

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Istilah kata pendapatan dan penghasilan memiliki maksud yang sama. Dalam buku berjudul *Intermediate Accounting* Edisi 8 (2004), Baridwan menjelaskan pendapatan (*revenue*) ialah aliran masuk atau kenaikan lain aktiva suatu badan usaha atau pelunasan utang (kombinasi keduanya) selama satu periode berasal dari penyerahan aktivitas lain yang merupakan kegiatan utama badan usaha.¹

Pengertian pendapatan dalam bisnis ialah jumlah uang diperoleh oleh perusahaan dari aktivitasnya seperti penjualan produk atau jasa kepada pelanggan. Berbanding terbalik bagi investor mengenai pendapatan kurang penting dibandingkan keuntungan yang merupakan jumlah uang diterima setelah dikurangi pengeluaran.²

Dalam lingkup mikro ditinjau dari penggunaan penghasilan, perilaku menabung dapat dikaitkan teori perilaku konsumsi. Terdapat dua macam alokasi penghasilan keluarga dari pengeluaran konsumsi dan tabungan. Setiap individu memiliki kebutuhan dan sumber pendapatan bermacam-macam. Berdasarkan sifat yaitu pendapatan tetap dan tidak tetap.³

¹ Arinal Khasanah , "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Motivasi dan promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah, IAIN Salatiga, Skripsi, 2016, hlm 16.

² Muhamad Aris Sulistyono, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi, dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah, Jurnal UII, 2016, hlm 8.

³ Arinal Khasanah , "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Motivasi dan promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah", hlm 16-17.

b. Pandangan Islam Tentang Pendapatan

Tanpa disadari, Islam menyuruh umatnya memikirkan masa depan yakni mencari harta, dengan cara-cara yang sesuai dengan kehormatan dan agama. Allah telah menerangi jalan di dalam hal tersebut. Seperti dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah (2) ayat 198 berbunyi:⁴

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ

Berdasarkan ayat diatas tampaklah bahwa Imam Bukhari mengatakan telah menceritakan kami Muhammad telah menceritakan kepadaku Ibnu Uyaynah, dari Amr, dari Ibnu Abbas yang menceritakan di masa Jahiliyah, Ukaz, Majannah, dan Zul-Majaz merupakan pasar tahunan, mereka merasa berdosa bila melakukan perniagaan dalam musim haji maka turunlah ayat ini.⁵

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut :

- 1) Kesempatan kerja yang tersedia. Dilihat makin luas kesempatan kerja yang tersedia maka makin banyak penghasilan diperoleh pekerjaan tersebut.
- 2) Kecakapan dan keahlian yang mampu meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam berpengaruh terhadap penghasilan.
- 3) Motivasi atau dorongan. Makin besar dorongan maka makin besar peroleh penghasilan dari hasil kerja.
- 4) Keuletan bekerja. Memaksimalkan hasil kerja dengan tanggung jawab diberikan.

⁴ "Tidak ada dosa bagimu mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Rabb-mu."

⁵ Furi, Syaikh Shafiiyyur,al-Mubarak, "Tafsir Ibnu Katsir", (Bogor : Pustaka Ibnu Katsir, 2006), hlm 313.

- 5) Besar kecilnya usaha dipengaruhi besar kecilnya modal yang dipergunakan dapat memberikan peluang yang besar terhadap pendapatan yang akan diperoleh.⁶

d. Indikator Pendapatan

Menurut Sudarsono, terdapat tiga bagian pendapatan, sebagai berikut:

1. Pendapatan Pribadi ialah pendapatan tiap bulan dari hasil pekerjaan utama yang dikerjakan bersifat rutin.
2. Pendapatan Sampingan ialah pendapatan diperoleh dari pekerjaan luar pekerjaan utama.
3. Pendapatan lain-lain yang berasal dari pihak lain berupa barang, bentuk uang dan pendapatan bukan dari usaha.
4. Jumlah rata-rata penghasilan yang diperoleh dalam jangka 1 tahun.⁷

2. Religiusitas

a. Pengertian

Istilah religi berasal dari bahasa latin *religio* yang dimulai katanya *religare* berarti mengikat. Maksudnya ialah suatu kewajiban atau aturan yang harus dilaksanakan berfungsi mengikat dan mengutuhkannya pribadi seseorang atau kelompok dalam hubungan dengan Tuhan atau sesama manusia serta alam sekitar.

Mengenai objek religi yakni manusia struktural mental keseluruhan secara tetap diarahkan kepada pencipta dan tertinggi yaitu Tuhan. Jadi dapat disimpulkan penjelasan di atas bahwa religiusitas merupakan penghayatan dan pengalaman individu berdasarkan ajaran agama atau kepercayaan dianutnya. Adapun pendapat lain, para ahli dalam menyebut

⁶ Arinal Khasanah, "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Motivasi dan promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah", hlm 18-20.

⁷ Ibid, hlm 16-18.

aspek religius dalam diri manusia merujuk pada suatu fakta kegiatan atau aktivitas religius yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia.⁸

b. Faktor Mempengaruhi Religiusitas

Religiusitas menurut Thouless dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain, yaitu:⁹

1) Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial yang mencakup dalam pengaruh sosial perkembangan keagamaan termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dan sikap yang disepakati oleh lingkungan dengan berbagai pendapat.

