

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Teori Sinyal (*Signal Theory*)

Teori sinyal dicetuskan oleh Spence pada 1973 yang menyatakan bahwa perusahaan sebaiknya memberikan sebuah kode informasi guna memberikan cerminan keadaan perusahaan yang nantinya akan menjadi manfaat bagi penerima atau konsumen. Menurut Brigham dan Houtson, teori sinyal ialah salah satu cara pandang konsumen tentang bagaimana perusahaan memanfaatkan peluangnya untuk meningkatkan kualitas perusahaan kedepan. Tindakan seperti ini dilakukan perusahaan untuk memberikan sudut pandang terhadap konsumen agar kedepannya dapat membedakan perusahaan mana yang lebih baik.¹

Menurut Scott Besley dan Eugence Brigham, teori ini merupakan tindakan yang dilakukan manajemen perusahaan sebagai petunjuk kepada konsumen mengenai keadaan manajemen perusahaan tersebut. Dimana, perusahaan yang memiliki integritas tinggi tentunya akan dengan sengaja menyebarluaskan informasi tentang perusahaan mereka ke dunia pasar dengan harapan para konsumen dapat membedakan perusahaan mana yang baik untuk dijadikan pilihan bertransaksi sesuai dengan pengetahuan yang mereka punya.²

¹ Brigham & Houston, "*Essentials Of Financial Management. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*", Terjemahan Ali Akbar, Buku 2, Edisi 11, Jakarta : Salemba Empat, (2014)

² Ioaddakhil, Diakses melalui <https://ioaddakhil.blogspot.co.id>, Diunduh Pada 14 Juli 2022

Dalam teori sinyal juga menjelaskan bahwasanya, informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat penyampaian serta juga tepat waktu sangat penting untuk disampaikan pada pihak luar seperti para nasabah pada bank dan pemegang saham pada pasar modal karena, informasi-informasi penting yang disebarluaskan tentunya menjadi kebutuhan para konsumen dan pihak luar lainnya sebagai bahan tambahan pemahaman dan pengetahuan yang mereka terima yang tentunya mereka jadikan sebagai alat menganalisa suatu perusahaan untuk mereka melakukan keputusan memilih.³

2. Teori Perilaku Berencana (*Theory Of Planned Behavior*)

Teori Perilaku Berencana atau *Theory Of Planned Behavior (TPB)* dicetuskan pertama kali oleh Icek Ajzen pada tahun 1991 yang menyatakan bahwasanya teori ini dikembangkan berdasarkan teori *Theory of Reactioned Action (TRA)* yang ditambahkan suatu pernyataan mengenai sikap membangun perilaku kontrol yang dirasakan. Dimana, sikap tersebut merupakan suatu keyakinan individu yang dimiliki perilaku yang menggambarkan probabilitass subjektif dan norma subjektif yang juga mengacu kepada keyakinan normatif yang berhubungan dengan persepsi individu terkait yang nantinya untuk mengeskpresikan motivasi individu untuk mematuhi rujukan.⁴

³ Bahriyah Eka & Triyono, "Analisis Pengaruh Mekanisme *Good Corporate Governance* Dan Variabel Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Properti Dan *Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)", *E-QIEN : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 09, No. 01, Januari 2022

⁴ Ajzen Icek, "*The Theory Of Planned Behavior*", *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, Vol. 50, No. 2, PP, 179-211, (1991)

Icek Ajzen dalam *Theory Of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa terdapat tiga hal sebagai penentu niat bebas seseorang secara terkonsep, yaitu yang pertama ialah sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*) adalah kepercayaan baik itu positif dan negatif untuk memperlihatkan perilaku tertentu. Kedua, ialah berdasarkan faktor sosial atau dengan nama lain disebut norma subjektif (*subjective norm*) yang mengacu langsung terhadap tekanan-tekanan sosial yang didapat dan dirasakan yang lalu kemudian dapat menimbulkan keputusan untuk melakukan atau tidak. Dan yang terakhir yang ketiga adalah tingkat kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*), yang berdasarkan kepercayaan seseorang tentang ada atau tidak ada sebuah faktor yang mendukung serta menghambat untuk memunculkan sebuah tindakan. Kepercayaan ini dapat diperoleh melalui pengalaman terdahulu serta informasi yang dimiliki seseorang mengenai suatu perilaku berdasarkan observasi pada pengetahuan seseorang baik itu diri sendiri maupun orang lain yang dikenal.⁵

3. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Dalam buku Ernie Hendrawaty tentang teori keagenan, teori keagenan awalnya dijelaskan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976 yang menyatakan bahwa teori keagenan ini terkait dengan hubungan pemegang perusahaan dengan agen yang menjelaskan bahwa, teori keagenan didasari dengan adanya permasalahan keagenan yang timbul

