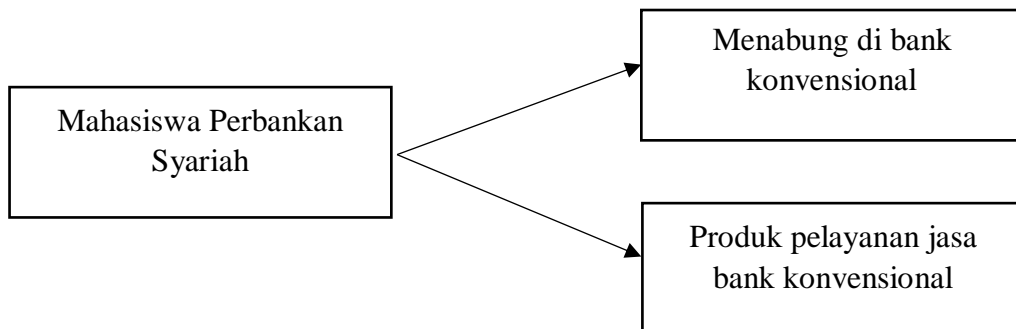
---

<sup>49</sup> Faishol Luthfi, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Mahasiswa Santri Di Perbankan Syariah ((Studi Kasus : Pondok Pesantren Madinah Munawwarah, Pondok Pesantren Luhur Wahid Hasyim, Pondok Pesantren Darul Falah)*, Skripsi, Universitas Diponegoro, 2016

### 3. Kerangka Berpikir Teoritis

Bagan 2.1

Kerangka Berpikir Teoritis



- **Menabung di bank konvensional.** Peneliti mencari tahu mengapa mahasiswa perbankan syariah memilih menabung di bank konvensional
- **Produk pelayanan jasa bank konvensional.** Pada tahap ini peneliti mencari tahu produk pelayanan jasa bank konvensional apa yang digunakan oleh mahasiswa perbankan syariah.