

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki peranan penting sebagai perantara keuangan di dalam perekonomian suatu negara. Selain sebagai tempat penyimpanan deposito, tabungan, giro dan sebagai tempat meminjam dana, saat ini bank menjadi sebuah lembaga yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat hampir diseluruh dunia. Diantara fungsi lain bank dalam dunia modern adalah sebagai penyedia layanan pembayaran belanja elektronik, tagihan telepon, tagihan listrik dan pembayaran lainnya yang belum pernah terbayangkan sebelumnya.¹

Menurut UU RI No. 10 Tahun 1998 tanggal 10 1998 tentang perbankan yang dimaksud dengan bank adalah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”. Dari pengertian diatas, dapat dipahami bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dibidang keuangan dan segala aktivitasnya selalu berkaitan dengan keuangan.²

Kini, perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang pesat dan menyebar ke banyak negara termasuk beberapa negara di Eropa. Diantaranya yaitu The Islamic Bank Internasional of Denmark tercatat sebagai bank syariah pertama di

¹ Agus Marimin et al., “Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 01, no. 02 (2015).

² Ibid.

Eropa yaitu Pada tahun 1983.³ Kini bank-bank besar dari negara-negara barat telah ikut serta mendirikan bank syariah diantaranya adalah Citybank, ANZ Bank, Chase Manhattan Bank dan Jardine Fleming yang telah membuka *Islamic Window* agar dapat memberikan jasa-jasa perbankan yang sesuai dengan syariat Islam.⁴

Perkembangan jaringan kantor perbankan syariah semakin pesat sebagai akibat dari meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk jasa dari bank syariah. Statistik Perbankan Syariah (SPS) yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia menunjukkan bahwa ada peningkatan jumlah jaringan kantor bank syariah bulan Desember 2017 sampai dengan bulan Desember 2018 yaitu mencapai 2.724 unit terdiri dari 1.875 unit Bank Umum Syariah, 354 unit Unit Usaha Syariah, dan 495 unit Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Namun dapat kita lihat juga perbandingan total asset yang masih sangat jauh dengan total asset konvensional per Desember 2018 yaitu total asset bank syariah sebesar 477.327 (dalam miliar) sedangkan total aset bank konvensional sebesar 7.751.655 (dalam miliar).⁵

Hal tersebut membuktikan memang adanya pertumbuhan dan perkembangan jaringan kantor bank syariah di Indonesia walaupun untuk total asset bank syariah jauh tertinggal dengan bank konvensional, sehinggalah ini mengakibatkan persaingan yang semakin tinggi dalam perbankan. Bagi nasabah hal tersebut membuat mereka

³ Syaakir Sofyan, "Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia," *Jurnal Bilancia* Vol.10, No. 2 (2016).

⁴ Ibid.

⁵ Fadhilatul Hasanah, "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah," *BALANCE Jurnal Akuntansi dan Bisnis* vol.4, no. 1 (2019).

lebih selektif dalam memilih bank-bank yang menjamur di Indonesia saat ini, sedangkan bagi bank syariah tantangan yang dihadapi tidak hanya pengenalan produk namun juga belum adanya inisiatif nasabah untuk menggeser preferensinya dari produk perbankan konvensional.⁶

Majelis Ulama Indonesia dalam fatwanya yaitu Fatwa No. 1 Tahun 2004 telah menyatakan bahwa suku bunga bank yang ada pada zaman ini sama dengan praktik Riba *Nasi'ah* karena telah memenuhi kriteria seperti yang dipraktikkan di zaman Rasulullah Shallallahu 'Alaihi Wasallam dan riba hukumnya adalah haram⁷, sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS Al-Baqarah [2] :275.

"...Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..."

Fatwa MUI diatas tidak hanya menjelaskan tentang bunga bank sama dengan riba, namun juga menjelaskan tentang bagaimana kita sebagai seorang muslim bermuamalah dengan lembaga keuangan. Fatwa tersebut menjelaskan bahwa bermuamalah dengan lembaga keuangan konvensional (contoh: Bank, Asuransi, Pegadaian, dan LKNB lainnya) tidak diperbolehkan jika terdapat lembaga keuangan syariah disekitar tempat tinggal. Bermuamalah dengan lembaga keuangan konvensional diperbolehkan apabila lembaga keuangan syariah tidak dapat dijangkau dengan mudah dan hal tersebut atas dasar daruriyah atau darurat.⁸

⁶ Ibid.