⁵ Dr. Mahyarni, "*Theory Of Reasoned Action dan Theory Of Planned Behavior* (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku), Hlm. 16

ketika suatu kepengurusan perusahaan terpisah dengan kepemilikannya. Dimana, perusahaan sendiri adalah tempat yang berperan serta memberikan berbagai kesempatan kepada siapapun partisipan untuk turut andil dalam sebuah perusahaan baik bentuk modal, keahlian serta tenaga. Partisipan-partisipan tersebut ialah pengelola perusahaan yang nantinya bekerja sama untuk menyelaraskan kepentingan keduanya terhadap perusahaan. Teori keagenan ditekankan dalam menyelesaikan suatu masalah dalam hubungan keagenan. Permasalahan yang sering kali terjadi adalah bahwasanya seorang prinsipal belum mampu membuktikan apakah seorang agen sudah melakukan sesuatu secara tepat sesuai dengan kebijakan yang dibuatnya.⁶

Pada perusahaan Bank, Dewan Syariah Nasional (DSN) yang dibentuk langsung oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) berperan sebagai agen pada perusahaan-perusahaan bank syariah yang ada. Dimana Dewan Syariah inilah yang berhak menentukan kebijakan dan menetapkan fatwa-fatwa serta memiliki wewenang atas perusahaan bank syariah dalam taraf nasional.

4. Keputusan Nasabah Memilih

a) Pengertian Keputusan

Menurut Body dan Walker, keputusan nasabah ialah suatu proses pengintegrasian yang menggabungkan beberapa pemahaman guna dilakukan pengevaluasian terhadap beberapa pilihan alternative serta

⁶ Ernie Hendrawaty, "Excess Cash Dalam Perspektif Teori Keagenan", (AURA : CV. Anugrah Utama Raharja, November 2017), Hlm. 27-28

menentukan hasil dari salah satunya. Pengambilan keputusan adalah adanya penentuan pilihan antara beberapa alternatif dalam pemecahan suatu masalah yang biasa dilakukan oleh berbagai pihak berdasarkan semua kedudukan dan semua bidang apapun. Dimana, keputusan sendiri akan timbul apabila seseorang dibenturkan pada suatu masalah yang kemudian mengharuskan untuk mengambil sebuah keputusan yang tepat agar dapat menyelesaikan dan mengatasi masalah tersebut dengan baik.⁷

Menurut Davis, keputusan merupakan salah satu hal yang menjadi pemecah masalah yang tengah dihadapi. Dimana, hal tersebut berhubungan pada beberapa jawaban atas dasar pertanyaan-pertanyaan mengenai apa yang akan serta apa yang harusnya dilakukan seseorang tentang berbagai unsur suatu perencanaan. Dan keputusan tersebut ada agar dapat menhadapi masalah-masalah yang terjadi terhadap rencana apa yang sudah ditetapkan sebelumnya.⁸

Berdasarkan hal diatas, keputusan dalam memilih adalah bentuk tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Dimana, apabila individu dihadapkan dengan dua pilihan, membeli atau tidak, lalu individu itu memilih untuk membeli maka ada pada posisi menentukan keputusan memilih.

⁷ Siti Mutia A, "Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Perbankan Syariah (Studi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)", Skripsi (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018), Hlm. 23

⁸ Ibnu Syamsi, "Pengambilan Keputusan Dan Sistem Informasi Edisi 2", (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2007), Hlm. 3

b) Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan

Rivai menyatakan bahwa faktor penentuan keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah lebih didominasi oleh faktor dari dalam dibandingkan faktor dari luar. Faktor internal yang menjadi penentu perilaku nasabah dalam memilih bank syariah antara lain :⁹

1) Persepsi

Persepsi yang merupakan pendapat seseorang terhadap suatu objek tertentu yang dimana orang tersebut bisa mengemukakan apa yang diketahuinya tentang suatu objek tersebut.

2) Produk

Produk adalah segala hal berbentuk yang dapat ditawarkan guna memberi kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan pembeli untuk mendapatkan perhatian agar dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu kegiatan atau kebutuhan.

3) Harga

Harga merupakan salah satu penentu awal yang ditentukan produsen sebelum suatu produk diperjualbelikan. Dimana dengan adanya harga sedikit banyak tentu mempengaruhi nilai dari penjualan. Apabila harga terlalu tinggi maka bisa jadi target yang sudah ditentukan produsen tidak akan sesuai.

⁹ Riskayanti, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat CAB Makassar)”, Skripsi (STIE Nobel Indonesia, 2021), Hlm. 15-28

4) Promosi

Promosi merupakan upaya alternatif dalam meningkatkan nilai penjualan produk dan menjadi salah satu bentuk penawaran serta penyebarluasan mengenai barang atau jasa apa yang dijual untuk menarik konsumen memilih produk yang dipasarkan.

5) Motivasi

Adanya motivasi dikarenakan adanya kebutuhan yang dirasakan para konsumen yang harus dipenuhi. Dimana, kebutuhan tersebut akan menuntun individu agar melakukan suatu hal guna mencapai kebutuhan itu.

Sedangkan faktor eksternal sendiri terdiri dari :¹⁰

1) Sosial

Faktor sosial sendiri berdasarkan dari berbagai kelompok, kerabat serta status sosial nasabah.

