

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Religiusitas

##### 1. Pengertian Religiusitas

Religiusitas berasal dari kata *religion* (agama). Pengertian agama berasal dari bahasa Arab *al-din*, yang berarti undang-undang atau hukum. Kata ini mengandung arti mengusai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan sedangkan *religi* (latin) atau *relegere* berarti mengumpulkan dan membaca.<sup>20</sup>

Religius sendiri menurut agama Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh seperti pada firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 208 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا اَدْخُلُوْا فِى السَّلٰمِ كٰفَّةً وَّلَا تَتَّبِعُوْا  
خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿٢٠٨﴾

“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu”.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hal. 77-78

<sup>21</sup> *Al-Quran dan Terjemahannya*, (CV Pustaka Agung Harapan, 2006), hal 40

Dalam praktiknya fungsi agama dalam masyarakat antara lain:<sup>22</sup>

a. Fungsi Edukatif

Para penganut agama berpendapat bahwa ajaran agama yang mereka anut mmberikan ajaran-ajaran yang harus dipatuhi.

b. Fungsi Penyelamat

Keselamatan yang diberikan oleh agama kepada penganutnya adalah keselamatan yang meliputi dua alam yaitu dunia dan akhirat. Agama mengajarkan para penganutnya melalui pengenalan kepada masalah sakral berupa keimanan kepada Tuhan.

c. Fungsi perdamaian

Melalui agama seseorang yang bersalah atau berdosa dapat mencapai kedamaian batin melalui tuntutan agama.

d. Fungsi kontrol sosial

Ajaran agama oleh penganutnya dianggap sebagai norma, sehingga dalam hal ini agama dapat berfungsi sebagai pengawas sosial secara individu atau kelompok.

e. Fungsi pemupuk rasa solidaritas

Para penganut agama yang sama secara psikologis akan merasa memiliki kesamaan dalam satu kesatuan, iman dan kepercayaan.

---

<sup>22</sup> Akmal Hawi, *Seluk Beluk Ilmu Jiwa Agama*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014), hal. 39-43

f. Fungsi transformatif

Ajaran agama dapat mengubah kehidupan kepribadian seseorang atau kelompok menjadi kehidupan baru sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya.

g. Fungsi kreatif

Ajaran agama mendorong dan mengajak para penganutnya untuk bekerja produktif bukan saja untuk kepentingan dirinya sendiri tetapi juga kepentingan orang lain.

h. Fungsi sublimatif

Ajaran agama mengkhususkan segala usaha manusia, bukan saja yang bersifat agama ukhrawi melainkan juga yang bersifat duniawi. Melalui motivasi keagamaan seseorang terdorong untuk berkorban, baik dalam bentuk materi maupun tenaga atau pemikiran.

## 2. Dimensi Religiusitas

Religiusitas dalam konteks keimanan adalah sesuatu yang sifatnya subyektif. Tingkat keimanan seseorang menurut agama Islam secara pasti hanya Allah saja yang mengetahui. Namun, meskipun demikian setidaknya pernyataan seseorang tentang pengalaman religiusitasnya dapat dijadikan pijakan awal dari pengukuran tingkat religiusitas dari seorang individu. Dimensi religiusitas menurut Imam Ghazali dibagi menjadi tiga yakni kepercayaan (*belief*), komitmen (*commitment*), dan perilaku (*behavior*). Sedangkan dimensi religiusitas menurut Charles Y. Glock dan Rodney

Stark sebagaimana dikutip oleh Djamaludin memiliki lima dimensi yaitu:<sup>23</sup>

a. Dimensi keyakinan atau idiologis

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 dengan kata lain 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 ini merupakan 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 ritual-ritual yang berkaitan dengan agama.

---

<sup>23</sup> Djamaludin Ancok dan Fuat N. Suroso, *Psikologi Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hal. 77-78

Dimensi praktik agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah sholat, puasa, zakat, haji maupun praktik muamalah lainnya.

c. Dimensi pengalaman atau ekspriensial

Dimensi pengalaman adalah perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Dalam Islam, isi dimensi ini meliputi perasaan dekat dengan Allah, dicintai Allah, doa-doa sering dikabulkan, merasa takut berbuat dosa, diselamatkan oleh Allah 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 didalam kitab suci maupun yang lainnya. Dimensi dalam islam meliputi pengetahuan tentang isi al-Qur'an, pokok-pokok ajaran yang harus diyakini dan dilaksanakan, serta pengetahuan mengenai hukum islam dan pemahaman terhadap kaidah-kaidah keilmuan ekonomi Islam atau perbankan syariah.

e. Dimensi konsekuensi

Dimensi konsekuensi merupakan dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial. Dalam Islam isi dimensi ini meliputi perilaku suka menolong, berderma, menegakkan kebenaran dan keadilan, berlaku jujur, menjaga amanah, menjaga lingkungan, tidak mencuri, tidak berjudi, tidak menipu, berjuang untuk kesuksesan hidup menurut

ukuran Islam, dan mematuhi serta menjalankan norma-norma Islam dalam berbudaya, bermasyarakat, berpolitik, dan berekonomi (transaksi bisnis atau perbankan) secara non-riba.

## **B. Tingkat Pendidikan**

Pendidikan menurut Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2003 adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat, bangsa dan negara.<sup>24</sup>

Secara umum fungsi dari pendidikan nasional adalah untuk menumbuhkan rasa nasionalisme yang sehat pada setiap sikap dan cara berfikir anak Indonesia guna menciptakan peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa.<sup>25</sup>

Tujuan dari pendidikan nasional antara lain adalah untuk mengembangkan potensi dari peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.<sup>26</sup>

Indikator pada tingkat pendidikan yang ada di Indonesia berwujud dalam satuan pendidikan. Satuan pendidikan sendiri adalah kelompok layanan

---

<sup>24</sup> Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2003 Pasal 1 ayat 1

<sup>25</sup> H.A.R Tilaar, *Manajemen Pendidikan Nasional*, (Bandung: PT Remaja Roadakarya, 2008), hal. 203

<sup>26</sup> Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2003 Pasal 3

pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan baik pendidikan pada jalur formal, nonformal, dan informal pada setiap jenjang dan jenis pendidikan.

Tingkat pendidikan merupakan ungkapan dan perwujudan diri dari seorang individu termasuk kebutuhan pokok manusia yang bila terwujud memberikan rasa kepuasan dan rasa keberhasilan yang mendalam. Pada akhirnya tingkat pendidikan dapat menentukan dan meningkatkan makna hidup manusia dengan segala keputusannya dalam berperilaku yang dilandasi dengan ilmu dan pengetahuan dari tingkat pendidikan yang telah mereka lalui.