⁷ Zulfison, Puspita, and Rifki Tyanto, "Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi Dan Pengetahuan Terhadap Bank Syariah Pada Nasabah Bank Syariah DKI Jakarta," *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* Vol.5, no. 1 (2020).

⁸ Ibid.

Berdasarkan Pernyataan Keputusan Pemegang Saham di Luar Rapat PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan Nomor 2 tanggal 3 November 2009 dan Pengesahan Menteri Hukum dan Hak Azasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-56914.AH.01.02. Tahun 2009 tanggal 20 November 2009, maka Bank Sumsel berubah menjadi Bank Sumsel Babel dan Penyebutan Bank Sumsel Syariah menjadi Bank Sumsel Babel Syariah.⁹

Pada tanggal 10 Desember 2014 sesuai dengan upadating Buku Pedoman Organisasi Kantor Pusat dengan Nomor Intruks :452/DIR/INS/2014 tanggal 10 Desember 2014 indeks 3.017 Bab Pendahuluan Hal.Vii menyatakan bahwa terdapat pengembangan struktur organisasi Bank Sumsel Babel, semula Satuan yang disebut Unit Usaha Syariah berubah menjadi Divisi Usaha Syariah yang merupakan kesungguhan komitmen Direksi untuk mengembangkan operasional bisnis berbasis syariah agar dapat tumbuh dan berkembang secara terencana, fokus dan sesuai roadmap pengembangan bisnis syariah yang disarankan oleh pemegang saham dan regulator yang diharapkan dalam memberikan kontribusi optimal bagi pertumbuhan dan perkembangan pembangunan perekonomian daerah dan nasional dengan pencapaian (achievement) optimalisasi yang akan memberikan kontribusi positif bagi kemajuan dan perkembangan Bank Sumsel Babel Syariah.¹⁰

Sejalan dengan pengembangan organisasi tersebut dan berdasarkan surat penegasan OJK No.S-233/KO.5311/2014 tanggal 31 Desember 2014 tentang

⁹ Bank Sumsel Babel Syariah, "Sejarah Bank Sumsel Babel Syariah," 2021, <https://www.banksumselbabel.com/syariah/TentangKami?ID=1>.

¹⁰ Ibid.

Rencana Pemindahan Alamat Kantor Induk UUS, dilakukan pemindahan alamat kantor Induk UUS yang semula beralamatkan Jl. Letkol Iskandar No. 537 Palembang 30129 menjadi Jl. Gubernur H. Ahmad Bastari No. 7 Jakabaring Palembang.¹¹

Perkembangan bank syariah di Indonesia sendiri sudah mulai berkembang pesat. Berikut adalah perkembangan Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang dalam empat tahun terakhir:

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah
Kantor Cabang Palembang Tahun 2017-2020

No	Nasabah Tabungan	2017	2018	2019	2020
1	Kaffah	5.996	5.035	5.100	5.250
	Rofiqoh	45.733	50.903	42.710	47.872
	Tasbih	13.460	15.878	21.200	20.031
Jumlah Nasabah (Orang)		65.189	61.816	69.010	73.153

Sumber : Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang, 2021

Pada tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah nasabah tabungan pada Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang mengalami *fluktuatif*. Jumlah nasabah tabungan pada tahun 2017 adalah 65.189 nasabah dan tahun 2018 adalah 61.816. dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah nasabah tabungan dari tahun 2017 hingga tahun 2017 sebesar 3.373 nasabah. Selanjutnya, pada tahun 2019 terjadi

¹¹ Ibid.

peningkatan yang cukup baik, yaitu sebesar 7.194. kemudian pada tahun 2020 terjadi peningkatan kembali yaitu sebesar 4.143. Dari jumlah nasabah yang *fluktuatif* dapat menunjukkan seberapa besar kepercayaan yang dirasakan nasabah dalam menggunakan produk atau jasa di Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.