2) Lokasi

Lokasi yang strategis akan memudahkan nasabah untuk menjangkau dan menjamin keamanan pada saat bertransaksi.

c) Indikator Keputusan

Dalam sebuah teori dan beberapa praktik, keputusan nasabah dapat digambarkan berdasarkan beberapa indikator. Menurut Kotler dan Kevin

¹⁰ Ibid, Hlm. 15-28

Keller, keputusan memiliki beberapa tahapan yang dengan tahapan itu pula menjadi indikator keputusan tersendiri :¹¹

1. Pengenalan Kebutuhan

Nasabah menyiapkan perbedaan diantara keadaan tertentu yang memadai upaya untuk menghidupkan proses keputusan.

2. Pencarian Sebuah Informasi

Nasabah menggali informasi berdasarkan pengetahuan yang diingat atau berdasarkan lingkungan sekitar dan kemudian memberikan penilaian terhadap informasi apa yang sudah ada.

3. Penilaian Yang Alternatif

Berdasarkan informasi yang telah digali, informasi itulah yang akan digunakan untuk menggambarkan alternatif-alternatif baik itu yang akan dihapai maupun daya tarik alternatif tersendiri.

4. Keputusan Memilih

Pada pelaksanaan sebuah keputusan, seseorang yang telah mengambil keputusan siap atau tidak siap harus yakin dan mampu untuk menerima semua dampak yang akan terjadi baik itu positif maupun negatif.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah adanya proses keputusan dari seseorang untuk memilih, pihak terkait harus tetap melakukan pengamatan dan pantauan terhadap perilaku konsumen apakah keputusan sudah baik atau belum,

¹¹ Philip Kotler dan Kevin L. Keller, "Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1", (Jakarta : Erlangga 2009), Hlm. 184-185

apakah konsumen merasa puas atau tidak dengan apa yang sudah dipilihnya.

5. Pengetahuan Nasabah

a) Pengertian Pengetahuan

Menurut terjemahan Philip Kotler dari Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, dan Benjamin Mola, mereka mengatakan: “Pengetahuan adalah perubahan perilaku seseorang yang disebabkan oleh pengalaman.”¹² Menurut Yasin, Zarlis & Nasution, pengetahuan adalah ilmu atau pemahaman seseorang yang diperoleh berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan individu itu sendiri.¹³

Pengetahuan sendiri dianggap sebagai perubahan individu dalam berperilaku berdasarkan pengalamannya. Untuk melihat tingkat pengetahuan seorang individu dapat dengan melakukan wawancara atau penyebaran angket yang berisikan berbagai materi yang dapat diukur berdasarkan subjek penelitian atau responden itu sendiri.¹⁴

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa pengetahuan merupakan berbagai informasi dan data yang sudah diketahui, lalu setelah tahu maka timbul lah berbagai ide untuk melakukan

¹² Eko Yuliawan, “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung”, *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, Vol. 1, Nomor 01, April 2011, Hlm. 22

¹³ Yasin, V., Zarlis, M., & Nasution, M. K., “Filsafat Logika dan Ontologi Ilmu Komputer”, *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, Vol. 2, Nomor 02, (2022), Hlm. 68

¹⁴ Noviani Kartika Sari, “Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Strategi Pemasaran, Dukungan Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah (Penelitian di BMT Kota Palembang)”, Skripsi (UIN Raden Fatah Palembang, 2021), Hlm. 22

penelitian terhadap objek yang telah diketahui yang nantinya juga akan dilakukan evaluasi atas apa yang sudah didapatkan.

Pengetahuan nasabah merupakan semua informasi lengkap, relevan dan akurat yang dimiliki nasabah sendiri tentang berbagai macam produk dan jasa, termasuk pengetahuan terkait lainnya yang berkesinambungan fungsinya sebagai nasabah. Sehingga pengetahuan nasabah dapat menciptakan minat nasabah terhadap produk dan atau jasa yang tentunya akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih.

b) Jenis - Jenis Pengetahuan

Psikologi kognitif mengemukakan, ada dua jenis pengetahuan dasar, yaitu pengetahuan deklaratif (*declarative knowledge*) terkait data subjektif yang telah diketahui dan pengetahuan prosedural (*procedural knowledge*) terkait pengertian bagaimana fakta dipergunakan.

Pengetahuan nasabah terbagi menjadi tiga kategori yaitu :¹⁵

- 1) Objektif, berupa informasi yang tepat tentang tingkatan produk yang disimpan dengan waktu yang lama.
- 2) Subjektif, berupa persepsi nasabah mengenai apa atau seberapa banyak pengetahuannya terhadap kelas produk.
- 3) Informasi mengenai pengetahuan nasabah yang lainnya.