Dengan pendidikan, seorang konsumen atau individu diharapkan akan memiliki kelincahan mental berfikir dari segala arah, konsep yang fleksibel, kecakapan, kerja keras, pantang menyerah, dan juga mampu untuk berkomunikasi dengan baik. Selain itu dengan pendidikan akan menumbuhkan rasa ingin tahu mengenai pengetahuan dan sikap terbuka dalam menerima informasi atau gagasan baru demi kemandirian serta kemandirian hidupnya.<sup>27</sup>

Apabila semua hal itu dapat terwujud, seorang konsumen yang memiliki tingkat pendidikan tinggi akan mengenal masalah-masalah yang bernilai atau utama dalam kehidupan mereka. Mereka akan memusatkan perhatiannya pada suatu masalah secara alamiah dan mengkaitkannya baik secara sadar maupun tidak untuk memecahkannya. Mereka akan menerima ide baru yang muncul dari diri sendiri atau yang dikemukakan oleh orang lain kemudian mengkombinasikan pikirannya dengan matang sesuai intuisinya secara selektif sebagai dasar

---

<sup>27</sup>Supriyanto, "Pendidikan Pendapatan Dan Motivasi Menjadi Nasabah", dalam *Jurnal Penelitian Universitas Kanjuruhan Malang*, Jurnal Penelitian dan Pendidikan Jilid 6, Nomor 1, Edisi Februari 2012 hal. 88-90

pemecahan masalah yang baik serta dengan energik akan menerjemahkan idenya melalui tindakan dan mengakibatkan hasil pemecahan masalah yang bermanfaat.<sup>28</sup>

Adapun jalur pendidikan menurut pasal 1 ayat (7) Undang-undang sistem pendidikan nasional tahun 2003 menjelaskan bahwa jalur pendidikan adalah wahana yang dilalui peserta didik untuk mengembangkan potensi diri dalam suatu proses pendidikan yang sesuai dengan tujuan pendidikan. Menurut pasal 13 ayat (1) jalur pendidikan terdiri dari jalur pendidikan formal, nonformal dan informal yang dapat saling melengkapi dan memperkaya.

### **1. Pendidikan Formal**

Pendidikan formal merupakan pendidikan yang diselenggarakan disekolah-sekolah pada umumnya. Jalur pendidikan ini memiliki jenjang yang jelas adapun jenjang pendidikan formal terdiri dari :

- a. Pendidikan dasar : jenjang pendidikan awal selama 9 (Sembilan) tahun pertama masa sekolah anak-anak yang melandasi jenjang pendidikan menengah. Pendidikan dasar berbentuk sekolah dasar (SD) dan madrasah ibtidaiyah (MI) atau bentuk lain yang sederajat serta sekolah menengah pertama (SMP) dan madrasah tsanawiyah (MTs), atau bentuk lainnya yang sederajat.
- b. Pendidikan menengah : jenjang pendidikan lanjutan pendidikan dasar. Pendidikan menengah terdiri atas pendidikan menengah umum dan pendidikan menengah kejuruan. Pendidikan menengah berbentuk sekolah menengah atas (SMA), madrasah aliyah (MA), sekolah menengah

---

<sup>28</sup> *Ibid.*, hal. 93-94

kejuruan (SMK), dan madrasah kejuruan (MAK), atau bentuk lain yang sederajat

- c. Pendidikan tinggi : pendidikan tinggi merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program sarjana, magister, doctor dan spesialis yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi dimana pendidikan tinggi diselenggarakan dengan sistem terbuka. Perguruan Tinggi adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi dan dapat berbentuk akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut, atau universitas.

## **2. Pendidikan Nonformal**

Pendidikan nonformal adalah jalur pendidikan diluar pendidikan formal yang dapat dilaksanakan secara terstruktur dan berjenjang. Pendidikan nonformal paling banyak terdapat pada anak usia dini, serta pendidikan dasar seperti TPA, atau Taman Pendidikan Al-Qur'an yang banyak terdapat di Masjid atau sekolah Minggu yang terdapat disemua Gereja. Selain itu ada juga berbagai kursus, diantaranya kursus musik, bimbingan belajar dan sebagainya.

Pendidikan nonformal diselenggarakan bagi warga masyarakat yang memerlukan layanan pendidikan yang berfungsi sebagai pengganti, penambah, dan/atau pelengkap pendidikan formal dalam rangka mendukung pendidikan sepanjang hayat. Fungsi pendidikan nonformal yaitu untuk mengembangkan potensi peserta didik dengan penekanan pada penguasaan

pengetahuan dan keterampilan fungsional serta pengembangan sikap dan kepribadian profesional.

Jenis pendidikan nonformal meliputi pendidikan kecakapan hidup, pendidikan anak usia dini, pendidikan kepemudaan, pendidikan pemberdayaan perempuan, pendidikan keaksaraan, pendidikan keterampilan dan pelatihan kerja.

Pendidikan kesetaraan meliputi paket A, paket B, dan paket C serta pendidikan lain yang ditunjukkan untuk mengembangkan kemampuan peserta didik seperti pusat kegiatan belajar masyarakat (PKBM), lembaga kursus, lembaga pelatihan, kelompok belajar, majelis taklim, sanggar, dan sebagainya.

### **3. Pendidikan informal**

Pendidikan informal adalah jalur pendidikan keluarga dan lingkungan berbentuk kegiatan belajar secara mandiri yang dilakukan secara sadar dan bertanggung jawab. Hasil pendidikan informal diakui sama dengan pendidikan formal dan nonformal setelah peserta didik lulus ujian sesuai dengan standar nasional pendidikan. Adapun alasan pemerintah menggagas pendidikan informal adalah :

- a. Pendidikan dimulai dari keluarga
- b. Informal diundangkan juga karena untuk mencapai tujuan pendidikan nasional yaitu dimulai dari keluarga
- c. *Homeschooling* atau pendidikan formal tapi dilaksanakan secara informal

d. Anak harus dididik dari lahir.

## C. Kelompok Acuan

### 1. Pengertian Kelompok Acuan

Kelompok (*group*) merupakan kumpulan dari dua atau lebih individu yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan yang sama, tujuan tersebut bisa merupakan tujuan individu atau tujuan bersama.

Kelompok acuan (*Referensi Grup*) merupakan kelompok yang melibatkan satu atau lebih orang yang dijadikan sebagai dasar pembandingan atau titik referensi dalam tanggapan afeksi dan kognisi serta menyatakan perilaku seseorang.<sup>29</sup>

Dari perspektif pemasaran, kelompok acuan merupakan kelompok yang dianggap sebagai kerangka acuan atau rujukan bagi para individu dalam pengambilan keputusan pembelian atau konsumsi mereka.<sup>30</sup>

Kelompok acuan dibedakan menjadi :

#### a. Kelompok formal dan informal

Kelompok formal adalah kelompok yang memiliki struktur organisasi secara tertulis dan keanggotaan yang terdaftar secara resmi, misalnya kelompok pekerja Indonesia, partai politik, universitas, perusahaan dan sebagainya. Kelompok formal biasanya terdaftar secara hukum di pemerintah.

---

<sup>29</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku* (Jakarta: Prenada Media, 2005 cet kedua), hal 266-267

<sup>30</sup> Leon Shiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*, (Indonesia : PT Indeks, 2008 cet. Keempat) hal. 292

Kelompok informal adalah kelompok yang tidak memiliki struktur organisasi secara tertulis, tidak resmi, dan sifat keanggotaan tidak tercatat. Kelompok informal biasanya terbentuk karena hubungan sosial misalnya kelompok bermain badminton, kelompok senam kebugaran, kelompok arisan dan pengajian, kelompok rukun tetangga dan sebagainya.

b. Kelompok primer dan sekunder

Kelompok primer adalah kelompok dengan keanggotaan yang terbatas, interaksi antar anggota secara langsung tatap muka, memiliki ikatan emosional antar anggota. Anggota memiliki kesamaan dalam nilai, sikap, dan perilaku. Contohnya adalah keluarga, dan kelompok yang memiliki ikatan kekerabatan.

