

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perbankan dan lembaga keuangan mempunyai peranan penting dalam kegiatan perekonomian Indonesia. Menurut Lover (1997) dalam (Simatupang, 2019), sektor perbankan sering disebut sebagai jantung dan penggerak perekonomian suatu negara. Hal ini terlihat dari peran strategi perbankan dalam perekonomian sebagai penghimpun dan penyaluran dana bagi masyarakat. Dengan melakukan merger bank, pemerintah juga akan membantu memastikan kelancaran fungsi sektor perbankan. Pada tahun 1998, pemerintah menggabungkan bank-bank tersebut dan mendirikan Bank Mandiri. Kemudian, pada 1 Februari 2021, pemerintah melakukan merger terhadap bank syariah dan mendirikan Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan keberadaan Pasal , kita dapat melihat bahwa potensi perbankan syariah di Indonesia semakin meningkat. Indonesia saat ini menduduki peringkat dunia dalam peringkat Global Islamic Economic Index (GIEI) dengan nilai 91,2 pada tahun 2020/2021. Jumlah ini meningkat dibandingkan tahun lalu yang saat itu Indonesia menduduki peringkat kelima dunia. Perbankan syariah berkembang cukup pesat. Angka ini dapat ditentukan dengan menaikkan peringkat Global Islamic Economic Index (GIEI) mulai tahun 2019 menjadi pada tahun 2020. Menurut (Afriani & Asandimitra, 2020), Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memperkirakan kinerja 4.444 bank umum suatu saat akan disalip oleh bank syariah. Peningkatan rata-rata sebanyak 4.444 rekening dan tabungan pada tahun 2018 mencerminkan kemajuan dan pencapaian perbankan

syariah yang mengesankan. Oleh karena itu, layanan perbankan syariah diharapkan mampu membawa keunggulan keuangan nasional bagi industri perbankan syariah. Otoritas Indonesia ingin Bank Syariah Indonesia menguasai setidaknya 15% pasar pada tahun 2023 (Aisyah, 2018). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam, fatwa Majelis Ulama Indonesia, dan menghindari kegiatan gharar, meysir, riba, atau yang terkait dengannya dilarang dalam Islam. Dengan menerapkan konsep tersebut, bank syariah dapat menarik nasabah untuk menggunakan produk syariah. Menyimpan uang adalah salah satunya. Jika masyarakat memiliki tingkat minat yang tinggi terhadap bank syariah dan tingkat pemahaman yang tinggi terhadap bank syariah, maka pertumbuhan bank syariah akan semakin terakselerasi.

Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan peneliti terhadap 21 mahasiswa pendidikan akuntansi Universitas Islam Sumatera Utara yang telah menyelesaikan mata kuliah perbankan syariah, terdapat 27 mahasiswa (67%) yang memiliki rekening bank syariah. Di antara mereka dari semester IV sampai VI, hanya sebagian kecil siswa yang aktif menabung. Hal ini menunjukkan bahwa minat pelajar untuk menabung di bank syariah masih sangat rendah. Menabung di bank syariah ternyata memiliki banyak keunggulan dibandingkan menabung di bank tradisional. Tabungan meningkat seiring dengan mulainya pelajar memasuki dunia pendidikan tinggi. Peningkatan ini disebabkan oleh beragamnya mata kuliah yang diajarkan sehingga memungkinkan mahasiswa dapat mengelola keuangannya dengan lebih baik (Putri & Susanti, 2018).

Menurut (Mintarja et al., 2017), minat dapat diartikan sebagai seseorang yang melakukan sesuatu secara sukarela tanpa adanya paksaan dari orang lain. Respon yang dihasilkan dihasilkan dari minat dan ditunjukkan dengan tercapainya tujuan. Apabila tujuan yang diinginkan adalah mengelola keuangan dengan baik, maka produk perbankan yang layak adalah produk tabungan syariah. Menabung di bank syariah memiliki keunggulan dibandingkan menabung di bank konvensional. Produk tabungan bank syariah bebas bunga. Ini akan mendukung pelajar yang ingin menabung di perbankan dan lembaga keuangan. Sebagai masyarakat terpelajar, mahasiswa tentu mempunyai peranan dalam pembangunan perekonomian negara. Hal ini juga berlaku untuk semua keputusan yang bertanggung jawab. Misalnya, membuka rekening di bank syariah dan menabung.

Tentunya banyak faktor pendukung sebelum membuka rekening bank syariah. Pengaruh tersebut dapat berasal dari sumber eksternal dan internal. Aspek eksternal yang paling dekat bagi mahasiswa adalah mempelajari Teori Perbankan Syariah. Studi Perbankan Syariah dapat dihubungkan dengan Kursus Perbankan Syariah dan Akuntansi Syariah. Pembelajaran Perbankan Syariah menjelaskan perbedaan konsep perbankan syariah dengan perbankan konvensional. Ketika pelajar mengetahui manfaat bank syariah, maka mereka akan cenderung memanfaatkan produk keuangan bank syariah tersebut. Selain itu, pembelajaran perbankan syariah tidak hanya sekedar menjelaskan pentingnya Keuangan Islam. Namun hal ini juga terkait dengan pentingnya tabungan dalam perbankan syariah. Mengenai situasi dimana mahasiswa ingin menabung di bank syariah. Berdasarkan observasi awal peneliti terhadap mahasiswa pendidikan

akuntansi Universitas Islam Sumatera Utara, 50% dari seluruh responden mengatakan bahwa motivasi mereka membuka rekening bank syariah didasarkan pada tingkat kenyamanan mereka. Saya menjawab berdasarkan persyaratan syariah Tugas kuliah perbankan yang bisa dirasakan. Hal ini berlanjut bahkan setelah kursus berakhir. Hal ini mendukung pendapat bahwa pembelajaran perbankan syariah dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam mengambil dana di bank syariah.