2) Faktor pengalaman berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

3) Faktor kehidupan kebutuhan ini secara garis besar terbagi empat, yaitu: (a) kebutuhan untuk memperoleh harga diri, (b) kebutuhan akan cinta kasih, (c) kebutuhan akan keamanan atau keselamatan, dan (d) kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

4) Faktor intelektual berhubungan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

c. Pandangan Islam Mengenai Religiusitas

Dalam Islam terdapat penjelasan untuk mempelajari ajaran secara keseluruhan dalam aspek kehidupan manusia dengan hubungan Tuhan,

⁸ Fadlyka Himmah Syahputera Harahap, "*Analisis Pengaruh Religiusitas Dan Pendapatan Usaha Nasabah Serta Margin Bank Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Bank Syariah* (Kasus Nasabah di Kecamatan Padangsidempuan Utara), Pascasarjana, UIN Sumatera Utara, Tesis, .2016, hlm 14.

⁹ Muhamad Aris Sulistyono, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi, dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah*, hlm 7.

manusa, serta alam. Dalam penjelasan (QS. Al-Baqarah : 208) berbunyi:¹⁰

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا
خُطَوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Menurut Al-Aufi meriwayatkan dari Ibnu Abbas, Mujahid, Thawus, adh-Dhahhak, Ikrimah, Qatadah, as-Suddi dan Ibnu Zaid tentang firman Allah yakni *kaffah* (keseluruhan) dan laksanakanlah seluruh amal ketaatan dan jauhi apa yang diperintahkan syaitan kepada kalian.¹¹

d. Indikator Religiusitas

Menurut Glook dan Rodney, religiusitas berarti keadaan terdapat dalam diri seseorang yang mendorong berpikir, bersikap. Berperilaku sesuai ajaran agama. Religiusitas diperoleh melalui proses, diantaranya:¹²

- 1) Dimensi Pendidikan,
- 2) Pengalaman,
- 3) Pemahaman,
- 4) Konsekuensi,
- 5) Kehidupan.

¹⁰ "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".

¹¹ Furi, Syaikh Shafiyur, al-Mubarak, "Tafsir Ibnu Katsir", hlm 683-684.

¹² Maisur, dkk, "Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan Religiusitas, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Banda Aceh", Jurnal Magister Akuntansi, Volume 4 No.2 , Pascasarjana Universitas Syiah Kuala (2015), hlm 4.

3. Minat

a. Pengertian

Minat adalah konsumen tertarik untuk mencari informasi tersebut.¹³ Atau hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk melakukan keputusan.¹⁴ Adapun faktor yang penting mempengaruhi proses keputusan tersebut baik dari membeli atau mengonsumsi produk dan jasa. Faktor utama yang mempengaruhi ialah faktor lingkungan dan perbedaan perilaku individu. Dan proses pengambilan keputusan dalam minat meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan dan perilaku pasca keputusan.¹⁵ Keinginan adalah hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan tersebut. Keinginan atau minat manusia dibentuk oleh kekuatan dan industri sosial seperti sekolah, keluarga, dan perusahaan.¹⁶

Dan berbeda dengan pengertian lain menyebutkan bahwa Minat bukan hanya untuk melengkapi kebutuhan tertentu melainkan dengan menciptakan keinginan dalam memahami secara mendalam serta mempelajari bagaimana terciptanya kebutuhan yang terpenuhi agar dapat menciptakan nilai untuk sebagian masyarakat atas produk dan jasa. Sehingga organisasi dapat memanfaatkan kajian bagi kepentingan pemanfaatan dorongan kebutuhan dan keinginan bagi peningkatan besarnya permintaan produk ataupun jasa tersebut.¹⁷

Dalam aktivitasnya seperti menabung merupakan aktivitas dalam keinginan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya atau untuk menyelesaikan permasalahan hidupnya dari berbagai aspek. Berkenaan

¹³ Nugroho J Setiadi, " *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen* ", (Jakarta: Prenadamedia Group, 2003), hlm 337.

¹⁴ Etta Mamang Sangadji, " *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* ", Ed.1, (Yogyakarta: Andi Offset., 2013), hlm 7.

¹⁵ Ibid, hlm 39.

¹⁶ Sudaryono, " *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* ", Ed.1, (Yogyakarta: Andi Offset., 2016), hlm 43.

¹⁷ Sofjan Assauri, " *Manajemen Bisnis Pemasaran* ", Ed.1, Cet.1, (Depok: Rajawali Pers, 2018), hlm 78-79.

itu, Dalam Islam melarang mendiamkan harta benda. Karena itu, harta tersebut digunakan baik untuk perusahaan maupun untuk perdagangan dan pertanian agar manfaatnya bisa dinikmati oleh orang banyak.¹⁸ Seperti dinyatakan dalam firman Allah SWT :¹⁹

...وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ
اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ, يَوْمَ يُحْمَىٰ عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ
فَتُكْوَىٰ بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ وَظُهُورُهُمْ هَذَا مَا كَنَزْتُمْ
لِأَنفُسِكُمْ فَذُوقُوا مَا كُنْتُمْ تَكْنِزُونَ ۖ

Dari beberapa pengertian minat diatas, dapat disimpulkan bahwa berisi peringatan agar tidak meniru-niru dalam hal perkataan dan keadaan mereka. Adapun kata *al-kanz* (menimbun), imam malik telah meriwayatkan dari Abdullah bin Dinar dari Ibnu Umar bahwa maksudnya adalah harta yang tidak ditunaikan zakatnya. Dan ayat ini ditujukan kepada kita (ahli kitab) dan mereka.²⁰

b. Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu dan berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Faktor lingkungan justru mempunyai pengaruh lebih besar terhadap timbul dan perkembangannya minat seseorang. Crow berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

¹⁸ Ahmad Shalaby, "Kehidupan Sosial Dalam Pemikiran Islam", Cet-1, (Jakarta: Penerbit Amzah, 2001), hlm 368.

¹⁹ "Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkanya pada jalan Allah, maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih, Pada hari dipanaskan emas perak itu dalam neraka jahannam, lalu dibakar dengannya dahi mereka, lambung dan punggung mereka (lalu dikatakan) kepada mereka: "Inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, maka rasakanlah sekarang (akibat dari) apa yang kamu simpan itu" (QS. At-Taubah: 34-35).