Kelompok sekunder adalah kelompok yang memiliki ikatan yang lebih longgar dari kelompok primer, antar anggota kelompok dapat terjadi kontak tatap muka langsung, antar anggota kelompok memiliki pengaruh kecil terhadap anggota lainnya. Contohnya, kelompok formal seperti asosiasi profesi, himpunan alumni atau berbentuk kelompok informal seperti kelompok arisan, kelompok rukun warga, teman bermain tenis dan sebagainya.

c. Kelompok aspirasi dan disosiasi

Kelompok aspirasi adalah kelompok yang memperlihatkan keinginan untuk mengikuti norma, nilai maupun perilaku dari orang lain yang dijadikan kelompok acuanya. Anggota dari kelompok aspirasi

berusaha membuat asosiasi dengan orang lain yang dijadikan acuannya dengan bersikap dan berperilaku yang sama dengan orang tersebut. Anggota kelompok aspirasi tidak harus menjadi anggota dari kelompok acuannya, atau antar anggota kelompok aspirasi tidak harus terikat dan saling berkomunikasi. Anak-anak muda senang meniru perilakunya. Anak-anak muda ini disebut sebagai kelompok aspirasi, sedangkan selebriti Amerika sebagai kelompok acuannya.

Kelompok disosiasi adalah seseorang atau kelompok yang berusaha untuk menghindari asosiasi dengan kelompok acuan. Contohnya, para anggota partai keadilan selalu menunjukkan ketertiban dalam berdemonstrasi, yang sangat berbeda dengan perilaku demo dari kelompok lainnya. Partai keadilan berusaha membuat citra yang berbeda dari kelompok lain. partai keadilan bisa dianggap sebagai kelompok disosiasi.

## **2. Pengaruh kelompok acuan**

### **a. Pengaruh normatif**

Pengaruh normatif adalah pengaruh dari kelompok acuan terhadap seseorang melalui norma-norma sosial yang harus dipatuhi dan diikuti.

Pengaruh ini akan semakin kuat bila terapat :

- 1) Tekanan kuat untuk mematuhi norma-norma yang ada
- 2) Penerimaan sosial sebagai motivasi kuat

3) Produk jasa yang dibeli akan terlihat sebagai symbol dari norma sosial.

Seorang konsumen memiliki motivasi kuat untuk mengikuti perilaku kelompok acuanya karena adanya keinginan untuk diterima oleh kelompok acuanya.

b. Pengaruh ekspresi nilai

Seseorang konsumen akan membeli kendaraan mewah dengan tujuan agar orang lain bisa memandangnya sebagai orang yang sukses atau kendaraan tersebut dapat meningkatkan citra dirinya. Konsumen tersebut merasa bahwa orang-orang yang memiliki kendaraan mewah akan dihargai dan dikagumi oleh orang lain. Konsumen memiliki pandangan bahwa orang lain menilai kesuksesan seseorang dicirikan oleh pemilikan kendaraan mewah, karena itu ia berusaha memiliki kendaraan tersebut agar bisa dipandang sebagai orang yang telah sukses.

c. Pengaruh informasi dan pengalaman

Orang yang mempunyai pengalaman langsung dengan produk atau jasa, atau dengan mudah dapat memperoleh informasi yang lengkap mengenai hal tersebut, kecil kemungkinan dipengaruhi oleh nasihat atau teladan orang lain. sebaliknya seseorang yang sedikit atau sama sekali tidak mempunyai pengalaman dengan suatu produk atau jasa dan tidak mengharapkan untuk memperoleh informasi yang obyektif mengenai hal itu misalnya seseorang percaya bahwa iklan mungkin menyesatkan

atau memperdayakan akan lebih mencari informasi, nasihat atau teladan dari orang-orang lain.

### 3. Faktor yang mempengaruhi kekuatan pengaruh kelompok acuan

Besar kecilnya pengaruh yang diberikan oleh kelompok acuan terhadap perilaku individu biasanya tergantung dari sifat-sifat dasar individu, produk yang ditawarkan, juga faktor-faktor sosial yang spesifik.

Adapun faktor yang mempengaruhi yang mempengaruhi tersebut antara lain :<sup>31</sup>

- a. Informasi tentang produk dan pengalaman menggunakan produk tersebut. Seseorang yang telah memiliki pengalaman langsung dengan produk atau jasa memperoleh informasi lengkap tentang hal itu.
- b. Kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan kelompok acuan. Sebuah kelompok acuan yang dianggap kredibel, menarik, atau kuat dapat menginduksi sikap konsumen dan perubahan perilaku. Contohnya, ketika konsumen memperhatikan dengan memperoleh informasi yang akurat tentang kinerja atau kualitas suatu produk atau jasa mereka akan dipengaruhi oleh orang-orang yang mereka anggap sebagai orang yang terpercaya.
- c. Sifat produk yang menonjol secara visual atau verbal. Produk yang menonjol secara visual maupun verbal adalah produk-produk yang

---

<sup>31</sup>Andari Isnadiah, "Pengaruh Kelompok Acuan terhadap Keputusan Pembelian", (makalah tidak diterbitkan, 2015), sumber : [andariisnadiyah.wordpress.com/2015/01/04/pengaruh-kelompok-acuan-terhadap-keputusan-pembelian](http://andariisnadiyah.wordpress.com/2015/01/04/pengaruh-kelompok-acuan-terhadap-keputusan-pembelian) diakses Selasa, 02 Mei 2017 pukul 20:50 WIB

dikonsumsi didepan umum dan juga produk yang eksklusif seperti barang-barang mewah.

- d. Dampak kelompok acuan terhadap produk dan pilihan merek terutama yang menyangkut *reward power* dan *social power*.
- e. Besar kecilnya resiko yang dipersepsi konsumen bila mereka menggunakan produk tersebut. Semakin besar resiko yang dipersepsi maka semakin besar pula pengaruh kelompok acuan yang sengaja dicari. Orang yang ingin menjadi anggota dari bank syariah akan bertanya dan terus mencari informasi karena dia mempersepsi resiko dan keuntungan yang ia dapatkan saat ia menjadi anggota dari suatu bank syariah.