¹⁵ Teni Julistin, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Di Bank BNI Syariah KC Palembang", Skripsi (UIN Raden Fatah Palembang, 2020), Hlm. 27

c) **Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan**

Faktor - faktor yang berpengaruh tersebut adalah sebagai berikut :¹⁶

1. Pendidikan

Tingkatan pendidikan seseorang tidak hanya didapat pada pendidikan formal, namun bisa juga didapat dari pendidikan nonformal. Dengan pendidikan, akan ikut memperluas juaug pengetahuan seseorang terutama terhadap suatu objek yang juga berlandasan dari dua aspek penting yaitu, positif dan negatif. Dari aspek itulah yang nantinya dapat menentukan sikap individu terhadap objek tertentu.

2. Informasi atau Media Massa

Informasi yang diperoleh individu akan menimbulkan dampak baik dengan berbagai jangka waktu yang dengan itu dapat menambah tingkat pengetahuan yang dimiliki. Berkembangnya media juga sebagai tempat yang menyediakan berbagai informasi yang tentunya bisa mempengaruhi pengetahuan nasabah mengenai berbagai hal yang baru.

3. Sosial, Budaya dan Ekonomi

Kebiasaan dan tradisi yang sering dilakukan sebagian orang juga dapat memberikan informasi dan pengetahuan tambahan meskipun hal tersebut masuk akal atau tidak. Tingkat ekonomi juga sebagai penentu

¹⁶ Noviani Kartika Sari, "Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Strategi Pemasaran, Dukungan Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah (Penelitian di BMT Kota Palembang)", (UIN Raden Fatah Palembang, 2021), Hlm. 24-27

bagaimana individu memilih alat bantu yang diperlukan untuk kegiatan khusus yang juga mempengaruhi pengetahuan.

4. Lingkungan

Lingkungan sendiri mempengaruhi proses menerima pengetahuan ke dalam individu pada lingkungan sekitar. Ini terjadi karena adanya interaksi yang nantinya direspon sebagai pengetahuan oleh tiap individu.

5. Pengalaman

Pengalaman belajar bekerja yang kemudian ditingkatkan dapat membentuk menambah pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik yang juga bisa mempengaruhi kemampuan dalam pengambilan keputusan.

6. Usia

Semakin berkembang, mentalitas dan kapasitas pemahaman seseorang semakin meningkat, yang mengarah pada peningkatan pengetahuan juga.

7. Sikap

Karena sikap adalah kesiapan untuk bereaksi terhadap hal-hal di lingkungan, sikap itu belum berbentuk suatu tindakan atau bahkan suatu kegiatan, melainkan merupakan kecenderungan terhadap tindakan suatu perilaku yang juga merupakan respons tertutup.

d) Indikator Pengetahuan

Berdasarkan pola kehidupan konsumen, pengetahuan mempengaruhi pola perilaku yang dimiliki. Dengan adanya pengetahuan yang dimiliki, individu mampu mengelola informasi-informasi terbaru, menentukan sebuah pertimbangan serta mengambil keputusan.¹⁷

Pengetahuan produk dibagi menjadi 4 jenis yaitu :¹⁸

1) Karakteristik produk

Konsumen akan memperhatikan produk yang dipasarkan berdasarkan karakteristik dan ciri produk tersebut. Apabila akan menginvestasikan uangnya, konsumen tersebut harus mengetahui terlebih dahulu jenis-jenis investasi, jangka waktu investasi, nisbah hingga keuntungan yang akan didapat.

2) Manfaat produk

Mengetahui manfaat suatu produk di bank syariah juga penting karena sebelum menggunakan produk atau jasa pada bank tersebut, konsumen harus memastikan apakah produk atau jasa yang mereka gunakan sudah sesuai dengan syariat islam.

3) Kepuasan terhadap produk

Konsumen yang melakukan pengulangan penggunaan produk dan jasa ataupun konsumen yang tetap bertahan pada suatu produk atau jasa yang digunakan, sudah menentukan bahwasanya konsumen

¹⁷ Yesi Feramita, "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Dan Promosi Terhadap Minat Pemilihan Produk Bank BNI Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Langkap Kecamatan Babat Supat)", Skripsi (UIN Raden Fatah Palembang, 2020)

¹⁸ Maskur Rosyid dan Halimatu Saidiah, "Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri dan Guru", *STES Islamic Village*, Tangerang, *Islaminomic*, Vol. 7 No. 2, Agustus 2016

sudah mendapatkan serta mengetahui kepuasan yang mereka terima dalam dirinya ketika mereka menggunakan produk atau jasa dari bank syariah tersebut.

4) Konsep dasar bank syariah

Sebuah pemikiran awal yang tidak bertentangan dengan syariat Islam yang digunakan, yang nantinya akan diterapkan dan dijadikan sebagai suatu pedoman serta terus dikembangkan dalam pembentukan pengetahuan sebagai upaya mengembangkan dan memberikan kekuatan untuk bank syariah sendiri. Konsep dasar yang tentunya harus diketahui seorang konsumen atau nasabah akan menentukan keputusan awal nasabah sebelum benar-benar menggunakan produk atau jasa bank syariah yang dipilih.