²⁰ Furi, Syaikh Shafiyur,al-Mubarak, "Tafsir Ibnu Katsir" , hlm 192-198.

1. Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan, dan lain-lain. Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain.
2. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat, karena biasanya yang memiliki ilmu pengetahuan cukup luas (orang pandai) mendapat kedudukan yang tinggi dan terpandang dalam masyarakat.
3. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.²¹

c. Minat Dalam Pandangan Islam

Minat merupakan karunia terbesar yang dianugerahkan Allah SWT kepada kita. Namun, bukan berarti hanya berpangku tangan dan minat tersebut berkembang dengan sendirinya. Tetapi upayanya adalah mengembangkan karunia Allah dengan kemampuan maksimal sehingga karunia-Nya dapat berguna dengan baik pada diri kita dan kepada orang lain serta lingkungan lainnya.²²

²¹ Choirul Fuaddiyah, "Pengaruh Minat, Tingkat Religiusitas, Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar", IAIN Tulungagung, Skripsi, 2019, diakses <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/11390/> Pada Tanggal 25 november 2019, hlm 23.

²² Ibid, hlm 26.

d. Indikator Minat

Menurut Djaali, minat di dasari rasa lebih suka dan keterkaitan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Dalam hal ini minat diperoleh beberapa proses, diantaranya:²³

- 1) Kesukaan, 2) Ketertarikan, 3) Perhatian, dan 4) Keterlibatan.

4. Keputusan Menjadi Nasabah

a. Pengertian

Keputusan merupakan hasil berpikir, dan merupakan hasil usaha intelektual yang melibatkan pilihan dari berbagai alternatif , tindakan nyata walaupun pelaksanaannya boleh ditangguhkan atau dilupakan.²⁴ Atau proses penelusuran masalah yang berawal dari belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Untuk memudahkan pengambilan keputusan maka perlu tahap yang bisa mendorong kepada terciptanya keputusan diantaranya sebagai berikut:

1. Mendefinisikan masalah tersebut secara jelas dan mudah dimengerti.
2. Membuat daftar masalah yang akan dimunculkan dan menyusunnya secara prioritas agar terarah dan terkendali.
3. Melakukan identifikasi dari setiap masalah tersebut dalam memberikan gambaran secara lebih tajam dan spesifik.
4. Memetakan setiap masalah berdasarkan kelompoknya masing-masing dengan alat uji yang akan dipakai.
5. Memastikan kembali bahwa alat uji digunakan telah sesuai dengan prinsip dan kaidah berlaku pada umumnya.

²³Ratna Rizky Amalia, *Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Petani Desa Ringinharjo Kecamatan Bantul Kabupaten Bantul)*, hlm 3.

²⁴Nina W Syam, *"Psikologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi"*, Cet- 2, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), hlm 6.

Dalam pengertian lain pengambilan keputusan berangsur melalui empat tahap, yaitu (1) *Intelligence*, (2) *Design* (3) *Choice* dan (4) Implementasi. Sebab itulah keputusan selalu memakan waktu, tenaga dan pikiran hingga akhirnya pengkritisan dan lahirnya keputusan tersebut.

Dan proses pengambilan keputusan yang terdiri dari delapan langkah meliputi mengidentifikasi masalah, memilih suatu alternatif, mengevaluasi keputusan dan proses pengambilan keputusan.²⁵

Adapun pengertian lain, keputusan merupakan seleksi dari dua pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda. Keputusan berkaitan dengan hal yang telah ditetapkan dan dipertimbangkan, sikap terakhir yang harus dilakukan dalam mengambil tindakan menurut Kamus Bahasa Indonesia.

Keputusan hanyalah suatu kegiatan rutin dalam arti kebutuhan akan cukup terpenuhi melalui pembelian ulang suatu produk yang sama. Namun apabila terjadi perubahan harga, produk dan pelayanan yang diterima maka konsumen tersebut mungkin tidak lagi mengulang kembali keputusannya dengan mempertimbangkan produk lainnya.

Dan juga keputusan adalah pemilihan antara alternatif lain. Definisi ini mengandung tiga pengertian yakni ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik dan ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan itu makin mendekati pada tujuan tersebut.²⁶

Sehubungan dengan itu, kaitan lingkungan nasabah berpengaruh pada hal diluar nasabah baik dari pikiran, rasakan, dan lakukan. Hal ini termasuk rangsangan sosial dan keluarga yang memengaruhi nasabah.

²⁵ Irham Fahmi, "*Manajemen Pengambilan Keputusan*", Cet-2, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm 2-5.

²⁶ Usman Effendi, "*Psikologi Konsumen*", Ed.1, Cet.1, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm 247.

Lingkungan nasabah penting karena media antar rangsangan ditempatkan untuk memengaruhi nasabah atau konsumen lain.²⁷

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan

Hampir setiap hari, setiap orang membuat sejumlah keputusan meyangkut setiap aspek atau setiap aktivitas kehidupan. Pengambilan keputusan bisa meliputi berbagai jenis dan berpengaruh pada jenis keputusan lainnya yang berhubungan dengan proses konsumsi dalam pasca keputusan tersebut.

Pada dasarnya setiap keputusan yang diambil adalah untuk mengatasi masalah di hadapi dan upaya dalam untuk memperoleh informasi. Berdasarkan kontinum pencarian informasi itu, maka pengambilan keputusan dapat dibedakan menjadi tiga tingkatan yakni (1) penyelesaian masalah ekstensif (*extensive problem solving*), (2) penyelesaian masalah terbatas (*limited problem solving*), dan (3) perilaku respons yang rutin (*rutinized response behavior*).²⁸

Keputusan sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, dan psikologi. Sebagian besar tidak dapat dikendalikan tetapi dapat benar-benar diperhitungkan. Karenanya kita akan bahas tiap faktor tersebut diantaranya:

1. Faktor Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila bertindak berdasarkan naluri, maka umumnya dipelajari
2. Faktor Subbudaya ialah setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.