#### **4. Kelompok Acuan yang terkait dengan Konsumen**

- a. Kelompok persahabatan

Kelompok persahabatan secara khas diklasifikasikan sebagai kelompok informal karena biasanya tidak terstruktur dan kurang mempunyai tingkat kewenangan yang khusus. Dari segi pengaruh relative, sesudah keluarga, teman-teman yang paling mungkin mempengaruhi keputusan pembelian individu. Teman-teman memenuhi berbagai macam kebutuhan, memberikan kebersamaan, rasa aman, dan kesempatan pada individu untuk membicarakan berbagai masalah yang enggan dibicarakan dengan anggota keluarga. Persahabatan merupakan tanda

kematangan dan kebebasan karena menggambarkan pelepasan diri dari keluarga dan membentuk berbagai ikatan sosial dengan dunia luar.

b. Kelompok belanja

Kelompok belanja merupakan dua orang individu atau lebih yang berbelanja bersama-sama baik berbelanja makanan, pakaian, atau hanya untuk melewatkan waktu. Kelompok belanja bisa merupakan kelompok persahabatan atau keluarga namun bisa juga orang lain yang bertemu di toko untuk membeli produk bersama. Seseorang sering membawa teman atau saudara ketika belanja, tujuan membawa teman bisa bermacam-macam. Pertama adalah tujuan sosial yaitu untuk menikmati kebersamaan dengan saudara atau teman dan kedua adalah untuk mengurangi resiko salah dalam membeli produk.

c. Kelompok kerja

Konsumen yang telah bekerja akan menghabiskan waktunya 35 sampai 40 jam ditempat kerja. Ia akan berinteraksi dengan teman-teman sekerjanya baik dalam tim kecil maupun teman kerja lainnya dari bagian lain. interaksi yang sering dan intensif memungkinkan teman-teman sebagai kelompok kerja mempengaruhi perilaku konsumen dan pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk jasa dan pemilihan merek. Adapun kelompok kerja terbagi menjadi :

1) Kelompok kerja formal

Kelompok kerja yang bekerja sebagai satu tim yang dibentuk oleh perusahaan.

## 2) Kelompok kerja informal

Kelompok kerja yang terdiri dari orang-orang yang bekerja diperusahaan yang sama. Kelompok kerja informal akan saling terbentuk saat makan siang, kegiatan sosial atau pulang bersama.

### d. Kelompok atau masyarakat maya

Kelompok ini muncul karena perkembangan teknologi digital dan internet. Dengan kemajuan teknologi seperti internet memberikan dan mempermudah masyarakat untuk mengakses situs-situs informasi dan interaksi sosial yang lebih luas melalui jaringan internet dengan tidak dibatasi oleh waktu dan tempat baik batas kota, provinsi, atau negara.

### e. Kelompok aksi konsumen

Kelompok ini muncul sebagai reaksi terhadap gerakan konsumen. Sekarang ini terdapat banyak sekali kelompok sejenis yang dimaksudkan untuk member bantuan pada konsumen dalam usaha mereka mengambil keputusan pembelian yang tepat, menggunakan produk dan jasa dengan cara yang sehat dan bertanggung jawab, dan biasanya menambah kualitas hidup mereka secara keseluruhan. Tujuan yang mendasari kebanyakan kelompok aksi konsumen adalah untuk memberikan tekanan yang cukup pada para anggota komunitas bisnis yang dipilih agar memperbaiki penyalahgunaan yang dirasakan oleh konsumen.

## **D. Keputusan Konsumen**

Suatu keputusan (*decision*) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan. Pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan (*choice*), yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.<sup>32</sup> Adapun pandangan mengenai pengambilan keputusan konsumen yaitu :

### **1. Pandangan Ekonomi**

Pengambilan keputusan konsumen harus bersifat rasional. Perilaku rasional dalam pandangan ekonomi seseorang harus mengetahui semua alternative produk yang tersedia, mampu memeringkat alternatif secara tepat dari sudut keuntungan dan kergiannya serta mampu mengenali satu alternatif yang terbaik.

### **2. Pandangan Pasif**

Pandangan pasif memiliki pandangan bahwa konsumen dianggap sebagai pembeli yang selalu mengikuti kata hati dan irasional, siap menyerah kepada tujuan dan kekuasaan pemasar.

---

<sup>32</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen ...*, hal. 413-415

### **3. Pandangan Kognitif**

Pandangan ini beranggapan bahwa konsumen merupakan pemecah masalah dengan cara berfikir. Konsumen sering digambarkan sebagai mau menerima maupun dengan aktif mencari produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan mereka dan memperkaya kehidupan mereka.

### **4. Pandangan Emosional**

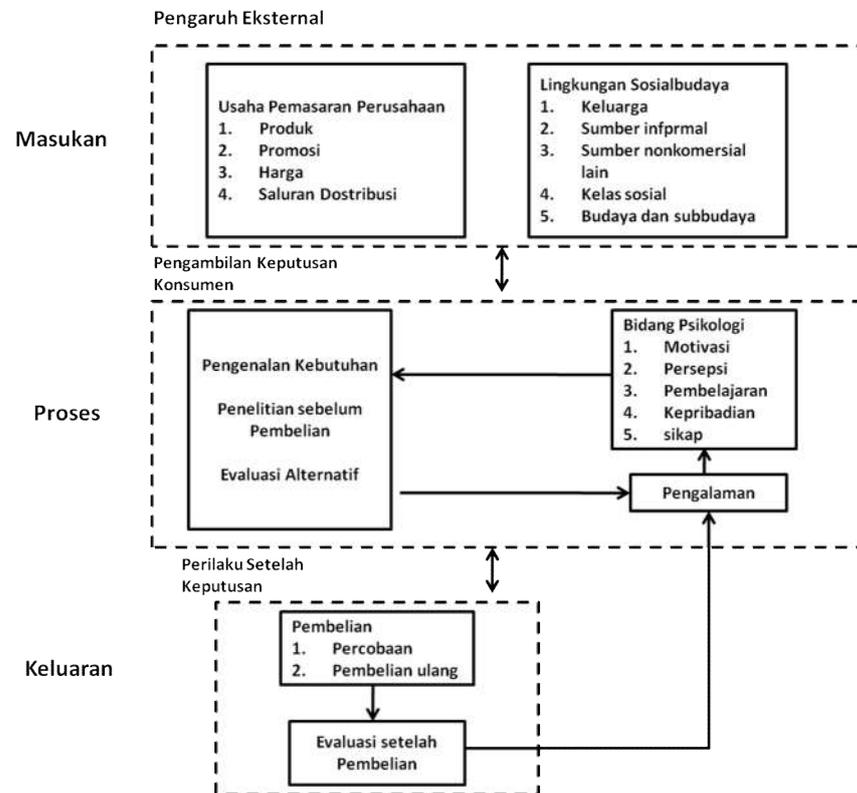
Pandangan ini merupakan pandangan yang menyadari adanya pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh faktor emosional atau impulsive (menurut desakan hati), faktor ini merupakan hal yang penting dalam pengambilan keputusan. Saat konsumen menghubungkan perasaan yang mendalam atau emosi seperti kegembiraan, kekawatiran, kasih sayang dan sebagainya.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Leon Shiffman dan Leslie Lazar Kanuk, perilaku konsumen..., hal.487- 490

Gambar 2.1

### Model Pengambilan Keputusan Konsumen



Sumber : Leon Shiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*

Model pengambilan keputusan konsumen pada gambar 2.1 merupakan model keputusan konsumen yang dikemukakan oleh Schiffman dan Kanuk<sup>34</sup>

Komponen input merupakan pengaruh-pengaruh eksternal sebagai sumber informasi tentang produk tertentu dan mempengaruhi nilai yang berhubungan dengan produk, sikap dan perilaku konsumen. Input yang utama adalah kegiatan-kegiatan bauran pemasaran dan pengaruh-pengaruh sosial-budaya.