6. *Syariah Compliance* (Kepatuhan Syariah)

a) *Pengertian *Syariah Compliance**

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/2/PBI/2011 tentang Pelaksanaan Fungsi Kepatuhan Bank Umum, maka yang dimaksud dengan kepatuhan itu sendiri adalah, nilai, perilaku, dan tindakan yang mendorong terciptanya kepatuhan terhadap ketentuan Bank Indonesia dan peraturan undang-undang berlaku, termasuk prinsip syariah bagi bank umum syariah maupun unit usaha syariah, dimana, *syariah compliance* sendiri yang merupakan komponen penting.¹⁹

¹⁹ Zamroni & Wahibur Rokhman, "Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Di Kudus", *EQUILIBRIUM : Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 1, Hlm. 102

Menurut Luqman. N, *syariah compliance* atau kepatuhan syariah adalah unit penting bagi industri keuangan syariah pada penentuan manajemen ataupun fungsionalnya. Dimana dalam hal tersebut sangat didukung karena sudah dibentuknya Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan diwajibkannya Dewan Pengawas Syariah (DPS) pada setiap lembaga keuangan syariah khususnya bank untuk selalu mengawasi pelaksanaan prinsip-prinsip Islam dalam berjalannya operasional bank.²⁰

Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa, *syariah compliance* ialah termasuk indikator penting yang terjamin kepatuhan syariahnya. Dimana *syariah compliance* menjadi bentuk tanggung jawab pihak bank saat melakukan kegiatan yang berlandaskan kepatuhan terhadap prinsip syariah yang mereka gunakan. Mengingat pula *syariah compliance* juga merupakan kepatuhan pihak bank terhadap Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang hanya mengawasi bank syariah saja karena Fatwa yang diberikan Dewan Pengawas Syariah ialah wujud dari prinsip serta aturan syariah yang benar-benar harus ditaati dalam dunia perbankan syariah, dan juga untuk menjadi salah satu aspek dasar terpenting guna membedakan industri keuangan berbasis syariah dengan yang belum syariah adalah dilihat dengan bagaimana pihak bank tersebut menjalani dan mentaati *syariah compliance* (kepatuhan syariah) itu sendiri.

²⁰ Wahyu Atika, "Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Yogyakarta)", Skripsi (UIN Suna Kalijaga Yogyakarta, 2021), Hlm. 5

b) Dimensi Syariah Compliance

Terdapat beberapa dimensi pada *syariah compliance* atau kepatuhan syariah dalam menjalankan operasional kegiatan perbankan, yaitu :²¹

1. Tidak Ada Riba dalam Transaksi Bank

Menurut Al-Jurjani, riba adalah penambahan ataupun kelebihan bayaran tanpa memberi ganti atau imbalan bagi salah satu pihak dari dua pihak yang membuat akad.

Berdasarkan firman Allah pada surah Al-Baqarah ayat 275 :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

Dari ayat tersebut, para ulama Indonesia menyepakati berdirinya bank bebas bunga, sebagaimana firman Allah SWT yang menyatakan bahwasanya riba itu haram tetapi jual beli itu halal.

2. Terhindar dari *Bai Al-'Inah*

Dikutip dari Oni Sahron, *ba'i al-'inah* terbagi berdasarkan aspek pembelian dan penjualan. Dimana, pada aspek pembelian merupakan proses memilih barang atau jasa yang kemudian dibayarkan secara tunai berdasarkan kesepakatan guna dipasarkan kembali ke penjual utama dengan harga lebih rendah. Pada aspek

²¹ Imam Mustofa, S.H.I., M.Si, “Fiqh Mu’amalah Kontemporer”, (Depok : PT. Raja Grafindo Persada, Maret 2018), Hlm. 16-18

penjualan, penjual memasarkan barang atau jasa secara tunai berdasarkan kesepakatan akan membelinya dari pembeli dengan harga yang juga lebih rendah.

3. Terhindar dari *Gharar*

Gharar berarti sifat ketidakpastian atau tidak jelas terhadap sesuatu. Dalam konteks ini, *gharar* adalah sifat ketidakpastian terhadap objek transaksi atau transaksi itu sendiri baik secara kualitas, harga, dan waktu penyerahan yang dapat menimbulkan perselisihan dan permusuhan serta adanya kerugian diantara pihak yang bertransaksi karena sama saja sifatnya seperti penipuan.

4. Terhindar dari *Maisir*

Maisir dalam hal kali ini diartikan sebagai tindakan spekulasi yang sama sekali tidak memperhatikan dasar. *Maisir* juga disebut permainan dimana satu diantara pihak nantinya menanggung beban pihak lain, transaksi *maisir* ini juga bersifat untung-untungan yang bergantung pada suatu keadaan yang tidak pasti dan tentunya akan merugikan salah satu pihak.