Didalam dunia perbankan sendiri keputusan nasabah merupakan hal yang penting. Hadari Nawawi mendefinisikan bahwa keputusan pada dasarnya berarti hasil akhir dalam mempertimbangkan sesuatu yang akan dilaksanakan secara nyata. Keputusan juga dapat diartikan sebagai hasil terbaik dalam memilih satu diantara dua atau beberapa alternatif yang dihadapi. Sementara itu, pengambilan keputusan merupakan proses atau rangkaian kegiatan menganalisis berbagai fakta, informasi dan data teori/pendapat yang akhirnya sampai pada satu kesimpulan yang dinilai paling baik dan tepat. Proses pengambilan keputusan ini dapat dilakukan sendiri dan dapat pula dilaksanakan dengan bantuan atau pengikutsertaan orang lain.¹²

Dalam menentukan keputusan terdapat faktor yang mempengaruhinya yaitu kepercayaan, dimana faktor ini merupakan variabel kunci dalam mengembangkan keinginan konsumen akan produk yang tahan lama (*durable*) untuk mempertahankan hubungan jangka panjang, dalam hal ini hubungan konsumen dengan merek dari suatu perusahaan tertentu. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen pada produk perusahaan. Berdasarkan pendapat tersebut konsumen perlu mengalami sendiri dalam proses pertukaran sehingga dapat terbentuk rasa percaya

¹² Raihan Dosen Et Al., "*Pengambilan Keputusan Dalam Kepemimpinan Manajemen Dakwah*", *Jurnal Al-Bayan*, Vol. 22, 2016.

terhadap merek dalam benak konsumen yang didefinisikan sebagai keterlibatan. Melalui keterlibatan konsumen ini akan tercipta pengalaman yang menjadi awal terbentuknya kepercayaan.¹³

Kepercayaan konsumen pada suatu produk dapat diciptakan dengan memberikan jaminan keamanan pada produk, demikian juga dengan manfaat (khasiat) dari produk yang bersangkutan (misalnya obat : perusahaan produsen memberikan jaminan bagi konsumen bahwa ia akan sembuh dengan mengkonsumsi obat dari perusahaan). Kepercayaan konsumen dapat pula diciptakan dengan kejujuran produsen dalam menyampaikan komposisi atau bahan-bahan yang digunakan pada suatu produk tertentu, demikian juga dengan penyampaian efek samping atas penggunaan produk yang bersangkutan. Pengembangan produk yang dilakukan secara terus-menerus merupakan suatu bentuk kepedulian (perhatian) pihak perusahaan untuk menciptakan suatu produk yang aman dan bermanfaat bagi konsumen.¹⁴

Kepercayaan merupakan komponen yang penting untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan diantara semua pihak yang terlibat dalam bisnis (*Trust is one critical factor in sustainable development, encouraging long-term relationship between business partners*). Melalui kepercayaan yang terbelenggu diantara berbagai pihak yang terlibat dalam bisnis memungkinkan bisnis bisa terjalin dengan lebih

¹³ Dewi, Nur Setyaningsih, And D Koeshatono, "*Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Switching Cost Sebagai Variabel Mediasi*", N.D.

¹⁴ Ibid.

intensif mengingat masing-masing pihak memiliki kepercayaan untuk bisa memenuhi tanggung jawabnya.¹⁵

Sehingga timbulnya kepercayaan merupakan suatu keunggulan atau atribut yang dapat menjadi daya tarik bagi nasabah terhadap suatu perbankan. Reputasi yang dimiliki oleh perbankan syariah menjadi penting untuk membangun kepercayaan, karena pada label syariah akan menimbulkan sikap percaya terhadap profesionalisme perbankan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.

Selain faktor kepercayaan terdapat faktor lain yang mempengaruhi keputusan nasabah yaitu sensitifitas religiusitas seseorang. Religiusitas pada dasarnya merupakan perbuatan seseorang yang berhubungan dengan masyarakat luas dalam rangka mengembangkan kreativitas pengabdian (ibadah) kepada Allah semata. Dari pengertian dan dimensi religiusitas diatas, maka sesungguhnya religiusitas bisa digambarkan adanya konsistensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai unsur efektif dan perilaku terhadap agama sebagai unsur efektif dan perilaku terhadap agama sebagai unsur psikomotorik. Jadi Religiusitas merupakan integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang.¹⁶

Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktifitas beragam bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah),