Penelitian (Rosyid & Saidiah, 2016) menunjukkan nilai tambah pengetahuan perbankan dan mendorong mahasiswa menabung di bank syariah, Kualitas pelayanan juga memicu atensi mahasiswa untuk menentukan menabung di bank syariah. (Sangaji & Sopiah, 2013) menguraikan kualitas yakni situasi perkembangan ditandai oleh penggunaan komoditas, pelayanan, individu, prosedur, maupun tempat yang memenuhi ekspektasi. Kualitas pelayanan mengacu pada jumlah pelayanan yang sangat baik atau buruk yang ditawarkan oleh penyedia pelayanan untuk memuaskan pelanggan dengan melebihi harapan mereka (Tjiptono, 2001 dalam Haris & Irham, 2012). Minat pelanggan bank untuk bertransaksi dengan bank syariah akan tumbuh sebagai hasil dari pelayanan yang diberikan oleh bank syariah. Terlebih saat pertama kali mengunjungi bank syariah atau *first impression*. Maka dari itu membangun kepercayaan nasabah sangat penting untuk menarik dan mempertahankan ketertarikan pelanggan bank saat bertransaksi di bank syariah. Penelitian (Al Faqih, 2020), kualitas pelayanan berdampak cukup besar terhadap minat mahasiswa guna menabung di bank syariah.

Keadaan tersebut bertolak belakang pada pengkajian (Habriyanto & Kurniawan, 2021) menemukan apabila fasilitas dan pelayanan bukan menjadi dorongan besar berkenaan keinginan menyisihkan sebagian uang di bank syariah.

Selanjutnya fasilitas kerja yang memadai akan mempermudah proses pelayanan yang diberikan untuk masyarakat. Fasilitas perbankan yang dimaksud adalah setiap kondisi atau sarana dan prasarana yang terbilang lengkap untuk digunakan sehingga dapat mempermudah proses transaksi perbankan dengan kondisi yang terpelihara dan layak pakai dengan baik.

Berdasarkan observasi awal peneliti mengenai fasilitas yang terdapat pada perusahaan perbankan, peneliti melihat bahwa fasilitas yang ada masih kurang memadai dan belum sepenuhnya dipergunakan sesuai fungsi fasilitas tersebut, dan sampai sekarang masih banyak kendala-kendala serta keluhan dari mahasiswa mengenai fasilitas yang ada seperti luas ruangan yang terbilang sangat kecil, dan kurangnya ketersediaan tempat untuk diruang tunggu. Sehingga mengakibatkan kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan untuk masyarakat.

Kinerja pelayanan yang nyatanya dan umumnya masih belum seperti yang diharapkan, hal ini dapat dilihat dari adanya pengaduan atau keluhan dari mahasiswa menyangkut prosedur dan mekanisme kerja pelayanan yang berkulat pada diksi berbelit-belit, tidak transparan, kurang informatif, kurang akomodatif, kurang konsisten, terbatasnya fasilitas, sarana dan prasarana pelayanan, sehingga tidak menjamin kepastian (hukum, waktu, dan biaya).

Dengan masalah-masalah yang terjadi pada keputusan menabung mahasiswa, peneliti tertarik melakukan suatu penelitian mengenai pembelajaran

perbankan Syariah, kualitas pelayanan dan fasilitas yang ada, sehingga dalam penelitian ini akan membahas lebih jelas hal-hal terkait diatas.

Melalui pemaparan latar belakang di atas, masalah penelitian yang telah peneliti kemukakan di atas, maka judul peneliti ini adalah “Pengaruh Pembelajaran Perbankan Syariah, Kualitas Layanan, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Islam Sumatera Utara”.

### 1.2. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada penjelasan sebelumnya, maka dapat dilakukan identifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Kurangnya pembelajaran perbankan Syariah sehingga menurunnya keputusan menabung mahasiswa.
2. Menurunnya kualitas pelayanan perbankan Syariah sehingga keputusan mahasiswa menabung condong kepada perbankan konvensional.
3. Fasilitas perbankan syariah yang diberikan belum sepesat dan sefleksibel perbankan konvensional.

### 1.3. **Batasan Masalah**

Dikarenakan adanya keterbatasan waktu dalam penulisan penelitian ini, agar tidak meluas dan fokus pada permasalahan yang akan di bahas dan tentunya mencapai hasil yang diharapkan, maka penulis perlu membuat batasan-batasan dalam penelitian ini. Fokus utama dalam penelitian ini yakni terkait :

1. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa/i Program Studi Akuntansi Universitas Islam Sumatera Utara angkatan 2021.

2. Indikator yang diukur pada penelitian ini mencakup pembelajaran perbankan Syariah, kualitas pelayanan, dan fasilitas yang akan mempengaruhi minat mahasiswa/i Program Studi Akutansi Universitas Islam Sumatera Utara.

#### 1.4. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pembelajaran perbankan syariah berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah pada mahasiswa program studi akuntansi universitas islam sumatera utara?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah pada mahasiswa program studi akuntansi universitas islam sumatera utara?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah pada mahasiswa program studi akuntansi universitas islam sumatera utara?
4. Apakah pembelajaran perbankan, kualitas layanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah pada mahasiswa program studi akuntansi Universitas Islam Sumatera Utara?

#### 1.5. **Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji pengaruh pembelajaran perbankan syariah terhadap keputusan menabung mahasiswa.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung mahasiswa.
3. Untuk menguji pengaruh fasilitas terhadap keputusan menabung mahasiswa.
4. Untuk menguji pengaruh pembelajaran perbankan Syariah, kualitas layanan dan fasilitas terhadap keputusan menabung mahasiswa.