Di dunia perbankan syariah, terdapat transaksi diduga mengandung *maisir*, yaitu jual beli valuta asing dan perdagangan pasar modal.

c) Indikator Syariah Compliance

Menurut Othoman dan Owen, terdapat tiga indikator yang mencangkup *syariah compliance*, yaitu :²²

1) Operasional bank sesuai dengan syariat islam

Operasional pada bank syariah berbeda dengan operasional yang ada di bank konvensional. Dimana pada bank syariah sendiri menggunakan sistem operasional dengan prinsip syariah dan prinsip syariah lah salah satu daya tarik dan daya jual tinggi tersendiri terkhusus bagi nasabah untuk memilih bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional.

2) Produk dan layanan berdasarkan syariat islam

Sebagai lembaga bank yang berbasis syariat islam, bank syariah dituntut untuk berpedoman dengan Dewan Pengawas Syariah dan juga tidak hanya semata-mata mencari keuntungan saja serta tidak hanya berfokus pada aktivitas jual beli saja. Tetapi juga harus memperhatikan konsep-konsep islami seperti konsep halal, perilaku dalam berdagang, memperhatikan produk yang dipasarkan, akad-akad yang digunakan sampai bagaimana menerapkan konsep ibadah bermuamalah dalam wirausaha.

3) Menjalankan sistem bagi hasil

Sistem bagi hasil perbankan syariah sendiri bergantung pada keuntungan yang juga diperoleh dari proyek yang dijalankan. Besarnya

²² Putri Dwi Cahyani, "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta", *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 6 (2), (2016), Hlm. 152

rasio ataupun nisbah bagi hasil berdasarkan kesepakatan yang disahkan saat akad dengan pedoman kemungkinan untung rugi. Tidak hanya itu, jumlah pembagian keuntungan juga akan naik menyesuaikan kenaikan tingkat jumlah pendapatan.

B. Penelitian Terdahulu/*Literature Reviews*

Tabel 2.1

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rani Fitrah (2018) ²³	Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri KC Batusangkar	Pengetahuan nasabah, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri KC Batusangkar.
2.	Avinia Musviroh (2019) ²⁴	Pengaruh Pengetahuan Konsumen dan Lokasi Bank Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Muamalat KCP Ponorogo	Pengetahuan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Muamalat KCP Ponorogo yang dibuktikan dengan nilai thitung > ttabel yaitu 5,922 > 1,984.
3.	Arief Firidy Firmansyah (2019) ²⁵	Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah	Pengetahuan nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menjadi nasabah di Bank BNI KC Surabaya

²³ Rani Fitrah, "Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri KC Batusangkar", Skripsi (IAIN Batusangkar, 2018)

²⁴ Avinia Musviroh, "Pengaruh Pengetahuan Konsumen dan Lokasi Bank Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Muamalat KCP Ponorogo", Skripsi (IAIN Ponorogo, 2019)

²⁵ Arief Firidy Firmansyah, "Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah", Jurnal Ekonomi Islam Vol. 2 No. 3, (2019)

4.	Nanda Intan Annisa (2016) ²⁶	Pengaruh Pengetahuan, <i>Religiusitas</i> , Produk Perbankan, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Bank Syariah	Variabel pengetahuan dan religiusitas secara stimulan berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah.
5.	Ika Septiana Wulandari (2018) ²⁷	Analisis pengaruh <i>Religiusitas</i> , Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah dengan Kepercayaan Sebagai <i>Intervening</i>	Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah pada Bank BRI Syariah KC Semarang.
6.	Zamroni, Wahibur Rokhman (2016) ²⁸	Pengaruh <i>Marketing Mix</i> dan <i>Syariah Compliance</i> Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Di Kudus	Berdasarkan hasil uji T <i>syariah compliance</i> berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank umum syariah.
7.	Fitri Hidayatus Zahro (2021) ²⁹	Pengaruh Marketing Mix dan <i>Syariah Compliance</i> Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Bina Amanah KC Kebumen	Berdasarkan korelasi <i>rank spearman</i> diperoleh hasil bahwa <i>syariah compliance</i> memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah.
8.	Dedi Irawan dan Sudewi (2021) ³⁰	Pengaruh <i>Syariah Compliance</i> Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada BMT	<i>Syariah compliance</i> berpengaruh cukup kuat terhadap keputusan nasabah.

²⁶ Nanda Intan Anisa, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Produk Perbankan, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Bank Syariah", Skripsi (UIN Yogyakarta, 2016)

²⁷ Ika Septiana W, "Analisis pengaruh *Religiusitas*, Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah dengan Kepercayaan Sebagai *Intervening*", Skripsi (IAIN Salatiga, 2018)

²⁸ Zamroni W.R, "Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Di Kudus", *EQUILIBRIUM : Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 1, (2016)

²⁹ Fitri Hidayatus Z, "Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Bina Amanah Satria KC Kebumen", Skripsi (IAIN Purwokerto, 2021)

³⁰ Dedi Irawan dan Sudewi, "Pengaruh *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Nasabah Menjadi Nasabah Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)", *Jurnal Signaling*, Vol. 10, No. 2, (September 2021). (Diakses Dari ojs.stmikpringsew.ac.id Pada 27 Mei 2022)