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Muhammad Zuhirsyan and Nurlinda Nurlinda, "Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah," *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah* Vol.10, no. 1 (June 2, 2018).

akan tetapi juga ketika melakukan aktivitas lainnya yang didorong oleh kekuatan akhir (secara intrinsik). Bukan hanya berkaitan dengan yang tampak dan dapat dilihat mata tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi dalam hati seseorang.¹⁷

Nilai –nilai agama yang kuat dalam diri individu apabila juga dipresentasikan dalam produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan atau organisasi akan menimbulkan kesan sesuai antara individu dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Keyakinan pelanggan atas kualitas dan kehandalan merek yang ditawarkan serta dilihat dari berbagai atribut yang melekat pada suatu merek seperti atribut nilai agama merupakan perwujudan adanya kepercayaan merek. Kepercayaan pada merek merupakan kemauan pelanggan untuk mempercayai merek dengan segala risikonya dan menjadi faktor penentu dalam penguatan perilaku pembelian.¹⁸

وَمَا آتَيْتُم مِّن رَّبِّ الْيَرْبُوءِ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوءُ عِنْدَ اللَّهِ وَمَا
ءَأْتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ﴿٣٩﴾

Sumber : Surat Ar-Rum : 39¹⁹

Maksud dari ayat ini adalah bahwa semua harta yang dikeluarkan sesuai dengan aturan Allah dan diniatkan untuk mendekatkan diri kepada Allah akan dilipatgandakan pahala dan balasannya. Allah sebagai Maha Pemberi Rizki tidak

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Baiq Handayani Rinuastuti Et Al., “Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Di Kota Mataram),” *Distribusi - Journal Of Management And Business* Vol.6, No. 2 (2018).

¹⁹ “Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar harta manusia bertambah, maka tidak bertambah dalam pandangan Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk memperoleh keridaan Allah, maka itulah orang-orang yang melipatgandakan (pahalanya).”

menambahkan keridhaannya kepada harta riba walaupun secara nominal ada kemungkinan lebih banyak mendapatkan tambahan, namun karena tidak diridhai Allah harta tersebut akan terasa tidak pernah cukup bagi para pemakan riba tersebut. Terkadang banyaknya harta bukannya menandakan ukuran kekayaan seseorang, melainkan tercukupinya seluruh kebutuhannya bisa jadi menandakan kekayaan seseorang yang sesungguhnya. Bisa dicukupi dengan harta yang dimilikinya sendiri, bisa juga dicukupi dengan harta yang dimiliki oleh orang lain yang digerakkan oleh Allah untuk mencukupi kebutuhan kita atau bisa juga dengan rasa kecukupan yang diberikan Allah atas segala rizki sehingga orang tersebut tidak pernah merasa kekurangan.²⁰

Ayat tersebut menunjukkan bahwa manusia diberikan kebebasan dalam memilih jalan untuk menambah kekayaan. Konsekuensi dari menggantungkan harapan kepada selain Allah dalam hal mengharapkan balasan adalah tidak bertambahnya keridhaan dari Allah yang bisa jadi berarti harta berapapun tidak akan pernah cukup, sedangkan konsekuensi dari mengharapkan ridha Allah sudah pasti akan menambah pahala dan balasan yang berlipat ganda. Sebanyak apapun hasil yang diperoleh dari riba, bagi orang-orang yang meyakini adanya Allah dan hari akhir, pada prinsipnya tidak akan menenangkan hati seseorang dari rasa ketidakcukupan harta.²¹

²⁰ Muhammad Nasib Ar-rifa'i, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*, 2014.

²¹ Ibid.