²⁷ J Paul Peter, Jerry C Olson, "Consumer Behavior dan Marketing Strategy", Penj: Diah Tantri Dwiandani, Ed.9, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hlm 24.

²⁸ Damiani dkk, "Perilaku Konsumen", Ed.1, Cet.1, (Depok: Rajawali Pers, 2017), hlm 174.

3. Faktor Kelas Sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.
4. Faktor Peran dan Status umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi dalam setiap kelompok yang diidentifikasi dalam peran dan status.
5. Faktor Keadaan Ekonomi adalah keadaan ekonomi seseorang yang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang).
6. Faktor Kepribadian dan Konsep Diri adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan relatif konsisten.²⁹

Proses pengambilan keputusan yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan dan perilaku pasca keputusan.³⁰

c. Keputusan Dalam Pandangan Islam

Dalam pandangan Islam terhadap pengambilan keputusan disebutkan dalam firman Allah SWT yaitu:³¹

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ
يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Dalam ayat diatas menjelaskan terimalah segala yang telah disampaikan Nabi ﷺ dengan akalmu dan tak usahlah banyak pertanyaan,

²⁹ Nugroho J Setiadi, " Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen", hlm 10-12.

³⁰ Ibid, hlm 14.

³¹ "Katakanlah (Muhammad) tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan" (Q.S Al-Maidah : 100).

kadang pertanyaan itu kalau mendapat jawaban hanyalah akan mempersulit dirimu sendiri.³²

d. Indikator Keputusan Menjadi Nasabah

Menurut Boediono, keputusan ialah suatu pengakhiran dari proses pemikiran tentang suatu masalah dengan mengatasi masalah tersebut digunakan pilihan pada suatu alternatif. Berikut diperoleh proses dari keputusan, diantaranya:

1. Kesadaran terhadap kebutuhan menabung.
2. Aktif dalam mencari informasi.
3. Teliti dengan tawaran menabung.
4. Kepuasan memiliki tabungan.
5. Menjadi nasabah keputusan yang tepat.³³

5. Konsep *Green Economy* (Ekonomi Hijau)

a. Pengertian

Gagasan "*green economy*" memberikan peluang yang besar bagaimana upaya memanfaatkan konsepsi "*green economy*" dalam rangka menunjang pelaksanaan pembangunan yang berorientasi pada aspek lingkungan dan ekosistem. Dalam Konsep modern *Green Economy* merupakan konsep yang dikenalkan untuk melengkapi sekaligus mengembangkan konsep *Green Economy* yang telah ada dengan aspek pembahasan yang lebih membatasi pada ekonomi untuk hal-hal yang bersifat ramah lingkungan (*economy to green requirements*).

Konsep modern dalam perspektif ini *Green Economy* tidak hanya memberi penekanan pada berbagai kebijakan standar, seperti bagaimana menilai lingkungan secara ekonomi dan pemberian sanksi terhadap aktivitas-aktivitas yang membahayakan dan berpotensi merusak lingkungan; tetapi yang lebih penting adalah bagaimana konsep ekonomi hijau tersebut mampu mendorong pelaku ekonomi untuk memproduksi

³² Hamka, "*Tafsir Al-Azhar*", -Cet.1, (Jakarta: Gema Insani, 2015) , hlm 51.

³³ Maisur,dkk, *Loc.cit*, hlm 4.

barang, perdagangan, dan mengkonsumsi hal-hal yang ramah lingkungan atau produk barang dan jasa yang lebih ramah lingkungan. Pendapatan dan lapangan pekerjaan yang dihasilkan dari *Green Economy*.³⁴

Terdapat empat kelompok dalam *green growth* dari berbagai sektor: (1) energi dan industri ekstraktif, (2) industri manufaktur, (3) konektivitas, dan (4) sumber daya alam terbarukan menggunakan pendekatan pertumbuhan ekonomi hijau berdasarkan strategi secara bersamaan mencari solusi untuk mengurangi kemiskinan, inklusi sosial, kelestarian lingkungan, dan pertumbuhan ekonomi. Hal ini sangat penting untuk mencapai beragam tujuan ekonomi dan sosial, termasuk ketahanan pangan dan energi, serta mengurangi tekanan pada lingkungan dan sumber daya alam.³⁵

Sehubungan dengan itu dalam tujuan program dunia yang menjadi target bersama untuk memaksimalkan pertumbuhan ekonomi hijau. Menurut UNEP; *United Nations Environment Programme* dalam laporannya yang berjudul *Towards Green Economy* menyebutkan ekonomi yang mampu meningkatkan kesejahteraan dan keadilan sosial dengan menghilangkan pengaruh negatif pertumbuhan ekonomi terhadap lingkungan diartikan sebagai perekonomian yang rendah karbon (tidak menghasilkan emisi dan polusi lingkungan), hemat sumber daya alam dan berkeadilan sosial. Dan hal ini juga didukung pemerintah dengan mendeklarasikan hari lingkungan hidup dunia pada tahun 2012 bertepatan "Ekonomi Hijau atau *Green Economy*". Adapun hal ditekankan dalam deklarasi tersebut bertujuan untuk meningkatkan

³⁴ Endah Murniningtyas, "*Langkah Menuju Ekonomi Hijau, Sintesa dan Memulainya*", diakses www.bappenas.go.id, (Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, 2012), hlm 3.