9.	Wahyu Atika (2021) ³¹	Pengaruh Pengaruh <i>Marketing Mix</i> dan <i>Syariah Compliance</i> Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah (Studi kasus pada Generasi Milenial Yogyakarta)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>syariah compliance</i> berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih bank umum syariah Yogyakarta.
10.	Aanisa Wahyulkari mah, Ida Nurlaeli, Makhruus (2018) ³²	Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah	Variabel pengetahuan mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
11.	Siti Mutia Anggraini (2018) ³³	Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Perbankan Syariah: Studi di Kalangan Mahasiswa Univ Muhammadiyah Sumatera Utara	Berdasarkan analisis data dapat disimpulkan bahwa pengetahuan dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih perbankan syariah.
12.	Wahyu Rifki Diana (2020) ³⁴	Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan <i>Syariah Compliance</i> Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Dengan <i>Customer Service</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Studi kasus Bank BRI Syariah KCP Magelang)	Hasil menunjukkan terhadap <i>costumer trust</i> , <i>syariah compliance</i> berpengaruh positif dan signifikan.

³¹ Wahyu Atika, "Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah (Studi Kasus Pada Generasi Millennial Yogyakarta)", Skripsi (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta), 2021

³² Wahyulkharimah Annisa, dkk, "Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah", HES : *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 1, (April 2018)

³³ Siti Mutia A, "Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Perbankan Syariah (Studi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)", Skripsi (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018)

³⁴ Wahyu Rifki Diana, "Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Persepsi Pada *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank BRI Syariah KCP Magelang Dengan *Customer Trust* Sebagai Variabel *Intervening*", Skripsi (IAIN Salatiga, 2020)

13.	Celya Candra Dewi (2019) ³⁵	Pengaruh <i>Marketing Mix</i> dan <i>Syariah Compliance</i> Terhadap Keputusan Nasabah Memilih (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>syariah compliance</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.
14.	Gampito, Afridawati (2017) ³⁶	<i>Syariah Compliance On Customers' Decision To Save In Syariah Bank Study On Customers At A Branch Office Of Bank Syariah Mandiri In Batusangkar</i>	Adanya pengaruh <i>syariah compliance</i> terhadap keputusan nasabah yang dibuktikan berdasarkan hasil uji R ² dan uji statistic uji T.
15.	Muhammad Nasir, Safaruddin, Nanang Prihatin, Rauzana (2022) ³⁷	Pengaruh Literasi Keuangan, Tata Kelola, dan <i>Syariah Compliance</i> (Kepatuhan Syariah) Dalam Preferensi Memilih Produk Bank Syariah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel <i>syariah compliance</i> secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan.
16.	Okke Luthfiyaldhi (2021) ³⁸	Analisis Bauran Pemasaran dan <i>Syariah Compliance</i> Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah	Terdapat pengaruh positif antara variabel <i>syariah compliance</i> terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah.

³⁵ Celya Candra Dewi, "Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang", Skripsi (IAIN Salatiga, 2019)

³⁶ Gampito dan Afridawati, "Pengaruh *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Batusangkar", *Batusangkar International Conference 11*, (Oktober, 2017)

³⁷ Muhammad Nasir, dkk, "Pengaruh Literasi Keuangan, Tata Kelola, dan Kepatuhan Syariah Dalam Preferensi Memilih Produk Bank Syariah", *EKOMBIS Sains : Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, Vol. 07, No. 01, (Maret 2022)

³⁸ Okke Luthfiyaldhi, "Analisis Bauran Pemasaran dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah", Skripsi (UIN Syarif Hdiyataullah, 2021)

17.	Lailatul Badi'ah (2021)	Pengaruh Strategi <i>Word Of Moth</i> (WOM), <i>Syariah Compliance</i> , dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Muamalat KCU Palembang	Hasil penelitian membuktikan secara parsial <i>syariah compliance</i> berpengaruh positif dan signifikan.
18.	Ahmad Dzul Ilmi. S dan Akramunas (2020) ³⁹	Bauran <i>Syariah Compliance</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	<i>Syariah Compliance</i> berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah melalui pembiayaan syariah.
19.	Eko Yuliawan (2011) ⁴⁰	Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Memilih Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung	Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah sebesar 44,8%.
20.	Achida Nur Anifah (2019) ⁴¹	Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Temanggung Dengan Religiusitas Sebagai Variabel <i>Moderating</i>	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, uji hipotesis Ttest menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan ($0,00 < 0,05$).

³⁹ Ahmad Dzul Ilmi. S dan Akramunas, "Bauran *Syariah Compliance* Terhadap Loyalitas Pelanggan", LAA MAISYIR : *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 7 No. 1, (Juni, 2020)

⁴⁰ Eko Yuliawan, "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung", STIE Mikroskil, *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, Vol. 01, No. 01, (April 2011)

⁴¹ Achida Nur Anifah, "Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Temanggung Dengan Religiusitas Sebagai Variabel *Moderating*", Skripsi (IAIN Salatiga, 2019)

C. Pengembangan Hipotesis

Penelitian ini memerlukan hipotesis yang bertujuan memberikan dugaan yang mungkin terjadi antara hubungan variabel independent dengan variabel dependent apakah itu benar atau salah dalam sebuah penelitian. Hipotesis sendiri ialah dugaan sementara yang masih perlu untuk diuji kembali kebenarannya dengan sebuah proses penalaran melalui beberapa tahap sesuai ketentuan.