Menghindari riba dan mempertahankan hubungannya dengan bank syariah adalah ketaatan mereka terhadap prinsip syariah. Nasabah memutuskan untuk tetap mempertahankan bank syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengaharaman riba bagi umat Islam.²²

Selain Religiusitas, Pengetahuan juga mempengaruhi seseorang dalam menentukan keputusannya. Meskipun banyak lembaga syariah yang tersebar di kota maupun desa, pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah belum menyeluruh diketahui oleh seluruh orang. Hal ini dipicu oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya sehingga membuat kurangnya minat masyarakat bertransaksi ataupun menggunakan jasa lembaga keuangan syariah.²³

Nasabah pada umumnya memiliki banyak pilihan untuk menentukan tempat, produk, serta bank yang akan digunakan jasanya. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak bank untuk menarik nasabah adalah dengan promosi, terutama mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, maka calon nasabah akan lebih mudah mendapatkan informasi mengenai produk tersebut. Hal ini dianggap penting karena dalam proses pengambilan keputusan, nasabah akan melewati tahap pencarian informasi. Dalam tahap ini nasabah berusaha mencari tahu apakah produk yang ditawarkan sudah sesuai dan dapat memenuhi kebutuhan mereka. Semakin banyak

²² Hasanah, "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah."

²³ Yohana Neysa Setyawan et al., "*Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon Di Surabaya*", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, vol. 2, 2014.

informasi yang dimiliki maka semakin baik pula pengetahuan nasabah mengenai produk yang ditawarkan.²⁴

Sehingga pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan dapat menjadi pertimbangan bagi nasabah dalam memilih bank. Semakin jelas informasi dari suatu produk yang ditawarkan, maka akan semakin mudah bagi calon nasabah untuk menentukan apakah produk tersebut telah sesuai keinginannya dan dapat memenuhi kebutuhannya. Apabila dianggap telah sesuai keinginannya dan dapat memenuhi kebutuhannya tentunya calon nasabah akan mempertimbangkan untuk menggunakan produk tersebut.²⁵

Setiap konsumen memiliki tingkatan pengetahuan produk yang berbeda yang dapat dipergunakan untuk menerjemahkan informasi baru dan membuat pilihan keputusan. Semakin meningkatnya persaingan dalam dunia perbankan maka bank-bank syariah mendorong untuk lebih berorientasi kepada konsumen atau nasabah. Untuk mendukung upaya tersebut diperlukan pengetahuan mengenai konsumen terutama perilakunya.²⁶

Setelah menentukan tindakan dan mulai mempelajari beberapa produk, merk dan pelayanan yang dianggap memuaskan maka hal ini berdampak positif bagi pihak bank. Keuntungannya bisa sebagai promosi tidak langsung yang diberikan

²⁴ Fajar Rezky Maulana Et Al., “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah,” *Global Journal Of Islamic Banking And Finance* Vol.2, No. No.2 (2019), [Www.Bankaceh.Co.Id](http://www.Bankaceh.Co.Id).

²⁵ Ibid.

²⁶ Sunardi. and Ana Maftukhah, “Pengetahuan Konsumen Dan Keputusan Menjadi Nasabah (Kasus BSM Kan.Cab Pembantu BSD Tangerang Selatan)” Vol. 6 No. (2015): 17.

dikarenakan bisa jadi nasabah memberikan informasi tentang kepuasannya terhadap bank syariah kepada teman, keluarga maupun kolega kerjanya.²⁷

Selain itu Religiusitas dan Pengetahuan merupakan suatu komponen yang tidak dapat dipisahkan, dimana religiusitas seseorang adalah dari pengetahuan yang diperolehnya serta bentuk kepatuhannya terhadap Allah SWT. Maka semakin dalam pengetahuannya tentang keagamaan bahwa menabung di bank syariah merupakan kewajiban umat Muslim agar terjauhi dari sifat riba yang terkandung dalam bank konvensional menunjukkan sensitifitas dari religiusitas seseorang yang semakin dalam.

Religiusitas dan pengetahuan merupakan salah satu faktor pendukung dari keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan, tanpa adanya pengetahuan berupa informasi seputar perbankan dan dibekali oleh kereligiusitasan yang tinggi maka besar kemungkinan nasabah tidak akan menggunakan jasa perbankan syariah. Dimana keberhasilan suatu bank dalam memperoleh nasabah dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan yang dirasakan nasabah. Kepuasan yang dirasakan setiap nasabah akan membentuk keputusan nasabah untuk mengambil keputusannya, baik itu keputusan untuk menggunakan jasa bank syariah atau keputusan untuk tidak menggunakan jasa bank tersebut.

Berdasarkan dari fenomena tersebut yang diperkuat dengan penelitian terdahulu (*Research Gap*) dari variabel Independen yaitu Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan sebagai variabel dependen

²⁷ Ibid.