³⁵ Greengrowth.bappenas.go.id, "*Program Pertumbuhan Ekonomi Hijau Pemerintah Indonesia - GGGI*", (diakses pada tanggal 05 Desember 2019).

kualitas lingkungan dengan upaya dapat berdampak pada ekonomi dan sosial masyarakat.³⁶

Dengan demikian, *Green Economy* merupakan suatu alat/sarana yang diharapkan mampu memberikan tiga keluaran, yaitu 1) adanya sumber-sumber penghasilan serta lapangan pekerjaan yang baru; 2) emisi karbon yang rendah, mengurangi penggunaan sumber daya alam, dan mengurangi peningkatan polusi dan limbah; serta 3) memberikan kontribusi untuk tujuan sosial yang lebih luas melalui pelaksanaan pembangunan berkelanjutan, kesetaraan sosial, dan pengurangan kemiskinan. Namun, tujuan sosial tersebut memerlukan kebijakan kelembagaan yang spesifik dan harus melekat pada kegiatan green economy.³⁷

Langkah kebijakan yang diambil dalam rangka penurunan emisi gas rumah kaca adalah dengan peningkatan pengelolaan sampah dan air limbah domestik. Strategi yang akan dilakukan di sektor limbah ini mencakup: (i) Meningkatkan kapasitas kelembagaan dan peraturan di daerah; (ii) Meningkatkan pengelolaan air limbah di perkotaan; (iii) Mengurangi timbulan sampah melalui 3R (reduce, reuse, recycle); (iv) Memperbaiki proses pengelolaan sampah di Tempat Pemrosesan Akhir (TPA); (v) Meningkatkan pembangunan/ rehabilitasi TPA; dan (vi) Memanfaatkan limbah/sampah menjadi produksi energi yang ramah lingkungan.³⁸

³⁶ Siti Aisyah, Skripsi, "*Penerapan Prinsip Ekonomi Hijau (Green Economy) Dalam Pengendalian Kebakaran Hutan Dan Lahan (Karhutla) Di Provinsi Kalimantan Tengah*", digilib.iain-palangkaraya.ac.id , 2017 ,(diakses pada tanggal 10 September 2019).

³⁷ Endah Murniningtyas, "*Langkah Menuju Ekonomi Hijau, Sintesa dan Memulainya*", hlm 4.

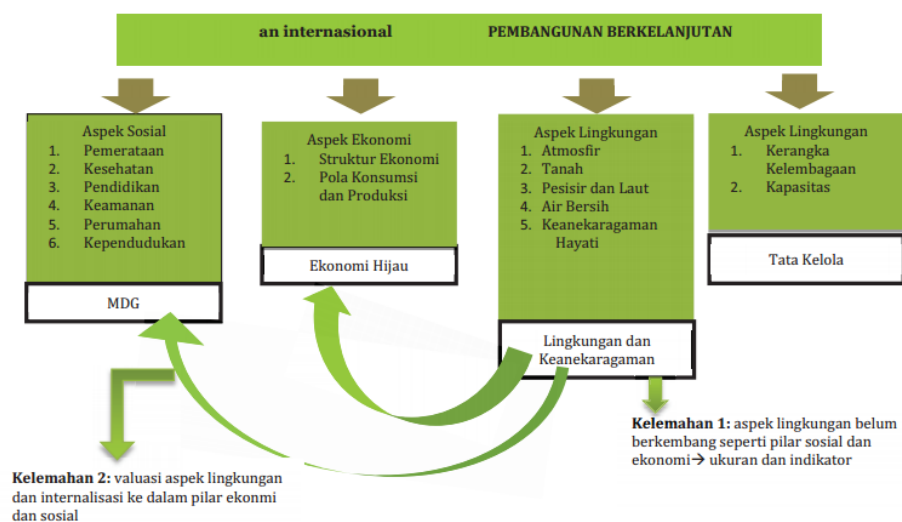
³⁸ Endah Murniningtyas, "*Langkah Menuju Ekonomi Hijau, Sintesa dan Memulainya*", hlm 22.

b. Pembangunan Berkelanjutan

Peningkatan praktek berkelanjutan di tingkat mikro/kegiatan secara langsung dapat diukur pada sisi produksi, sisi konsumsi/perilaku konsumsi masyarakat secara keseluruhan, baik rumah tangga, perilaku korporasi dalam pengelolaan perkantornya maupun perilaku masyarakat di ranah publik.

a. Faktor Produksi lebih berkelanjutan yang dapat ditandai dengan: i. Penurunan emisi GRK di sektor riil: manufaktur, transportasi dan produksi energi, pertanian , ii. Konservasi energi di industri meningkat, iii. Jumlah perusahaan yang memenuhi standar baku mutu limbah.

b. Faktor konsumsi yang lebih berkelanjutan yang dapat ditandai dengan: i. Peningkatan kebersihan lingkungan/pengelolaan sampah (rumah tangga dan usaha/korporasi maupun di tempat umum (publik)), ii. Efisiensi energi di rumah tangga, korporasi.³⁹



Gambar 2.1 Lingkaran Langkah Pembangunan Berkelanjutan

Faktor pendukung ini meliputi: adanya lembaga yang mendukung penerapan pembangunan berkelanjutan, tata kelola dan kapasitas baik

³⁹ Endah Murniningtyas, "Prakarsa Strategis Pengembangan Konsep Green Economy", diakses www.bappenas.go.id , (Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, 2014), hlm 140.

individu maupun komunitas dan pemerintah, swasta dan seluruh pihak. Dalam kaitan dengan kerangka tersebut di atas seperti struktur dan pemanfaatan dilakukan oleh Bank Sampah sebagai salah satu instrumen pembangunan berkelanjutan dalam peningkatan struktur ekonomi hijau.⁴⁰