#### 1.6. **Manfaat Penelitian**

Dari gambaran pendahuluan hingga tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara kolektif, baik untuk keilmuan (teoritis) atau untuk peneliti, dan subjek penelitian (praktis) manfaat tersebut adalah:

1. Dari segi teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai kontribusi ilmiah dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya mengenai tinjauan dibank syariah.

2. Dari segi praktis

Peneliti hasil penelitian ini diharapkan menjadi penelitian ilmiah yang dapat dijadikan laporan serta tugas akhir strata 1 (satu) prodi akuntansi serta menjadi referensi untuk tokoh masyarakat yang akan menambah wawasan ilmu tentang pengaruh pembelajaran perbankan syariah, kualitas



pelayanan dan literasi keuangan terhadap minat menabung mahasiswa pendidikan akuntansi di bank syariah .

3. Manfaat untuk penelitian selanjutnya

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi tambahan informasi dan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Pengaruh Pembelajaran Perbankan Syariah, Kualitas Layanan, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Islam Sumatera Utara .

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pembelajaran Perbankan Syariah**

Perbankan syariah memiliki potensi besar di Indonesia, karena mayoritas penduduk di Indonesia beragama Islam. Dengan begitu diharapkan perbankan syariah tumbuh secara ekponensial, sehingga meningkatkan perekonomian Indonesia. Namun tingkat informasi dan pemahaman masyarakat tentang bank syariah masih sangatlah rendah, sehingga menimbulkan tantangan dan masalah yang harus dihadapi oleh bank syariah. Sebagian besar masyarakat muslim Indonesia masih cenderung menggunakan produk bank konvensional untuk transaksi sehari-hari. Hal ini menyebabkan masih rendahnya asset keuangan syariah.

Menabung sangatlah penting karena tabungan dapat menambah asset negara, pengaruh dari tabungan domestic yang rendah yaitu tidak dapat dilakukan suatu investasi, oleh karena itu pemerintah melakukan pinjaman dana serta investasi dari luar negeri (Todaro, M. P & Smith, 2011).

#### **2.1.2 Definisi Pembelajaran Perbankan Syariah**

Dalam kaitannya dengan pengawasan bank Syariah, maka pada pasal 50 Undang-undang No. 21 Tahun 2008 sebagai undang-undang yang khusus mengatur perbankan syariah disebutkan bahwa pembinaan dan pengawasan bank syariah dan UUS dilakukan oleh Bank Indonesia (Hartanto, 2012)

Dalam hal ini mahasiswa mampu berperan aktif dalam mengatasi masalah ini. Karena mahasiswa adalah generasi penerus bangsa dan merupakan seseorang yang memiliki tingkat pendidikan tertinggi karena sedang menempuh pendidikan di jenjang perguruan tinggi (Wardani, 2019).

Dengan begitu dapat dikatakan bahwa mahasiswa merupakan agen perubahan. Maka diharapkan mahasiswa yang mengambil prodi pendidikan akuntansi Universitas Negeri Surabaya dapat memberikan perubahan dalam pandangan perbankan syariah pada masyarakat karena prodi ini merupakan salah satu prodi yang memberikan mata kuliah perbankan syariah yang berisi mengenai materi tentang literasi keuangan syariah berbagai hukum dan kebijakan tentang bank syariah. Dengan demikian diharapkan wawasan mahasiswa pendidikan akuntansi Universitas Islam Sumatera Utara tentang perbankan syariah akan bertambah karena sebagai kaum yang intelektual mahasiswa memiliki peranan penting dalam kehidupan.

Dalam menentukan keputusan memilih sebuah produk, calon nasabah memiliki kualifikasi tersendiri. Jika produk yang ditawarkan memberikan banyak manfaat untuk calon nasabah maka mereka akan tertarik dan memutuskan untuk menggunakan produk perbankan tersebut. Para calon nasabah perlu mengetahui dan memahami pengetahuan ataupun informasi dasar tentang bank syariah sebelum mereka memutuskan untuk memilih bank, karena ini dapat dijadikan pertimbangan keputusan bagi calon nasabah tersebut (Utamy, 2019).

Jika tingkat pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah sangat tinggi kemungkinan akan semakin meningkatnya keputusan masyarakat untuk

memilih menabung ke bank syariah, namun begitupun sebaliknya keputusan menabung akan menurun jika tingkat pemahaman informasi tentang bank syariah masih sangat rendah. Selain itu pembelajaran perbankan syariah sangat erat hubungannya dengan pengambilan keputusan menabung mahasiswa pada bank syariah. Masyarakat akan lebih bijaksana dalam mengambil keputusan apabila mereka memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi dan akan lebih mudah mengolah informasi tentang bank syariah yang mereka dapatkan, sehingga kemungkinan untuk berhubungan dengan bank syariah akan semakin tinggi pula (Utamy, 2019).

Salah satu faktor tersebut adalah pembelajaran mata kuliah perbankan syariah dimana dalam pembelajaran tersebut menjelaskan seputar konsep dan jenis produk perbankan syariah serta mengenal istilah-istilah nama produk yang ditawarkan oleh pihak perbankan. Dari hal tersebut akan memberikan suatu penjelasan dan pemahaman akan suatu perbedaan yang sangat jelas antara kebijakan yang di terapkan di perbankan syariah dan perbankan konvensional. Sehingga mahasiswa dapat mempertimbangkan dan tergerak untuk mencoba menjadi bagian nasabah dari perbankan syariah.

### **2.1.3 Indikator pembelajaran perbankan Syariah**

Berikut indikator pembelajaran perbankan Syariah menurut (Juwita Anggraini dan Maya Panorama, 2020, p. 265)

#### **1. Perkembangan ilmu ekonomi islam**

Selama perkuliahan mahasiswa dapat menjelaskan tentang perbedaan sejarah perkembangan ilmu ekonomi islam dan ilmu ekonomi

konvensional, serta memahami hubungan ekonomi dengan kebutuhan masyarakat dan Lembaga.