Dengan mengacu pada teori dan berdasarkan penjelasan diatas bahwa harusnya ada hipotesis pada penelitian ini sebelum penulis melakukan penelitian. Hipotesis yang akan diajukan sebagai jawaban sementara pada penelitian ini berkaitan dengan :

1) Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusan

Rani Fitrah dalam penelitiannya dengan judul pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri KC Batusangkar menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.⁴²

Pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan ini juga diperkuat oleh Annisa Wahyualkarimah, Ida Nurlaeli, dan Makhrus dalam penelitiannya dengan judul pengaruh budaya, psikologis, pelayanan, dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah yang menunjukkan variabel pengetahuan mempunyai pengaruh positif

⁴² Rani Fitrah, "Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusannya Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Batusangkar)", Skripsi (IAIN Batusangkar, 2018)

yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.⁴³ Berdasarkan penelitian tersebut, maka hipotesis yang ada adalah,

H1 : Pengetahuan Nasabah berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Memilih.

2) Pengaruh *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan

Berdasarkan hasil penelitian yang diangkat oleh Dedi Irawan dan Sudewi dengan judul pengaruh *syariah compliance* terhadap keputusan menjadi nasabah menyatakan bahwa *syariah compliance* memiliki pengaruh yang cukup kuat.⁴⁴ Hasil penelitian tersebut juga diperkuat dengan adanya hasil penelitian dari Wahyu Atika dengan judul pengaruh *marketing mix* dan *syariah compliance* terhadap keputusan nasabah memilih bank umum syariah (studi kasus pada Generasi Milenial Yogyakarta) bahwa *syariah compliance* secara positif berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank umum syariah.⁴⁵

Berdasarkan penelitian tersebut, maka hipotesis yang ada adalah,

H2 : *Syariah Compliance* berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Memilih

Dari teori, penelitian terdahulu serta hipotesis diatas, penulis menyimpulkan hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini adalah :

⁴³ Annisa Wahyulkharimah, dkk, “Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah”, *HES : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 1, (April 2018)

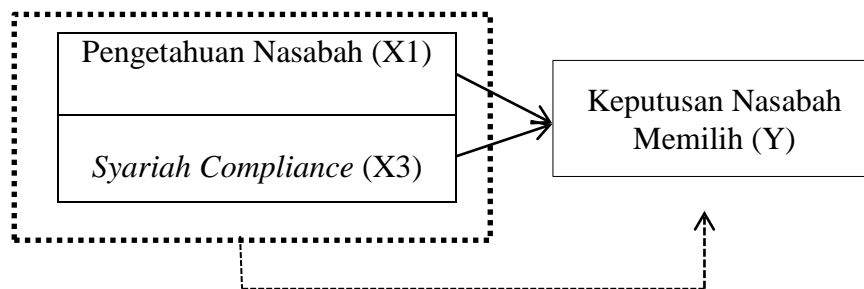
⁴⁴ Dedi Irawan dan Sudewi, “Pengaruh *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Nasabah Menjadi Nasabah Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)”, *Jurnal Signaling*, Vol. 10, No. 2, (September 2021). (Diakses dari ojs.stmikpringsew.ac.id pada 27 Mei 2022)

⁴⁵ Wahyu Atika, “Pengaruh *Marketing Mix* Dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Yogyakarta)”, Skripsi (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021)

- H1 : Diduga Pengetahuan Nasabah berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Sumsel dan Babel Cabang Pembantu Syariah UIN Raden Fatah Palembang.
- H2 : Diduga *Syariah Compliance* berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Sumsel dan Babel Cabang Pembantu Syariah UIN Raden Fatah Palembang.
- H3 : Diduga Pengetahuan Nasabah dan *Syariah Compliance* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Sumsel dan Babel Cabang Pembantu Syariah UIN Raden Fatah Palembang.

D. Kerangka Teori

Gambar 2.1



Kerangka berpikir diatas merupakan pola model konseptual berupa gagasan yang menggambarkan keterkaitan antar variabel independen dengan variabel dependen guna menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel dalam penelitian.⁴⁶

⁴⁶ Sugiono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D", (Bandung : Alfabeta, 2015), Hlm. 91

Kerangka berpikir yang disajikan diatas menunjukkan bahwa variabel pengetahuan nasabah (X1) berpengaruh terhadap variabel keputusan memilih (Y), variabel *syariah compliance* (X2) berpengaruh terhadap keputusan memilih (Y), dan variabel keduanya berpengaruh secara bersamaan terhadap keputusan memilih.