Dalam hal ini berkenaan aspek ekonomi dan lingkungan tentang pengelolaan sampah berdasarkan UU Nomor 18 Tahun 2008 adalah kegiatan yang sistematis, menyeluruh, dan berkesinambungan yang meliputi pengurangan dan penanganan sampah. Pengurangan sampah dengan 3 R (*reduce, reuse, recycle*) yaitu pada pengurangan sampah dengan pola mengurangi timbunan sampah, memanfaatkan sampah yang masih bisa dimanfaatkan, dan daur ulang dari bahan baku sampah. Berikut dijelaskan tentang 3 R:

1. *Reduce* / mengurangi / membatasi diantaranya : gunakan produk yang memiliki kemasan minimal, gunakan produk isi ulang, gunakan gelas untuk menjamu, sistem prasmanan saat memperingati berbagai perayaan.
2. *Reuse* / pamanfaat / pakai ulang seperti gunakan kain bekas untuk lap , gunakan kaleng bekas untuk tempat menyimpan peralatan, gunakan kertas bolak-balik, kertas bekas untuk catatan, manfaatkan botol / gelas plastik untuk hiasan / kerajina, manfaatkan lagi kantong kresek untuk menyimpan barang
3. *Rycle* / daur ulang seperti pembuatan kompos, pembuatan kertas daur ulang, gunakan produk daur ulang, serahkan/jual sampah plastik, kertas, kaleng, kepengapul atau pemulung untuk didaur ulang.⁴¹

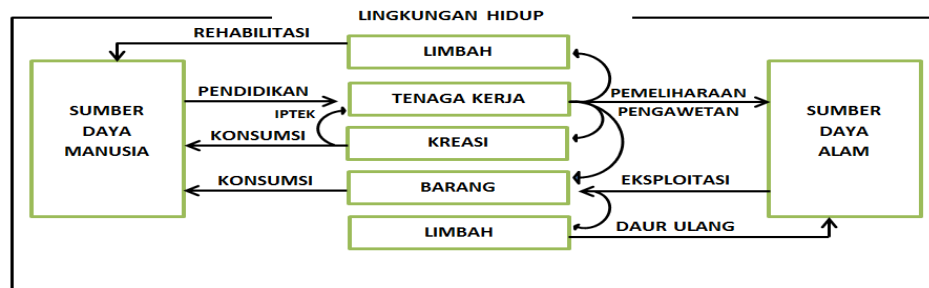
Berkenaan hal tersebut, pembangunan industri secara luas meliputi industri primer (terutama pembangunan dan pertanian), industri sekunder (terutama konstruksi dan manufaktur), serta industri tersier (transportasi,

⁴⁰ Endah Murniningtyas, "*Prakarsa Strategis Pengembangan Konsep Green Economy*", diakses www.bappenas.go.id , (Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, 2014), hlm 8.

⁴¹ Ibid, hlm 41.

komunikasi dan sektor jasa lainnya). Uraian ini menunjukkan bahwa pembangunan industri sangat diperlukan bagi pertumbuhan ekonomi yang syarat mutlak bagi perbaikan kesejahteraan dan peningkatan kualitas hidup manusia.⁴²

Adapun konsep yang menjelaskan komponen penting dalam lingkungan hidup yakni sumber daya manusia dan sumber daya alam. Dalam kenyatannya sebagian dari manusia kurang menggunakan akal pikiran sehingga tidak mampu memanfaatkan kemampuannya itu atau bahkan cenderung membuat kesalahan dengan kemampuannya.⁴³



Gambar 2.2 Model Pengelolaan Lingkungan Hidup (Dimodifikasi Dari Soerianegara).

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Arinal Khasanah (2016)	Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Motivasi dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah	Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Motivasi, Promosi, Keputusan Menjadi Nasabah	Pendidikan, Pendapatan, Motivasi, dan Promosi menunjukkan berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Nasabah.

⁴² Moh Soerjani, Rofiq Ahmad dan Rozy Munir, *“Lingkungan: Sumberdaya alam dan Kependudukan dalam Pembangunan Ekonomi, Cet-1,* (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI Press, 1987), hlm 222.

⁴³ Ibid, hlm 258.

2.	Muhamad Aris Sulistyono (2016)	Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi, dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Negara Indonesia Syariah	Pengetahuan, Religiusitas, Promosi, Tingkat Pendapatan, dan Keputusan Menjadi Nasabah	Pendapatan, Religiusitas dan Promosi menunjukkan berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Nasabah sedangkan Pengetahuan tidak berpengaruh.
3.	Farhan Nashrullah (2017)	Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Jumlah Anak, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Takaful Keluarga Malang	Pendidikan, Pendapatan, Jumlah Anak, Religiusitas dan Keputusan Menjadi Nasabah	Pendidikan, Pendapatan, Jumlah Anak menunjukkan berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Nasabah sedangkan Religiusitas tidak berpengaruh.
4.	Sayyidatul Maghfiroh (2018)	Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah	Religiusitas, Pendapatan, Lingkungan Sosial dan Minat Menabung	Pendapatan dan Lingkungan Sosial menunjukkan berpengaruh terhadap Minat Menabung sedangkan Religiusitas tidak berpengaruh.
5.	Julia Sri Ningsih (2017)	Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas Dan <i>Disposable Income</i> Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Pada Dosen UIN Raden Intan Lampung)	Persepsi, Religiusitas, <i>Disposable Income</i> , dan Minat Menabung	Persepsi, Religiusitas, <i>Disposable Income</i> menunjukkan berpengaruh terhadap Minat Menabung.
6.	Maisur, Muhammad Arfan, dan M. Shabri	Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan Religiusitas dan	Prinsip Bagi Hasil, Pendapatan, Religiusitas,	Prinsip Bagi Hasil, Pendapatan dan Religiusitas menunjukkan

	(2015)	Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Banda Aceh	Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menabung	berpengaruh terhadap Keputusan Menabung sedangkan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh.
7.	Choirul Fuaddiyah (2019)	Pengaruh Minat, Tingkat Religiusitas, Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.	Minat, Religiusitas, Produk, Promosi, dan Keputusan Menjadi Nasabah	Minat, Religiusitas, Produk, Promosi menunjukkan berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Nasabah.