2. Memahami konsep ekonomi syariah

Mahasiswa diharapkan mampu mengkaji konsep ekonomi, konsep syariah dan konsep kebutuhan ekonomi syariah

3. Memahami konsep perbankan syariah

Mahasiswa memahami dasar, elemen dan ciri-ciri perbankan syariah

4. Memahami produk-produk perbankan Syariah

Mahasiswa mengetahui produk perbankan Syariah dan pernghimpunan serta penyaluran dana

5. Memahami konsep keuangan syariah

Mahasiswa mengerti tentang konsep uang dalam islam, teori keuangan dan konsep hak kepemilikan

6. Memahami fiqh muamalat

Memahami fungsi, persyaratan, jenis dan akad transaksi dalam perbankan syariah

## 2.2 **Kualitas Pelayanan**

Pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. (dalam Raminto dan Atik Septi Winarsih, 2005:2).

Pelayanan merupakan serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan juga merupakan suatu proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan yang meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat. Pelayanan umum dapat diartikan sebagai perbuatan atau kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah untuk mengurus hal-hal yang diperlukan masyarakat/ khalayak umum. Dengan demikian, Pelayanan yang baik dan berkualitas adalah pelayanan yang cepat, menyenangkan, tidak mengandung kesalahan, mengikuti prosedur yang telah ditetapkan. (Ahmad Batinggi, 2000;12).

### **2.2.2 Definisi Kualitas Pelayanan**

Pengertian Layanan (Service) merupakan suatu proses. Proses ini terdiri dari banyak kegiatan yang melibatkan interaksi antara pelanggan dan penyedia jasa. Tujuan interaksi ini adalah untuk dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas. (www. Google. Com. Pengertian Pelayanan 2007).

Jasa merupakan suatu produk yang tidak ketara yang di aplikasikan kegiatannya berupa service atau pelayanan. Di dalam pemasaran jasa perbankan pelayanan merupakan masalah utama yang harus ditanangi, hal ini disebabkan karena pemasaran jasa perbankan ini mentangkut kepada keputusan nasabah. Dilain pihak pula, tingkat kepuasan nasabah sulit dihitung atau diukur dengan satuan.

Pelayanan merupakan (service) merupakan cara promosi tidak langsung yang dapat dilakukan oleh bank, maka nasabah akan merasa puas dengan

pelayanan yang sangat bagus, hal ini dapat dijadikan alat untuk menarik nasabah lebih banyak lagi, (Sondang P. Siagian, 2003:11).

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah, maka pihak bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakat. Citra ini dapat dibangun melalui pelayanan dan fasilitas produk, fasilitas pelayanan dan kenyamanan. Untuk meningkatkan citra perbankan maka bank perlu menyiapkan personil yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Personil inilah yang dinamakan *costumer service*. Nasabah yang mendatangi bank hendaknya diperlakukan dengan segala tanggapan atau tingkah laku yang baik, dimana bank tidak boleh bersifat meremehkan atau mengecilkan ide-ide dari pihak nasabah.

Untuk itu mulai dari pimpinan sampai kepada karyawan untuk terlibat dalam perbankan dapat melaksanakan bagaimana seharusnya etiket dalam perbankan terhadap nasabahnya. Etiket perbankan yang dianut oleh sesuatu bank akan menentukan kedudukan tersebut ditengah-tengah masyarakat. Hidup matinya, lancar atau tidaknya aktivitas bank terletak pada petugas petugas yang ada dalam bank tersebut. Jadi pelayanan (*service*) yang baik juga merupakan salah satu produk bank untuk menarik nasabah yaitu dengan memberikan segala kemudahan dan rasa aman bagi nasabah apabila berhubungan dengan bank, sehingga dengan demikian dapat menunjang penawaran bagi produk-produk lain yang dihasilkan bank serta lebih mudah didalam memasarkan produk-produk tersebut. (Syafii Antonio, 2001:85).

Untuk meningkatkan citra perbankan maka bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya.

Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini kita sebut Customer Service (CS) atau ada juga yang menyebutnya Services Asistensi (SA). Customer Service (CS) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

*Costumer Service* memegang peranan sangat penting. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *Costumer Service* memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. Customer Service bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Costumer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu, tugas *Costumer Service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan. (Kasmir, 2004:2002).

Selain itu pelayanan adalah cara promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh bank. Apabila pelayanan yang diberikan kepada nasabah memuaskan, maka nasabah akan merasa puas dan dapat dijadikan alat untuk menarik nasabah. (Hasyim, 2000: 66). Pelayanan kepada konsumen merupakan unsur strategi produk kepada era sekarang ini, keberhasilan pemasaran suatu produk sangat berkaitan erat dengan kualitas pelayanan sebelum dan sesudah penjualan.

Pada prinsipnya dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang baik yang dilakukan oleh suatu organisasi baik pemerintah maupun swasta termasuk bidang ketatausahaan harus memuat beberapa aspek, antara lain :



- a. Keterbukaan yaitu adanya informasi pelayanan yang berupa loket informasi yang dimilikinya dan terpampang dengan jelas.
- b. Kesederhanaan yaitu mencakup prosedur pelayanan dan persyaratan pelayanan
- c. Kepastian yaitu menyangkut informasi waktu, biaya dan petugas pelayanan yang jelas.
- d. Keadilan yaitu memberi perhatian yang sama terhadap pelanggan tanpa adanya diskriminasi yang dapat dilihat dari materi atau kedekatan seseorang
- e. Keamanan dan kenyamanan hasil produk pelayanan memenuhi kualitas teknis dan dilengkapi dengan jaminan purna pelayanan secara administrasi ;
- f. Perilaku petugas pelayanan menyenangkan pelanggan, yaitu harus tanggap dan peduli dalam memberikan pelayanan dengan tidak mempersulit pelanggan untuk mencari keuntungan pribadi.