Tabel 1.2
Research Gap Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah

No	Nama Peneliti	Variabel X1 dan Y	Hasil
1.	Anton Bawono ²⁸	Religiusitas sebagai variabel X1 Keputusan sebagai variabel Y	Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan pada variabel tingkat religiusitas terhadap keputusan mahasiswa IAIN Salatiga menjadi nasabah Bank Syariah.
2.	Hadija, Nuriatullah dan Nurfitriani ²⁹	Religiusitas sebagai variabel X1 Keputusan sebagai variabel Y	Variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah

²⁸ Anton Bawono, Milatunnikmah Finisia, and Rahajeng Oktaviani, “Analisis Pemahaman, Produk, Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga” Vol. 7 (2016): 53.

²⁹ Hadija Hadija, Nuriatullah Nuriatullah, and Nurfitriani Nurfitriani, *Pengaruh Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BRI Syariah Dalam Transaksi Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah, Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, vol. 1, 2019.

3.	Khairunnisa, Hubbul Wathan & Marlya Fatira ³⁰	Religiusitas sebagai variabel X1 Keputusan sebagai variabel Y	Variabel religiusitas secara parsial memiliki pengaruh positif, lemah dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik bagi mahasiswa muslim di Politeknik Negeri Medan
4.	Muhammad Zuhirsyan, Nurlinda (2018) ³¹	Religiusitas sebagai variabel X1 Keputusan sebagai variabel Y	Variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber

Tabel 1.3

Research Gap Pengetahuan terhadap Keputusan Nasabah

No	Nama Peneliti	Variabel X2 dan Y	Hasil
1.	Arief Firdy Firmansyah ³²	Pengetahuan sebagai variabel X2 Keputusan sebagai variabel Y	Pengetahuan nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di bank BNI Syariah.

³⁰ H. & Khairunnisa., Wathan and M.F. AK, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Pada Generasi Milenial Muslim Di Polmed," *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)* 1, no. 1 (2020), <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/222>.

³¹ Zuhirsyan and Nurlinda, "Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah."

³² Arief Firdy Firmansyah, *Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah*, *Jurnal Ekonomi Islam*, vol. 2, 2019, <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>.

2.	Arif Jalaludin ³³	Pengetahuan sebagai variabel X2 Keputusan sebagai variabel Y	Pengetahuan konsume berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.
3.	Asep Kurniawan, Yuri Hapsari & Icih ³⁴	Pengetahuan sebagai variabel X2 Keputusan sebagai variabel Y	Pengetahuan (knowledge)berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengambill kredit di Bank Mandiri Syariah.
4.	Muhammad Arief Firmansyah, Nuraeni Gani & Muh. Akil Rahman ³⁵	Pengetahuan sebagai variabel X2 Keputusan sebagai variabel Y	Variabel Pengetahuan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber

Berdasarkan dari *research gap* diatas menunjukkan hasil yang tidak konsisten, maka perlu adanya pengujian lebih lanjut untuk melihat variasi hasil yang kemungkinan akan terjadi pada objek penelitian yang dipilih. Dalam hal ini penulis menambahkan variabel lain sebagai pembeda guna meneliti lebih lajut, yaitu variabel Kepercayaan .

³³ Arif Jalaludin, "PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN MENGENAI PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH TABUNGAN WADIAH" Vol. 2, no. 1 (2015).

³⁴ A Kurniawan, Y Haspari, and I Icih, "Pengaruh Pengetahuan (Knowledge), Keyakinan (Confidence), Keterampilan (Skill) Dan Religiusitas Intrinsik Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit," *Jurnal Akuntansi dan ...* Vol. 2, no. No.1 (2018): 95–128, <http://jaga.fekon.unand.ac.id/index.php/jaga/article/view/43>.

³⁵ Muhammad Arief Firmansyah, Nuraeni Gani, and Muh. Akil Rahman, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar," *IBEF: Islamic Banking, Economic and Financial Journal* Vol. 1 No. (2021).