<sup>34</sup> Leon Shiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen ...*, hal.492-493

Input pemasaran merupakan aktivitas-aktivitas pemasaran yang merupakan usaha-usaha langsung untuk menjangkau, menginformasikan dan membujuk konsumen agar membeli dan menggunakan produk tertentu. Usaha-usaha tersebut meliputi bauran pemasaran yaitu, *product, price, place, promotion*. Pengaruh sosial budaya adalah lingkungan sosial budaya yang meliputi keluarga, sumber informal, sumber non komersial, kelas sosial, budaya dan subbudaya.<sup>35</sup>

Komponen proses memperhatikan bagaimana konsumen membuat keputusan-keputusan. Untuk dapat mengerti proses, harus dipahami beberapa konsep psikologi terkait. Area psikologis adalah pengaruh internal yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen. Pengaruh-pengaruh internal tersebut adalah motivasi, pembelajaran, persepsi, kepribadian, dan sikap.<sup>36</sup>

Komponen output menunjukkan pada dua macam kegiatan pasca keputusan yang saling berhubungan erat, yaitu perilaku beli dan evaluasi pasca beli. Perilaku beli adalah konsumen membuat dua tipe pembelian yaitu pembelian coba dan pembelian ulang. Evaluasi pasca beli adalah pengurangan ketidakpastian atau keragu-raguan yang dirasakan konsumen oleh konsumen terhadap seleksi yang dilakukannya.<sup>37</sup>

Teori Seth bermula dari beberapa partisipan yaitu pembeli, ahli teknik, pemakaian yang memiliki tingkah laku tersendiri seperti halnya model Howard-

---

<sup>35</sup> *Ibid.*, hal. 494-495

<sup>36</sup> *Ibid.*, hal. 495-496

<sup>37</sup> *Ibid.*, hal. 497

Seth untuk perilaku pembelian konsumen, tindakan-tindakan pembeli sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti:<sup>38</sup>

1. Pendidikan konsumen
2. Corak Kehidupan konsumen
3. Orientasi konsumen
4. Kepuasan terhadap pembelian sebelumnya.

Menurut Kotler faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan adalah:<sup>39</sup>

1. Faktor Budaya, yaitu meliputi budaya (penentu keinginan dan perilaku yang mendasar), sub-budaya (bangsa, agama, suku, daerah), dan kelas sosial.
2. Faktor Sosial, perilaku seorang konsumen dipengaruhi faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan status.
3. Faktor Pribadi, merupakan faktor pribadi (usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep-diri pembeli).
4. Faktor Psikologis, faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan pendirian.

---

<sup>38</sup> Basu Swasta DH, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2005), hal. 105

<sup>39</sup> Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Buku Seru, 2015)

## **E. BMT (Baitul Maal wat Tamwil)**

### **1. Pengertian BMT (Baitul Maal wat Tamwil)**

BMT (*Baitul maal wat tamwil*) atau padanan kata balai usaha mandiri terpadu adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dan kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin.<sup>40</sup>

Secara konseptual, BMT memiliki dua fungsi yaitu baitut tamwil dan baitul maal. Baitut tamwil (*bait: rumah, at-tamwil : pengembangan harta*) melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil terutama dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Sedangkan fungsi baitul maal (*bait: rumah, maal: harta*) menerima titipan dana zakat, infaq, dan shodaqoh serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

---

<sup>40</sup> Fitri Nurhartati dan Ika Saniyati Rahmanyah, *Koperasi Syariah*, (Surakarta: PT Era Adicitra Intermedia, 2012) hal. 49.

## 2. Sejarah BMT (Baitul Maal wat Tamwil)

Munculnya BMT berawal dari persepsi sistem bunga dengan pelarangan riba dalam Al-Qur'an dan hadist dimana terdapat dalam beberapa firman Allah swt :

### a. QS. Al-Baqarah ayat 276

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ



*“Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa.”<sup>41</sup> (QS. Al-Baqarah: 276)*

### b. QS. Ali-Imran ayat 130

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً  
وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

*“Hai orang-orang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda, dan bertaqwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapatkan keberuntungan.”<sup>42</sup> (QS. Ali-Imran: 130)*

<sup>41</sup> Diterjemahkan oleh Mujamma' Malik Fahd Li Thiba'at Al Mush haf Asysyarif di Medina Al-Munawwarah, hal. 69

<sup>42</sup> *Ibid.*, hal. 97

c. QS. Ar Ruum ayat 39

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِندَ اللَّهِ  
وَمَا آتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ



*“Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).”<sup>43</sup> (QS. Ar Ruum: 39)*

Dari beberapa ayat inilah yang menimbulkan bermunculannya keraguan mengenai kehalalan untuk masalah bunga ini karena bank dan koperasi konvensional masih menggunakan bunga sebagai akad dan perhitungan akuntansinya.

Sistem keuangan bebas riba pertama kali terdapat di desa Mith Gramer, tepi sungai Nil Mesir yang didirikan oleh DR. Abdul Hamid An Naghar pada tahun 1969. Kelahiran bank ini telah mengilhami diadakannya konferensi ekonomi islam yang pertama di Mekkah pada tahun 1975. Namun, keberlangsungan dari bank ini harus berakhir karena permasalahan manajemen. Baru setelah dua tahun, muncullah bank Pembangunan Islam (*Islamic Development Bank/IDB*).

Berdirinya IDB tersebut berdasarkan atas usulan dari Mesir dan negara-negara anggota OKI dan pada tahun 1975, pada sidang menteri luar

---

<sup>43</sup> *Ibid.*, hal. 647

negeri negara-negara anggota OKI telah terjadi kesepakatan tentang pendirian Bank Islam Internasional dengan nama *Islamic Development Bank* (IDB) dan resmi berdiri pada tanggal 20 Oktober 1975. Tujuan dari berdirinya bank ini adalah untuk memupuk semangat negara-negara anggota OKI dan masyarakat pada umumnya untuk mengembangkan sistem perekonomian syariah baik secara mandiri maupun bersama-sama.

Di Indonesia sendiri mulai berdiri bank syariah pertama yaitu bank Muamalat Indonesia (BMI) pada 1 November 1991 dan mulai beroperasi pada September 1992. Keberadaan BMI saat itu memang belum mendapatkan perhatian yang luas namun dengan sangat mengejutkan BMI mampu lolos dari krisis ekonomi yang saat itu melanda Indonesia yang mana telah menyebabkan bank-bank yang beroperasi secara konvensional harus terliquidasi. Dengan adanya peristiwa ini, memunculkan lembaga-lembaga keuangan konvensional berbondong-bondong untuk mendirikan lembaga sejenis yang berdasarkan pada prinsip syariah seperti Bank BNI yang membuka BNI syariah dan sebagainya.

BMI yang mempunyai suatu tujuan yang mulia untuk membantu kalangan bawah (pengusaha kecil) terbentur pada peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang prosedur perbankan. Dalam hal ini usaha mikro tidak termasuk pada prosedur perbankan.