Ada dua pendekatan umum yang dipergunakan dalam memasarkan pelayanan, yaitu:

1. Pengelompokan nasabah Pengelompokan yang biasanya dilakukan adalah pembagian pelayanan atau produk sesuai dengan keinginan nasabah.
2. Pengelompokan menurut pola pembelian Sistem penggolongan barang yang paling berguna adalah berdasarkan pembelian untuk produk bank

sebagai contoh adalah simpanan giro yang diberikan oleh bank dengan berbagai fasilitas untuk memudahkan nasabah. (Simorangkir, 2000:88).

Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah melaksanakan tabungan antara lain adalah:

- a. Kekayaan yang telah terkumpul yaitu orang yang memperoleh warisan atau kekayaan cenderung melakukan tabungan karena telah mempunyai kekayaan maka pendapatan cenderung untuk dikonsumsi, sedangkan orang yang tidak memperoleh warisan atau kekayaan cenderung melakukan tabungan dengan tujuan untuk memperoleh kekayaan, memenuhi kebutuhan masa depan, keluarga dll.
- b. Tingkat suku bunga karena bunga merupakan pendapatan yang diperoleh dari uang yang ditabungkan.
- c. Sikap berhemat dalam kehidupan ada masyarakat yang berhemat dan mengkomsumsi seperlunya dan sehingga sisa pendapatan cenderung untuk ditabung, sedangkan masyarakat yang tidak melakukan penghematan tidak dapat melakukan tabungan karena semua pendapatan habis untuk dikomsumsinya.
- d. Keadaan perekonomian ditandai dengan perkembangan ekonomi yang tumbuh dengan baik dan tidak adanya pengangguran maka kecenderungan menabung kurang, jika perkembangan ekonomi lambat dan banyak pengangguran maka masyarakat hati-hati dalam berbelanja dan cenderung melakukan tabungan.

- e. Distribusi pendapatan dalam hal pendapatan tidak merata maka kegiatan menabung hanya terjadi bagi masyarakat yang berpendapatan banyak.
- f. Tersedia tidaknya dana pensiun yang mencukupi, dana pensiun ini tergantung pada negara jika negara tidak menyediakan dana pensiun maka masyarakat cenderung menabung, dan jika tersedia maka masyarakat cenderung tidak menabung, karena dana pensiun untuk masa depan atau hari tua sudah tersedia. (Sadono Sukirno, 2001:105).

Sedangkan menurut etika bisnis perbankan untuk mempengaruhi nasabah untuk menabung adalah sebagai berikut:

1. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank sangat mempengaruhi, karena tabungan tersebut adanya jaminan keamanan dan kontinuitas yang berkesinambungan. Hal ini dapat dilihat oleh nasabah dalam hal sebagai berikut:
  - a. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah atau masyarakat
  - b. Keadaan keuangan
  - c. Berita-berita yang diberikan oleh media
  - d. Laporan-laporan yang diterbitkan oleh bank Indonesia sebagai bank central yang mengatur dan mengawasi lembaga perbankan di Indonesia
2. Tingkat bunga secara umum mempengaruhi minat menabung masyarakat karena bunga merupakan pendapatan yang diperoleh oleh penabung.

3. Resiko penyimpanan dana adalah disamping tingkat keamanan nilai uang juga kemudahan untuk menarik uang kembali dana tersebut.
4. Pelayanan yang diberikan berupa kemudahan-kemudahan dan fasilitas-fasilitas yang diberikan kepada para penabung.

### 2.2.3 Karakteristik Kualitas Pelayanan

Pelayanan memiliki empat karakteristik utama yang membedakannya dari barang yang kelihatan yaitu:

4. *Intangibility* Maksud dari layanan bersifat intangible adalah layanan tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Konsep intangible pada layanan memiliki dua pengertian, yaitu:
  - a. Sesuatu yang tidak dapat di sentuh dan tidak dapat dirasakan.
  - b. Sesuatu yang tidak dapat dengan mudah kita defenisikan, diformulasikan, atau kita pahami secara rohani. Dengan demikian, kita tidak dapat menilai kualitas layanan sebelum merasakannya atau mengkonsumsinya terlebih dahulu.
5. *Inseparability* yaitu menunjukkan sulitnya pendekatan dari menciptakan layanan dan mengkonsumsinya sebagai dua hal yang berbeda. Layanan tidak dapat dipisahkan menjadi fase menciptakan dan fase mengkonsumsi karena layanan biasanya dijual terlebih dahulu, barulah kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.
6. *Variability Service* bersifat sangat variabel karena merupakan non standardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis,

tergantung pada siapa, kapan dan dimana service tersebut dihasilkan. Para pembeli service sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi ini dan sering kali meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih.

7. *Pirishability* berarti jasa tidak dapat disimpan untuk kemudian di jual atau digunakan sehingga pada dasarnya jasa langsung dikonsumsi pada saat diberikan.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Selain itu kualitas adalah kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Pelayanan adalah kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*Service Delivery*). Kesenjangan ini terutama disebabkan oleh faktor-faktor berikut :

- a. Ambiguitas peran yaitu sejauh mana pegawai dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manajer tetapi meluaskan pelanggan.
- b. Konflik peran yaitu sejauh mana pegawai meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak.
- c. Kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakannya.
- d. Kesesuaian teknologi yang digunakan pegawai.
- e. Sistem pengendalian dengan atasan yaitu tidak memadainya system penilaian dan system imbalan.
- f. *Perceived Control* yaitu sejauh mana pegawai merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan.

- g. *Team Work* yaitu sejauh mana pegawai dan manajemen merumuskan tujuan bersama didalam memuaskan pelanggan secara bersama-sama dan terpadu.