Pada penelitian ini kepercayaan sebagai variabel pemediasi antara religiusitas dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah. Dimana kepercayaan sebagai penghubung secara langsung maupun tidak langsung antara religiusitas dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah. Hal ini dilakukan, karena jika nasabah memiliki religiusitas tinggi tetapi tingkat kepercayaan rendah maka akan menurunkan keputusan nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah, tetapi jika nasabah memiliki religiusitas yang tinggi sesuai dengan ajaran dalam Al Qur'an dan hadist serta pengetahuan tentang pentingnya menabung di bank syariah serta kepercayaan yang tinggi tentunya hal tersebut juga akan meningkatkan keputusan nasabah.

Berdasarkan permasalahan yang mendasari pada penelitian ini karena terdapat beberapa perbedaan pendapat (*research gap*) antara hasil penelitian terdahulu mengenai keputusan menggunakan jasa bank syariah, maka peneliti menyimpulkan bahwa penelitian mengenai Peran Kepercayaan sebagai variabel mediasi atas Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan menggunakan Jasa Bank Syariah masih belum konsisten hasilnya, sehingga masih terdapat peluang untuk diteliti lebih lanjut..

Dengan melihat kondisi tersebut maka penelitian ini akan mengarah pada seberapa besar pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah dan bagaimana kepercayaan memediasi religiusitas dan pengetahuan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Peran Kepercayaan Sebagai Mediasi Atas Pengaruh Religiusitas**

Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah (Survei Pada Nasabah Bank Sumsel Babel Kantor Cabang Palembang)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka peneliti mengambil rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian sebagai berikut ini :

1. Bagaimana pengaruh religiusitas secara langsung terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah pada Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan secara langsung terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah pada Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah pada Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.
4. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap kepercayaan pada Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.
5. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap kepercayaan pada Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.
6. Bagaimana peran variabel kepercayaan dalam memediasi pengaruh religiusitas terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah pada Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.

7. Bagaimana peran variabel kepercayaan dalam memediasi pengaruh pengetahuan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah pada Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.

C. Batasan Masalah

Didalam penelitian ini perlu adanya pembatasan masalah, agar pengertian yang timbul tidak terlalu luas maka penelitian ini dibatasi hanya pada Peran Kepercayaan Sebagai Mediasi Atas Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain adalah:

1. Untuk memperoleh hasil analisis mengenai pengaruh religiusitas secara langsung terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah pada Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.
2. Untuk memperoleh hasil analisis mengenai pengaruh pengetahuan secara langsung terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah pada Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.
3. Untuk memperoleh hasil analisis mengenai pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah pada Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.
4. Untuk memperoleh hasil analisis mengenai pengaruh religiusitas terhadap kepercayaan pada Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.

5. Untuk memperoleh hasil analisis mengenai pengaruh pengetahuan terhadap kepercayaan pada Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang
6. Untuk memperoleh hasil analisis mengenai peran variabel kepercayaan dalam memediasi pengaruh religiusitas terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah pada Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.
7. Untuk memperoleh hasil analisis mengenai peran variabel kepercayaan memediasi pengaruh pengetahuan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah pada Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.

E. Manfaat Penulisan

Berdasarkan latar belakang masalah dan juga rumusan masalah, maka peneliti mengemukakan bahwa manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan wawasan secara umum tentang pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.

b. Manfaat Praktis

- a) Bagi penulis, hasil dari penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan tambahan berkaitan dengan judul yang diteliti.

- b) Bagi perbankan, berguna sebagai saran untuk bank syariah bagaimana religius dan pengetahuan dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan jasa dari bank syariah.
- c) Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan ketika masyarakat menggunakan jasa bank syariah, sehingga masyarakat memiliki gambaran tentang produk maupun jasa yang dimiliki oleh bank syariah serta dapat memberikan keamanan dan keuntungan bagi pihak bank dan masyarakat.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk memberikan gambaran mengenai isi dari penelitian dalam Tugas Akhir ini. Adapun penulisan tersebut sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini diuraikan teori yang digunakan dalam penelitian untuk mengembangkan hipotesis yang bersumber dari buku, jurnal, artikel ilmiah dan sebagainya. Pada bab ini juga dijelaskan fenomena hasil penelitian sebelumnya.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang menguraikan jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data serta hipotesis penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan membahas hasil pengujian analisis data dan pembahasan dari hasil penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan yang diambil dari hasil pembahasan penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan kepada pihak Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.