Kemudian untuk membantu ekonomi bawah yang merupakan tujuan dari BMI, maka ada langkah yang ditempuh untuk menjawab permasalahan ini seperti :<sup>44</sup>

- a. Pertama kalinya mencoba untuk mendirikan Bank Perkereditan Rakyat Syariah (BPRS). Pendirian BPRS ini ternyata belum sesuai dengan tujuan semula karena dengan kata perkereditan sebenarnya tidak pas dengan konsep lembaga keuangan syariah.
- b. Karena pendirian BPRS belum dapat menjawab permasalahan yang ada maka langkah selanjutnya adalah membentuk koperasi syariah yang tidak lain juga adalah BMT (*Baitul Maal Wat Tamwil*).

### 3. Fungsi BMT (Baitul Maal wat Tamwil)

Fungsi utama dari Koperasi Syariah atau BMT ini antara lain sebagai berikut :<sup>45</sup>

- a. Penghimpun dana (*funding*)

Prinsip simpanan BMT atau Koperasi Syariah antara lain :

- 1) Prinsip wadiah

Wadiah terdapat dua jenis yaitu *wadi'ah amanah* dan *wadi'ah yad dhomanah*. *Wadiah amanah* adalah penitipan barang atau uang tetapi BMT tidak memiliki hak untuk mendaya gunakan titipan tersebut. Karena sifatnya adalah titipan, maka pihak yang menitipkan barang terkena biaya yang ditentukan atas jasa lembaga keuangan yang diberi

---

<sup>44</sup> *Ibid.*, hal.25

<sup>45</sup> *Ibid.*, hal. 16-30

amanah. Hal tersebut merupakan imbalan atas pengamanan, pemeliharaan dan administrasinya. Sedangkan akad *wadi'ah yad dhomanah* merupakan akad penitipan barang atau uang kepada BMT, namun BMT memiliki hak untuk mendayagunakan dana tersebut. Atas akad ini deposan akan mendapatkan imbalan berupa bonus yang besarnya sangat tergantung dengan kebijakan manajemen BMT.

## 2) Prinsip *Mudhorobah*

Prinsip *mudhorobah* merupakan akad kerjasama modal dari pemilik dana (*shohibul maal*) dengan pengelola dana atau pengusaha (*mudhorib*) atas dasar bagi hasil.

## b. Pembiayaan (*Financing*)

### 1) Pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli

Pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli merupakan penyediaan barang modal maupun investasi untuk pemenuhan kebutuhan modal kerja maupun investasi. Atas transaksi ini BMT akan memperoleh sejumlah keuntungan. Pembiayaan ini bersifat jual beli maka transaksi ini harus memenuhi syarat dan rukun dari jual beli.

Pembiayaan dengan prinsip jual beli bila dilihat dari cara pengembaliannya dapat dibagi menjadi dua yaitu *bai' muajjal* atau *bai' bitsaman ajil* dan *bai' al murabahah*.

*Bai' muajjal* atau *bai' bitsaman ajil* merupakan sistem pengembalian pembiayaan dengan mengembalikan harga pokok dan keuntungannya dengan cara mengangsur sesuai dengan jangka waktu yang telah

ditetapkan. *Bai' al murabahah* merupakan sistem pengembalian pembiayaan setelah jatuh tempo namun keuntungan dapat diminta setiap bulan atau sekaligus dengan harga pokoknya.

Dilihat dari pemanfaatannya sistem jual beli ini dibagi menjadi:

a) Jual beli *murobahah*

*Murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal (harga perolehan) dengan tambahan keuntungan (margin) yang disepakati oleh kedua belah pihak (Penjual dan Pembeli). Karakteristiknya adalah penjual harus memberitahu berapa harga produk yang dibeli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.

b) *Bai' salam*

Akad pembelian (jual-beli) yang dilakukan dengan cara, pembeli melakukan pemesanan pembelian terlebih dahulu atas barang yang dipesan atau diinginkan dan melakukan pembayaran di muka atas barang tersebut, baik dengan cara pembayaran sekaligus ataupun dengan cara mencicil, yang keduanya harus diselesaikan pembayarannya (dilunasi) sebelum barang yang dipesan atau diinginkan diterima kemudian. (Pengantaran barang atau *delivery* dilakukan dengan cara ditangguhkan).

c) *Bai' istisna*

*Istishna* adalah akad bersama pembuat (produsen) untuk suatu pekerjaan tertentu dalam tanggungan, atau akad jual beli suatu barang yang akan dibuat terlebih dahulu oleh pembuat (produsen)

yang juga sekaligus menyediakan kebutuhan bahan baku barangnya. Jika bahan baku disediakan oleh pemesan, akad ini menjadi akad *ujrah* (Upah).

## 2) Pembiayaan dengan prinsip kerjasama (*Partnership*)

### a) Pembiayaan *mudhorobah*

*Mudharabah* adalah akad kerjasama usaha atau perniagaan antara BMT sebagai pihak yang menyediakan modal dana sebesar 100% dengan nasabah, untuk diusahakan dengan porsi keuntungan akan dibagi bersama (nisbah) sesuai dengan kesepakatan di muka dari kedua belah pihak. Sedangkan kerugian (jika ada) akan ditanggung nasabah, kecuali jika ditemukan adanya kelalaian atau kesalahan oleh pihak BMT, seperti penyelewengan, kecurangan, dan penyalahgunaan dana.

### b) Pembiayaan *musyarokah*

Pembiayaan *Musyarakah* (*syirkah*), adalah suatu bentuk akad kerjasama perniagaan antara beberapa pemilik modal (BMT) untuk menyertakan modalnya dalam suatu usaha, di mana masing-masing pihak mempunyai hak untuk ikut serta dalam pelaksanaan manajemen usaha tersebut. Keuntungan dibagi menurut proporsi penyertaan modal atau berdasarkan kesepakatan bersama. *Musyarakah* dapat diartikan pula sebagai pencampuran dana untuk tujuan pembagian keuntungan.

### 3) Pembiayaan dengan prinsip jasa

#### a) *Al wakalah* atau wakil

*Wakalah* atau *wikalah* berarti penyerahan, pendelegasian maupun pemberian mandat atau amanah. Dalam kontrak BMT, *al-wakalah* berarti BMT menerima amanah dari investor yang akan menanamkan modalnya kepada nasabah. Atas jasa ini, BMT dapat menerapkan *fee* manajemen. Besarnya *fee* tergantung dengan kesepakatan bersama (*antarrodhim minkum*).