#### 2.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Berikut indikator menurut (Harfika dan Abdullah, 2017, p. 48)

1. *Tangibles*, bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
2. *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness*, atau daya tanggap yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

5. *Empathy*, atau empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

### 2.3 Fasilitas

Fasilitas berasal dari bahasa belanda, *faciliteit*, adalah prasarana atau wahana untuk melakukan atau mempermudah suatu tujuan. Fasilitas bisa juga di anggap sebagai alat pelengkap dalam sebuah perusahaan. Fasilitas biasanya dihubungkan dalam pemenuhan suatu prasarana umum yang terdapat dalam suatu perusahaan ataupun organisasi tertentu.

#### 2.3.1 Definisi Fasilitas Perbankan

Dalam bisnis perbankan kualitas dan fasilitas menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Fasilitas dan kualitas layanan merupakan salah satu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). (Ali Hasmi, 2001,50). Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan, (David H. Bangs, 2003:105).

Sedangkan menurut Suryo Subroto “ fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa bendabenda maupun uang. Lebih luas lagi tentang pengertian failitas Edward W. Reed berpendapat, “fasilitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan segala sesuatu usaha. Adapun yang dapat memudahkan dan melancarkan usah ini dapat berupa benda-benda maupun

uang, jadi dalam hal ini fasilitas dapat disamakan dengan sarana yang ada di bank riau, (Edward W. Reed, 2001:5).

Fasilitas pelayanan yang ada pada Bank berupa kredit pengusaha mikro, kredit pengusaha makro, kredit aneka guna, perluasan kebun, fasilitas tabungan untuk anak, fasilitas kredit perumahan (KPR), kredit kendaraan bermotor, tabungan umroh dan haji serta fasilitas lainnya. Selain itu Bank juga sedang mengembangkan fasilitas *SMS Banking* dan *Phone Banking* yang akan memberikan kemudahan transaksi online 24 jam, sehingga kapanpun dan dimanapun, bisa melakukan transaksi perbankan. Adapun fasilitas penunjangnya tempat duduk, TV, AC, ketersediaan brosur, parkir, toilet, dan tempat shalat.

Kemajuan perekonomian mempengaruhi kehidupan masyarakat. Peningkatan status sosial dan ekonomi masyarakat berakibat pada perubahan perilaku dan gaya hidup mereka. Perubahan tersebut mempengaruhi selera kepuasan terhadap suatu produk. Masyarakat menginginkan fasilitas, produk, dan layanan berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas.

Selain itu ada yang memberikan pandangan tentang fasilitas pelayanan yang mesti ada pada bagian bank demi kenyamanan nasabah dalam melakukan transaksi saat berada dalam sebuah bank antara lain adalah:

- a. Pelayanan yang cukup aman dan tertib Penerimaan dan penyetoran uang meja layanan dan loket yang cukup untuk melakukan pelayanan.



- ” Satu dan lain disesuaikan dengan jumlah orang yang harus dilayani rata-rata setiap hari kerja.
- b. Informasi Dilengkapi dengan bahan-bahan yang penting yang secara umum diketahui oleh orang-orang yang berkepentingan untuk menghindari kemungkinan timbulnya salah paham terutama masalah bahasa.
  - c. Ruang tunggu Dilengkapi dengan penerangan yang cukup untuk membaca, tempat duduk, meja kecil seperlunya, TV, AC, tempat shalat, dan tempat sampah.
  - d. Kamar kecil Dilengkapi dengan sistem pengairan yang baik, agar tidak menimbulkan bau yang tidak sedap dan terjaga kebersihannya.

### 2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Fasilitas

Banyak kalangan yang menyatakan bahwa fasilitas merupakan sarana yang diberikan produsen kepada konsumen untuk memberikan kemudahan dan kelancaran. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam fasilitas jasa antara lain:

- a. Sifat dan tujuan organisasi jasa.

Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Misalnya desain rumah sakit perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai, ruang peralatan medis yang representatif, ruang tunggu pasien yang nyaman (dilengkapi tv, tersedia cukup tempat untuk berbaring), kamar pasien yang nyaman, ruang dokter dan kamar praktek yang bisa menjamin privacy (misalnya: kedap udara, tidak tembus pandang).

b. Ketersediaan Tanah.

Setiap perusahaan jasa yang membutuhkan tanah untuk mendirikan lokasi fasilitasnya perlu memperhatikan kemampuan finansialnya, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah, dan lain-lain.

c. *Fleksibilitas*.

*Fleksibilitas* desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berubah, dan apabila spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan menjadi besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan mudah dan memperhitungkan pada kemungkinan perkembangan dimasa yang akan datang.

d. Faktor estetis.

Fasilitas jasa yang tertata secara rapi, menarik dan estetis akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa.

a. Masyarakat dan lingkungan sekitar.

Masyarakat terutama pemerhati masalah sosial, lingkungan hidup, dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan.

b. Biaya kontribusi dan operasi.

Kedua jenis biaya ini berpengaruh desain fasilitas. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bahan bangunan yang digunakan.

### 2.3.3 **Indikator Fasilitas**

Menurut Tjiptono (2011: 184) indikator fasilitas ada 3 yaitu :

### 1. Pertimbangan/Perencanaan Spasial

Aspek seperti proporsi, kenyamanan dan lain lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

### 2. Perencanaan Ruangan

Unsur ini mencakup interior dan arsitektur, seperti penempatan perabot dan perlengkapan dalam ruangan, desain dan aliran sirkulasi dan lain-lain.

### 3. Perlengkapan dan Perabot

Perlengkapan dan perabot berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna jasa.