Perbedaan penelitian dengan penelitian sebelumnya terdapat pada variabelnya. Arinal Khasanah (2016) memfokuskan analisis pada pendidikan, pendapatan, motivasi dan promosi yang dijadikan sebagai pertimbangan nasabah dalam memutuskan menjadi nasabah. Penelitian Muhamad Aris Sulistyono (2016) memfokuskan pada pendapatan, religiusitas, dan promosi terhadap keputusan menjadi nasabah, demikian juga penelitian Julia Sri Ningsih (2017) yang terfokus pada pengaruh religiusitas dan *disposable income* terhadap minat menabung. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Choirul Fuaddiyah (2019) ini memfokuskan pengaruh minat, religiusitas, produk, promosi terhadap keputusan menjadi nasabah.

C. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah suatu proposisi atau pernyataan tentang karakteristik populasi yang merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian yang terdapat dalam rumusan masalah.⁴⁴ Menurut Lungberg, hipotesis ialah sebuah generalisasi yang bersifat tentatif yang valid masih harus diuji. Dalam tahap paling dasar hipotesis berupa firasat, ide imajinatif yang menjadi dasar penyelidikan lebih lanjut.⁴⁵

Dengan maksud penjelasan diatas terlihat bahwa sangat penting sebagai langkah awal sebelum menyimpulkan hasil yang diambil berdasarkan kenyataan tersebut maka hipotesis dapat dikembangkan adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat

Secara teoritis, minat (*interest*) adalah sikap yang berlangsung terus menerus yang menolakan perhatian seseorang, sehingga membuat jadi selektif terhadap objek minatnya, perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas, pekerjaan, atau objek itu berharga atau berarti bagi individu dan satu keadaan motivasi, atau set motivasi, yang menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu.⁴⁶

Secara empiris, penelitian oleh Moena Azizah (2016)⁴⁷ berjudul “pengaruh pendapatan dan pendidikan nasabah terhadap minat nasabah investasi emas di BSM KC Warung Buncit”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.

⁴⁴ I'antut Thoifah., “*Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*”, (Malang: Madani, 2015), hlm 183.

⁴⁵ Muhajirin, Maya Panorama, “*Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*”, (Palembang: Penerbit Idea Press, 2017), hlm 96.

⁴⁶ Choirul Fuaddiyah,” *Pengaruh Minat, Tingkat Religiusitas, Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar*”, hlm 21.

⁴⁷ Moena Azizah, “*Pengaruh Pendapatan Dan Pendidikan Nasabah Terhadap Minat Nasabah Investasi Emas Di Bsm Kc Warung Buncit*”, Uin Syarif Hidayatullah, Skripsi, 2016 (Diterbitkan).

Berdasarkan uraian secara teoritis dan empiris yang telah dijelaskan maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat

2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat

Secara teoritis, minat ialah keadaan seseorang yang mempunyai perhatian disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan secara lanjut. dengan demikian, minat dapat diartikan menimbulkan sikap yang memiliki kesiapan berbuat bila ada stimulus khusus sesuai keadaan tersebut.⁴⁸

Secara empiris, penelitian oleh Julia Sri Ningsih (2017)⁴⁹ berjudul “pengaruh persepsi, tingkat religiusitas dan disposable income terhadap minat menabung di perbankan syariah (Studi Pada Dosen Uin Raden Intan Lampung), Rahma Bellani Oktavindria Iranati (2017)⁵⁰, Skripsi, "pengaruh religiusitas, kepercayaan, pengetahuan dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah (studi kasus di kota tanggerang selatan). Hasil penelitian tersebut menunjukkan variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Berdasarkan uraian secara teoritis dan empiris yang telah dijelaskan maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat

3. Pengaruh Pendapatan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Secara teoritis, pendapatan sebagai sumber penambahan ekonomi yang diperoleh dan dapat dipakai untuk konsumsi. Pendapatan memiliki

⁴⁸ Ibid, hlm 23.

⁴⁹ Julia Sri Ningsih, “*Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah* (Studi Pada Dosen Uin Raden Intan Lampung), UIN Raden Intan Lampung, Skripsi, 2017 (diterbitkan).

⁵⁰ Rahma Bellani Oktavindria Iranati, “*Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah* (Studi Kasus Di Kota Tangerang Selatan), UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Skripsi, 2017 (diterbitkan).

dampak langsung pada kegiatan produk dan jasa, oleh karena itu pendapatan berhubungan dengan keputusan nasabah.⁵¹

Secara empiris, Penelitian oleh Muhamad Aris Sulistyono (2016)⁵² berjudul “pengaruh pengetahuan, religiusitas, promosi, dan tingkat pendapatan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah bank negara indonesia syariah”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Berdasarkan uraian secara teoritis dan empiris yang telah dijelaskan maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

4. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Secara teoritis, dalam bahasa arab, agam dikenal dengan kata *al-din* dan *al-milah* yang berarti kerajaan, pelayanan, kejayaan, kehinaan, pemaksaan, kebajikan, kebiasaan, pengabdian, kekuasaan dan pemerintahan, taat, dan mengesakan tuhan. Religius menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh.⁵³

Secara empiris, penelitian oleh Maisur, Muhammad Arfan dan M. Shabri (2015)⁵⁴ berjudul “pengaruh prinsip bagi hasil, tingkat pendapatan religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung nasabah pada bank syariah banda aceh”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung.