#### b) *Kafalah* atau garansi

*Kafalah* berarti jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada pihak lain untuk memenuhi kewajibannya kepada pihak yang ditanggung. Dalam praktiknya BMT dapat berperan sebagai penjamin atas transaksi bisnis yang dijalankan oleh anggotanya. Rekan bisnis anggota dapat semakin yakin akan kemampuan anggota BMT tersebut dalam memenuhi pesanan atau membayar sejumlah dana yang terhutang. Atas dasar penjaminan ini, BMT dapat menerapkan sejumlah *fee* manajemen yang besarnya tergantung dengan kesepakatan

#### c) *Al hawalah* atau pengalihan piutang

*Hawalah* berarti pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada si penanggung.

d) *Ijarah*

*Ijarah* adalah pemilikan hak atas manfaat dari penggunaan sebuah asset sebagai ganti pembayaran. Pengertian Sewa (*Ijarah*) adalah sewa atas manfaat dari sebuah asset, sedangkan sewa-beli (*Ijarah wan Iqtina*) atau disebut juga *Ijarah Muntahiya bi tamlik* adalah sewa yang diakhiri dengan pemindahan kepemilikan.

e) *Ar Rahn* (gadai)

*Ar Rahn* Adalah menahan salah satu harta milik sipeminjam sebagai jaminan atas harta yang diterimanya. Menurut Bank Indonesia *rahn* adalah akad penyerahan barang/harta (*marhum*) dari nasabah (*rahin*) kepada bank (*murtahin*) sebagai jaminan sebagian atau seluruh hutang.

f) *Al Qord*

Pinjaman Kebajikan (*Qardh*) adalah jenis pembiayaan melalui peminjaman harta kepada orang lain tanpa mengharapkan imbalan. Dalam literatur Fiqh, *qardh* dikategorikan sebagai akad *tathawwu* yaitu akad saling membantu dan bukan transaksi komersial. Dalam rangka mewujudkan tanggung-jawab sosial, Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah. Koperasi dapat memberikan fasilitas yang disebut *al-qardhul hasan*, yaitu penyediaan pinjaman dana kepada pihak yang layak untuk mendapatkannya. Secara syariah peminjamn hanya berkewajiban membayar kembali pokok pinjamannya, walaupun syariah

mbolehkan peminjam untuk memberikan imbalan sesuai kerelaannya, tetapi Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah pemberi qardh tidak diperkenankan untuk meminta imbalan apapun.

#### **D. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang menjadi landasan pada penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Nikmah Ro'aina.<sup>46</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas Islam terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan termasuk dalam jenis penelitian deskriptif asosiatif. Di dalam penelitian ini, data dihimpun melalui kuesioner yang disebarkan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya yang beragama Islam sebagai sampel sebesar 100 orang responden. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan alat analisis yang digunakan meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yakni uji normalitas, analisis regresi sederhana, pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan bantuan program *SPSS for windows v. 19.0*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya. Dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa jika tingkat religiusitas muslim meningkat maka akan

---

<sup>46</sup> Nikmah Ro'aina, *Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya*, (Surabaya: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016)

meningkatkan pengambilan keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya. Perbedaan dengan penelitian yang sekarang adalah

Persamaan dalam penelitian ini adalah variabel bebas religiusitas dan variabel terikat keputusan menjadi nasabah bank syariah. Namun dalam penelitian ini lebih mengarah kepada lembaga keuangan mikro yaitu BMT. Perbedaan yang menonjol lain adalah alat analisis data. Dalam penelitian “Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya” ini menggunakan analisis regresi linier sederhana namun dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda karena variabel yang digunakan lebih dari dua variabel penelitian.

Selanjutnya penelitian yang dijadikan landasan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Desy Fatmawati<sup>47</sup> dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, religiusitas, dan informasi terhadap intensitas menabung di Bank Syariah. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan metode atau pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Wahid Hasyim dan Pengambilan sampelnya menggunakan teknik *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap intensitas menabung di bank syariah pada kalangan santri mahasiswa Pondok Pesantren Wahid Hasyim Sleman sedangkan

---

<sup>47</sup>Desy Fatmawati, *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi terhadap Intensitas Menabung di Bank Syariah pada Kalangan Santri Mahasiswa Pp. Wahid Hasyim di Sleman*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015)

religiusitas dan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas menabung di Bank Syariah pada kalangan santri mahasiswa Pondok Pesantren Wahid Hasyim Sleman.

Penelitian yang dilakukan oleh Dina Rahmawati<sup>48</sup> dengan tujuan menguji pengaruh Faktor Promosi, Lokasi, Religiusitas, Pelayanan, dan Reputasi terhadap Keputusan Anggota Menyimpan Dana di BMT HIRA Cabang Tanon Surakarta. Penelitian ini bersifat kuantitatif inferensial dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota simpanan di BMT HIRA dengan sampel sebanyak 100 orang anggota. Teknik yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini adalah regresi berganda dengan hasil bahwa faktor promosi, lokasi, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menyimpan dana di BMT HIRA Tanon sedangkan faktor religiusitas dan reputasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menyimpan dana di BMT HIRA Tanon.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Supriyanto<sup>49</sup> yang bertujuan untuk menguji pengaruh tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan terhadap motivasi menjadi nasabah koperasi simpan pinjam syariah yaitu koperasi simpan pinjam syariah (BMT) Sidogiri yang berada di kabupaten Pasuruan Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan variasi metode korelasional antara variabel yang dilibatkan dalam

---

<sup>48</sup> Dina Rahmawati, *Pengaruh Faktor Promosi, Lokasi, Religiusitas, Pelayanan, dan Reputasi terhadap Keputusan Anggota Menyimpan Dana di BMT Hira Cabang Tanon*, (Surakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016)

<sup>49</sup> Supriyanto, "Pendidikan Pendapatan dan Motivasi menjadi Nasabah", dalam *Jurnal Penelitian Universitas Kanjuruhan Malang*, JPPI Jilid 6 Nomor 1 edisi Februari, 2012

penelitian dan supaya mendapatkan informasi yang lengkap mengenai kaitan diantara variabel-variabel yang diteliti.

Dari penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi menjadi nasabah pada BMT Sidogiri Pasuruan. Temuan penelitian ini menginformasikan bahwa tingkat pendidikan nasabah mempunyai kaitan yang positif terhadap tingkat pendapatannya. Dengan demikian tingkat pendidikan nasabah akan membentuk motivasi nasabah yang menunjukkan suatu tindakan yang berdampak positif bagi kinerja BMT Sidogiri. Bentuk tindakan tersebut dapat berwujud keinginan menabung, meminjam, bekerja sama dengan BMT. Pemberian motivasi oleh pimpinan BMT yang disertai dengan tingkat pendidikan nasabah yang baik, akan sangat mempengaruhi motivasi nasabah secara optimal. Tingkat pendidikan nasabah akan mempengaruhi tingkat pendapatan dalam menabung di BMT Sidogiri.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Julia<sup>50</sup> dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh faktor sosial dan tingkat pendidikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT SAHARA Tulungagung. Penelitian ini menggunakan metode analisis berganda dengan hasil bahwa variabel faktor sosial konsumen mempengaruhi keputusan menjadi nasabah BMT SAHARA Tulungagung dengan tingkat signifikan sebesar 0,009 dengan tingkat kepercayaan 95% sedangkan faktor tingkat pendidikan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT SAHARA Tulungagung.