## 2.4 **Keputusan Menabung**

Menurut George R Terry (2005:195) pengambilan keputusan berarti memotong atau memutuskan atau secara praktis mencapai suatu kesimpulan. Kesimpulan tersebut diperoleh ketika seseorang sudah melalui beberapa Tahap. Tahap tersebut meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, perilaku pasca pembelian

Menurut Schiffman dan Kanuk, dalam Sangadji, Sopiah (2013:120) mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Alternatif tersebut muncul ketika para konsumen sadar akan

kebutuhan yang mereka hadapi dan memerlukan solusi untuk mengatasinya. Beberapa alternatif muncul ke pikiran dan akan membentuk *evoked set* atau set pertimbangan yaitu suatu kumpulan suatu produk atau merk yang mungkin dipertimbangkan oleh seorang pelanggan dalam proses pengambilan keputusan.

Menurut Setiadi, dalam Sangadji, Sopiah (2013:121) mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternative atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.

#### 2.4.1 Defisini Keputusan Menabung

Menurut Anshori (2007:87) tabungan adalah adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati antara Nasabah dan Pihak Bank. Hal ini diperkuat oleh Suwiknyo, Muhammad (2009:89) yang menyatakan bahwa Tabungan adalah simpanan pihak ketiga yang penarikan atau pengambilannya dapat dilakukan dengan menggunakan cek dan bilyet giro, namun dengan mendatangi sendiri unit kerja kantor bank yang dimaksud atau melalui sarana pengambilan elektronik (kartu ATMAutomated Teller Machine atau Anjungan Tunai Mandiri dan kartu DebitDebit Card). Sebaliknya, menabung dalam konteks psikologis menurut Warneryd (2009:100) disebut proses dengan tidak menghabiskan uang untuk periode saat ini untuk digunakan di masa depan Dengan kata lain, perilaku menabung adalah kombinasi dari persepsi kebutuhan masa depan, keputusan menabung dan tindakan

penghematan. Sebagian besar, orang cenderung untuk mendefinisikan tabungan sebagai investasi, menempatkan uang di rekening bank, berspekulasi dan melunasi hipotek. Sehingga, pengertian Keputusan Menabung dalam Penelitian ini adalah: Suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk menyimpan Dananya yang dapat digunakan di masa depan.

#### 2.4.2 Faktor Keputusan Menabung

Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Konsumen Menurut Sangadji Sopiah (2013:24) terdapat empat faktor utama yang mempengaruhi seseorang melakukan keputusan Pembelian :

1. Faktor Psikologis Faktor Psikologis mencakup persepsi, motivasi pembelajaran, sikap, kepribadian. Sikap dan kepercayaan merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam situasi dan kondisi tertentu secara konsisten. Sikap mempengaruhi kepercayaan, dan kepercayaan mempengaruhi sikap. Kepribadian merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen. Kepribadian adalah pola individu untuk merespons stimulus yang muncul dari lingkungannya. Termasuk dalam kepribadian adalah opini, minat dan prakarsa. Pembelajaran berdampak pada adanya perubahan. Seorang individu atau konsumen dikatakan belajar jika ada perubahan kearah yang lebih baik dari tiga aspek (kognitif, afektif, psikomotor) yang bersifat relative permanen. Konsumen akan belajar setelah mendapat pengalaman, baik

pengalaman sendiri maupun pengalaman orang lain. Setelah membeli dan mengonsumsi produk, konsumen akan merasa puas atau tidak puas. Jika puas, konsumen akan melakukan pembelian ulang. Sebaliknya, jika tidak puas, konsumen tidak melakukan pembelian di lain waktu.

## 2. Faktor Situasional

Faktor Situasional mencakup keadaan sarana dan prasarana tempat belanja, waktu berbelanja, penggunaan produk, dan kondisi saat pembelian. Keadaan sarana dan prasarana tempat belanja mencakup tempat parkir, gedung, interior, pendingin, penerangan, dan sebagainya. Waktunya harus konsisten, kapan buka dan tutupnya. Kondisi konsumen saat senang, sehat, sedih, kecewa akan mempengaruhi keputusan konsumen.

## 3. Faktor Sosial

Faktor Sosial mencakup undang-undang atau peraturan, keluarga, kelompok referensi, kelas social dan budaya

- c. Sebelum memutuskan untuk membeli produk atau menggunakan jasa tertentu, konsumen akan mempertimbangkan apakah produk atau jasa tersebut diperbolehkan atau tidak oleh aturan atau undang-undang yang berlaku. Jika diperbolehkan, konsumen akan melakukan pembelian atau menggunakan jasa tersebut. Namun, jika dilarang oleh undang-undang atau peraturan (daerah, regional, nasional, bahkan internasional), konsumen akan tidak melakukan pembelian atau menggunakan jasa tersebut.

- d. Keluarga terdiri atas ayah, ibu, dan anak. Anak yang baik tentu akan melakukan pembelian atau menggunakan jasa jika ayah atau ibunya menyetujui.
- e. Untuk kelompok referensi, contohnya untuk ibu-ibu (kelompok Pengajian, PKK, dan Arisan), Remaja (kelompok Boy Band, Girls Band, tim basket idola, tim basket terkenal), dan untuk Bapak-bapak (Kelompok Pengajian, Kelompok Penggemar Motor Besar, Kelompok Penggila Bola, dan Kelompok pecinta ikan dan burung).
- f. Untuk Kelas Sosial yang ada di Masyarakat contohnya Kelas Atas, Menengah dan Bawah
- g. Untuk Budaya atau Sub Budaya, contohnya suku sunda, Jawa, Batak, Madura. Setiap suku atau etnis mempunyai budaya dan sub budaya yang berbeda

#### 2.4.3 Indikator Keputusan Menabung

Indikator Keputusan Menabung menurut Kotler, dkk (2009) adalah sebagai berikut :

##### 1. Pengenalan Masalah

Proses membeli dengan pengenalan masalah dilakukan apabila pembeli menyadari adanya suatu kebutuhan yang harus dipenuhi atau diinginkan.

##### 2. Pencarian Informasi

Pengambil keputusan diharapkan dapat mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat membantu memecahkan masalah

yang ada.

### 3. Evaluasi Alternatif

Setelah masalah dirinci dengan tepat dan tersusun baik, maka perlu dipikirkan cara-cara pemecahannya.

### 4. Keputusan Pembelian

Pelaksanaan keputusan berarti seorang pengambil keputusan harus mampu menerima dampak yang positif atau negatif.

### 5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah keputusan dijalankan seharusnya pembeli dapat mengukur dampak dari keputusan yang telah dibuat.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Untuk membantu penelitian ini, beberapa peneliti telah digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Muhamma d,khafid Farhan (2023)	Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Wadiah	Variabel Independen: 1.Pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah Variabel Dependen; 1.Keputusan menabung	Pengaruh Motivasi Menghindari Riba,Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Bsi (Studi pada Masyarakat Desa Bumi Asih Kecamatan Palas Kabupaten Lampung Selatan). Diploma thesis, UIN Raden Intan Lampung..

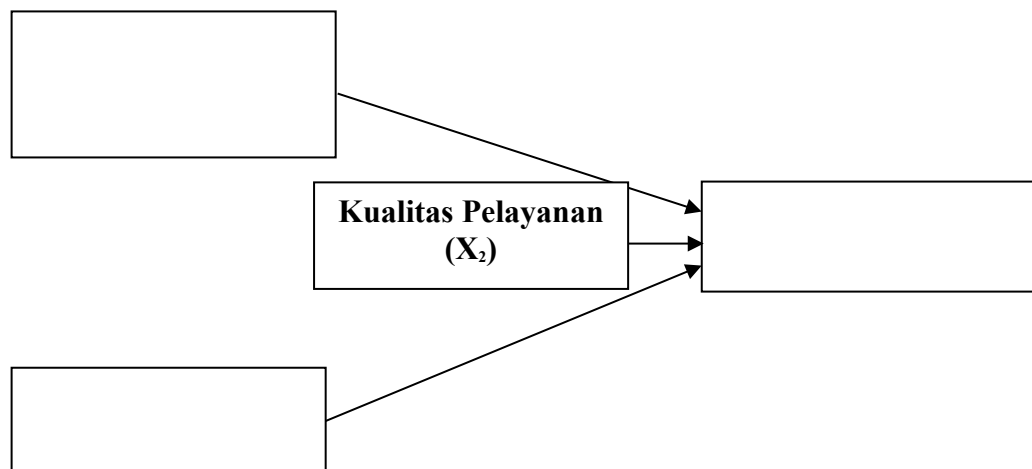


2	Pabbajah Mutaqim et al., (2019)	The Factors of Service, Religiosity And Knowledge In The Decision Of Customers To Save Funds In Sharia Banks In Yogyakarta City	Variabel Independen: 1. Pelayanan 2. Religiusitas 3. Pengetahuan Variabel Dependen: 1. Keputusan menabung	Pelayanan, religiusitas dan pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menabung
3	Hasanah Fadhilatu (2019)	Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah.	Variabel Independen: 1. Tingkat religiusitas 2. Pengetahuan 3. Kualitas produk 4. Kualitas pelayanan Variabel Dependen; 1. Keputusan menabung	1. Tingkat religiusitas berpengaruh terhadap preferensi menabung 2. Pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung
4	Carolina, Nadia Intan (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung	Variabel Independen: 1. Kualitas Pelayanan 2. Promosi Variabel Dependen: 1. Keputusan menabung	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan menabung pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
5	Sugeng Nugroho Hadi (2019)	Peran Mediasi Sikap pada Pengaruh Edukasi dan Religiusitas terhadap <i>Keputusan Menabung</i> Nasabah	Variabel Independen: 1. Edukasi 2. Religiusitas Variabel Dependen: 1. Keputusan menabung	Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.
6	Kareni, Nidia Inggara (2023)	Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik)	Variabel Independen: 1. Religiusitas 2. Kepercayaan 3. Citra perusahaan 4. Sistem bagi hasil Variabel Dependen: 1. Keputusan Menabung	pengaruh literasi keuangan syariah, fasilitas layanan dan islamic branding terhadap keputusan nasabah menggunakan produk perbankan syariah, di Siliwangi.

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

## 2.6 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual sama dengan kerangka bangun dari penelitian yang akan dilakukan. Hubungan yang terjadi antara variabel, baik variabel yang terikat maupun variabel yang tidak terikat akan tampak pada kerangka konseptual ini. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Sugioyono (2002:49) yang memberikan pengertian kerangka konseptual atau angka berfikir, “yaitu merupakan hubungan antara variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan”. Hubungan variabel yang terjadi dihubungkan melalui indikator-indikator dari setiap variabel. Untuk memahami kerangka konseptual dari penelitian ini, dapat dilihat pada gambar berikut ini :



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

## 2.7 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Arikunto, 1998:67).

Dalam penelitian ini, hipotesis dikemukakan dengan tujuan untuk mengarahkan serta memberi pedoman bagi penelitian yang akan dilakukan. Dan merupakan bahan pertimbangan dan masukan bagi peneliti untuk mempermudah membuat jawaban sementara serta asumsi-asumsi yang akan berkembang.

Berdasarkan uraian diatas, maka untuk keperluan penelitian dibuatlah suatu hipotesis, hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H<sub>1</sub> : Pembelajaran perbankan syariah berpengaruh terhadap keputusan menabung mahasiswa akuntansi UISU.

H<sub>2</sub> : Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan menabung mahasiswa akuntansi UISU.

H<sub>3</sub> : Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan menabung mahasiswa akuntansi UISU.

H<sub>4</sub> : Pembelajaran perbankan Syariah, kualitas layanan, fasilitas berpengaruh terhadap keputusan menabung mahasiswa akuntansi UISU.