Berdasarkan uraian secara teorits dan empiris yang telah dijelaskan maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

⁵¹ Arinal Khasanah, “Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Motivasi dan promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah”, hlm 18.

⁵² Muhamad Aris Sulistyono, “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi, dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah”.

⁵³Ibid, hlm 6.

⁵⁴ Maisur, Muhammad Arfan dan M. Shabri, " Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Banda Aceh", Jurnal Magister Akuntansi, Vol 4 No 2, Pascasarjana Universitas Syiah Kuala, 2015.

H₄: Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

5. Pengaruh Minat Sebagai Variabel Intervening Antara Pendapatan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Secara teoritis, perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.⁵⁵

Secara empiris, penelitian dilakukan oleh Sayyidatul Maghfiroh (2018) berjudul “pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah pada santri pesantren mahasiswi darush shalihat”, dan Bagja Sumantri (2014)⁵⁶ berjudul “pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di bank syariah”. Hasil dari penggabungan penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel minat sebagai variabel intervening berpengaruh signifikan antara pendapatan terhadap keputusan menjadi nasabah.

Berdasarkan uraian secara teoritis dan empiris yang telah dijelaskan maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₅: Minat berpengaruh sebagai variabel intervening antara Pendapatan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

6. Pengaruh Minat Sebagai Variabel Intervening Antara Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Secara teoritis, konsep tentang hubungan antara masalah dan analisis permintaan, dalam konsumsi diasumsikan bahwa konsumen

⁵⁵ Farhan Nashrullah, “Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Jumlah Anak, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Takaful Keluarga Malang” Jurnal Ilmiah, Universitas Brawijaya , 2017 (diterbitkan) hlm 3.

⁵⁶ Bagja Sumantri, “Pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di bank syariah”. (diterbitkan).

cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum. Hal ini secara rasionalitas Islami mengatakan bahwa pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan masalah yang diperolehnya.⁵⁷

Secara empiris, penelitian yang dilakukan oleh Ratna Rizky Amalia (2018)⁵⁸ berjudul "Analisis pengaruh pengetahuan, religiusitas, promosi dan tingkat pendapatan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah (studi kasus pada masyarakat petani desa ringinharjo kecamatan bantul kabupaten bantul), dan Choirul Fuaddiyah (2019)⁵⁹ berjudul "pengaruh minat, tingkat religiusitas, produk dan promosi terhadap keputusan menjadi nasabah di bank muamalat indonesia kantor cabang pembantu blitar". Hasil penelitian dari penggabungan tersebut menunjukkan bahwa variabel minat sebagai variabel intervening berpengaruh signifikan antara religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah.

Berdasarkan uraian secara teoritis dan empiris yang telah dijelaskan maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₆: Minat berpengaruh sebagai variabel intervening antara Religiusitas terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

7. Pengaruh Minat Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Secara teoritis, keputusan ialah untuk mengatasi masalah yang dihadapi. Dalam proses pengambilan keputusan, membutuhkan informasi dan akan melakukan upaya-upaya tertentu untuk memperoleh informasi tersebut. Tiap keputusan membutuhkan informasi yang berbeda. Pencarian

⁵⁷ Diky Anwar, "Ekonomi Mikro Islam", Cet.6, (Palembang: Noerfikri,2016), hlm 118.

⁵⁸ Ratna Rizky Amalia, "Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Petani Desa Ringinharjo Kecamatan Bantul Kabupaten Bantul). UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Skripsi , 2018 (diterbitkan).

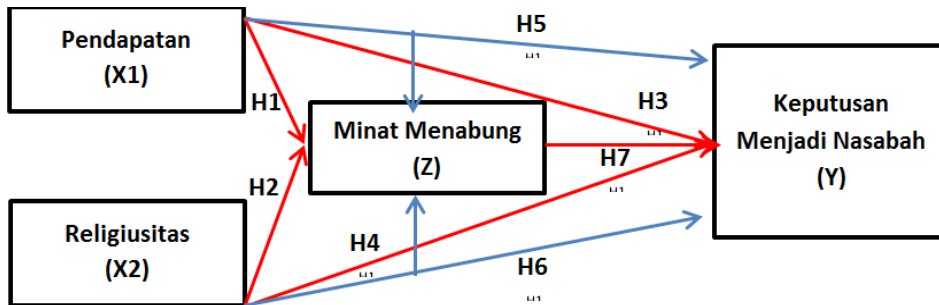
⁵⁹ Choirul Fuaddiyah, "Pengaruh Minat, Tingkat Religiusitas, Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar", (diterbitkan).

informasi merupakan suatu kontinum mulai dari yang tinggi sampai yang rendah.⁶⁰

Secara empiris, penelitian yang dilakukan oleh Bagja Sumantri (2014)⁶¹ berjudul “pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di bank syariah”, Choirul Fuaddiyah (2019)⁶² berjudul “pengaruh minat, tingkat religiusitas, produk dan promosi terhadap keputusan menjadi nasabah di bank muamalat indonesia kantor cabang pembantu blitar”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel minat berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Berdasarkan uraian secara teoritis dan empiris maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₇: Minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

D. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

⁶⁰ Choirul Fuaddiyah, “Pengaruh Minat, Tingkat Religiusitas, Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar”, hlm 60.

⁶¹ Bagja Sumantri, “Pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di bank syariah”, Vol 10 Nomor 02, Jurnal Economia , 2014 (diterbitkan).

⁶² Choirul Fuaddiyah, “Pengaruh Minat, Tingkat Religiusitas, Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar”, (diterbitkan).