---

<sup>50</sup> Nurul Julia, *Pengaruh Faktor Sosial dan Tingkat Pendidikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BMT Sahara Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi IAIN Tulungagung, 2014)

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Utami<sup>51</sup> dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari faktor Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin dengan populasi seluruh nasabah bank syariah di Kota Banjarmasin dengan sampel sebanyak 100 responden. Analisis penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan hasil bahwa religiusitas, kelompok acuan dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Astik Tarikotillah<sup>52</sup> dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, kelompok acuan, motivasi, dan lokasi bank terhadap keputusan masyarakat muslim Kota Surakarta melakukan pembiayaan di bank syariah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi masyarakat muslim kota Surakarta dengan sampel sebanyak 100 orang responden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan hasil bahwa pengetahuan, kelompok acuan, motivasi, dan lokasi bank berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim Kota Surakarta melakukan pembiayaan di bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Madina Salamah.<sup>53</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor perilaku konsumen terhadap keputusan

---

<sup>51</sup> Wahyu Utami, Marijati Sangen dan M. Yudy Rachman, "Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin", *Jurnal Wawasan Manajemen*, vol. 3 Nomor 1 Februari 2015

<sup>52</sup> Astik Tarikotillah, *Pengaruh Faktor Pengetahuan, Kelompok Acuan, Motivasi, dan Lokasi Bank terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah Studi Kasus pada Masyarakat Muslim di Kota Surakarta*, (Surakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017)

<sup>53</sup> Ummi salamah, *Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan menjadi Nasabah di Bank Madina Syariah Yogyakarta*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016)

menjadi nasabah di Bank Madina Syariah Yogyakarta dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan data kuantitatif berupa perilaku konsumen. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah probability sampling dan pengumpulan data menggunakan angket, wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan dalam analisis ini adalah analisis deskriptif responden, analisis deskriptif variabel, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Penelitian ini memiliki kesimpulan bahwa faktor perilaku konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Madina Yogyakarta. Adapun menurut hasil uji parsial dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya dan faktor pribadi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Madina Yogyakarta sedangkan faktor sosial dan faktor pribadi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Madina Yogyakarta.

Secara garis besar, persamaan penelitian ini adalah variabel terikat dalam penelitian ini yaitu meneliti mengenai keputusan menjadi nasabah bank syariah meski dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis lebih memfokuskan pada lembaga keuangan syariah mikro yaitu BMT (*Baitul Maal wat Tamwil*). Meskipun penelitian ini memiliki persamaan dalam salah satu atau salah dua dari variabel bebas yang digunakan, peneliti lebih memfokuskan pada salah satu faktor sosial yaitu kelompok acuan atau kelompok referensi, religiusitas dan tingkat pendidikan.

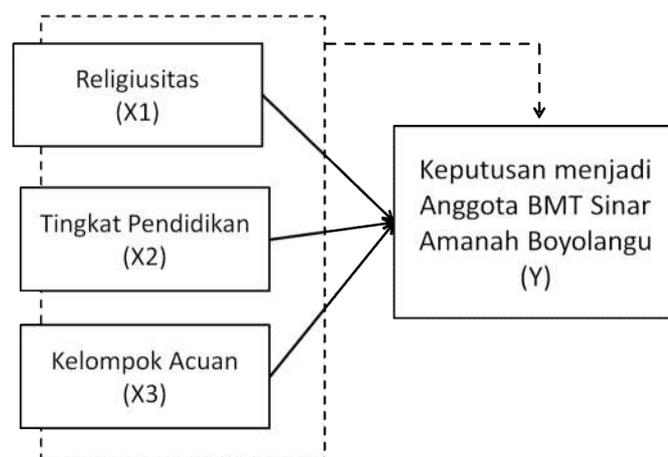
Sedangkan Perbedaan yang menonjol lain adalah alat analisis data. Dalam penelitian “Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya” ini menggunakan analisis regresi linier sederhana namun dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda karena variabel yang digunakan lebih dari dua variabel penelitian.

### E. Kerangka Teori

Kerangka berfikir merupakan gambaran tentang hubungan antara variabel dalam suatu penelitian yang diuraikan oleh jalan pikiran secara logis (*logical construct*).<sup>54</sup> Garis besar penelitian ini membahas mengenai pengaruh dari faktor religiusitas, tingkat pendidikan dan kelompok acuan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung.

**Gambar 2.2**

**Gambar Paradigma Penelitian**



<sup>54</sup> Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA), hal. 75

Keterangan :

—► : Pengaruh secara sendiri-sendiri (Parsial)

----► : Pengaruh secara bersama-sama (simultan)

1. Pengaruh variabel religiusitas ( $X_1$ ) terhadap Keputusan menjadi anggota BMT (Y) didukung dari penelitian yang dilakukan oleh Nikmah Ro'aina<sup>55</sup>, Desy Fatmawati<sup>56</sup>, dan Dina Rahmawati<sup>57</sup>.
2. Pengaruh variabel tingkat pendidikan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan menjadi anggota BMT (Y) didukung dari penelitian yang dilakukan oleh Supriyanto<sup>58</sup> dan Nurul Julia<sup>59</sup>.
3. Pengaruh variabel kelompok acuan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan menjadi anggota BMT (Y) didukung dari penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Utami<sup>60</sup>, Astik Tarikotillah<sup>61</sup> dan Madina Salamah<sup>62</sup>.

---

<sup>55</sup> Nikmah Ro'aina, *Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya*, (Surabaya: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016)

<sup>56</sup>Desi Fatmawati, *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi terhadap Intensitas Menabung di Bank Syariah pada Kalangan Santri Mahasiswa Pp. Wahid Hasyim di Sleman*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015)

<sup>57</sup> Dina Rahmawati, *Pengaruh Faktor Promosi, Lokasi, Religiusitas, Pelayanan, dan Reputasi terhadap Keputusan Anggota Menyimpan Dana di BMT Hira Cabang Tanon*, (Surakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016)

<sup>58</sup> Supriyanto, "Pendidikan Pendapatan dan Motivasi menjadi Nasabah", dalam *Jurnal Penelitian Universitas Kanjuruhan Malang*, JPPI Jilid 6 Nomor 1 edisi Februari, 2012

<sup>59</sup> Nurul Julia, *Pengaruh Faktor Sosial dan Tingkat Pendidikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BMT Sahara Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi IAIN Tulungagung, 2014)

<sup>60</sup> Wahyu Utami, Marijati Sengen dan M. Yudy Rachman, "Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin", *Jurnal Wawasan Manajemen*, vol. 3 Nomor 1 Februari 2015

<sup>61</sup> Astik Tarikotillah, *Pengaruh Faktor Pengetahuan, Kelompok Acuan, Motivasi, dan Lokasi Bank terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah Studi Kasus pada Masyarakat Muslim di Kota Surakarta*, (Surakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017)

<sup>62</sup> Ummi salamah, *Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan menjadi Nasabah di Bank Madina Syariah Yogyakarta*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016)

## F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan proporsi atau hubungan antara dua atau lebih konsep atau variabel (generalisasi konsep) yang harus diuji kebenarannya melalui penelitian empiris.<sup>63</sup> Berdasarkan penelitian terdahulu dan kerangka konseptual diatas, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.  $H_0$ : tidak ada pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu  
 $H_a$ : Ada pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu
2.  $H_0$ : tidak ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu  
 $H_a$ : Ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu
3.  $H_0$ : tidak ada pengaruh yang signifikan antara kelompok acuan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu  
 $H_a$ : Ada pengaruh yang signifikan antara kelompok acuan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu

---

<sup>63</sup> Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hal. 46.

Hipotesa gabungan atau stimulant

1.  $H_0$ : tidak ada pengaruh yang signifikan antara religiusitas, tingkat pendidikan dan kelompok acuan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu.
2.  $H_a$ : Ada pengaruh yang signifikan antara religiusitas, tingkat pendidikan dan kelompok acuan terhadap terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu.