

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perbankan syariah diharapkan mampu menjaga kestabilan perekonomian indonesia. Dengan berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat pada penggunaan jasa layanan keuangan islam (Antonio, 2001). Namun hal ini dapat menimbulkan persaingan yang ketat antar bank, persaingan bank syariah adalah bank konvensional, karena perbankan konvensional memiliki persepsi sendiri dari bank masyarakat umum, informasi, pengetahuan dan pendekatan bank konvensional telah berhasil memiliki pemikiran masyarakat umum dalam memenuhi kebutuhan.

Perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang. Di dalam sejarah perekonomian umat Islam, pembiayaan yang dilakukan dengan akad yang sesuai syariah telah menjadi bagian dari tradisi umat Islam sejak zaman Rasulullah SAW. Seperti menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan bisnis, serta melakukan pengiriman uang, telah lazim dilakukan sejak zaman Rasulullah SAW. Dengan demikian, fungsi-fungsi utama perbankan modern, yaitu menerima deposit

menyalurkan dana dan melakukan transfer dana telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat islam, bahkan sejak zaman Rasulullah SAW. Keberadaan badan usaha pembiayaan non-bank yang mencoba menerapkan sistem bagi hasil semakin menunjukkan, bahwa masyarakat Indonesia membutuhkan hadirnya alternatif lembaga keuangan syariah untuk melengkapi pelayanan oleh lembaga keuangan konvensional yang sudah ada.

Bank syariah merupakan bank yang dalam melaksanakan segala aktivitasnya berdasarkan dan berusaha sesuai dengan prinsip syariah. Maka dari itu agar dalam menjalankan setiap kegiatan perbankan tidak keluar dari prinsip syariah maka diperlukan dewan yang bertugas mengawasi jalannya praktek perbankan supaya benar-benar berjalan pada koridor syariat islam. Dewan itu adalah Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang berada dibawah naungan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Inilah salah satu yang membedakan Bank Syariah dan Bank Konvensional.

Menyalurkan dana dan melakukan transfer dana telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat islam, bahkan sejak zaman Rasulullah SAW. Keberadaan badan usaha pembiayaan non-bank yang mencoba menerapkan sistem bagi hasil semakin menunjukkan, bahwa masyarakat Indonesia membutuhkan hadirnya alternatif lembaga keuangan syariah untuk melengkapi pelayanan oleh lembaga keuangan konvensional yang sudah ada.

Bank syariah merupakan bank yang dalam melaksanakan segala aktivitasnya berdasarkan dan berusaha sesuai dengan prinsip syariah. Maka dari itu agar dalam

menjalakan setiap kegiatan perbankan tidak keluar dari prinsip syariah maka diperlukan dewan yang bertugas mengawasi jalannya praktek perbankan supaya benar-benar berjalan pada koridor syariat islam. Dewan itu adalah Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang berada dibawah naungan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Inilah salah satu yang membedakan Bank Syariah dan Bank Konvensional.

Perkembangan bank syariah di Indonesia tergolong pesat. Dalam waktu kurang dari 15 tahun banyak bank-bank yang semula bersifat konvensional akhirnya membuka cabang perbankan yang bersifat syariah. Perusahaan-perusahaan perbankan tersebut bukanlah hanya sekedar mencoba untuk mengembangkan prinsip syariah di Indonesia, tetapi faktor yang lebih penting adalah permintaan konsumen untuk dibentuknya Bank Syariah. Pesatnya Bank Syariah karena bank syariah memiliki keistimewaan-keistimewaan. Salah satu keistimewaan yang utama adalah yang melekat pada konsep (*build in concept*) dengan berorientasi pada kebersamaan.

Orientasi inilah yang menjadikan bank syariah mampu tampil sebagai alternative pengganti sistem bunga yang selama ini hukumnya masih diragukan oleh masyarakat muslim. Seperti yang dijelaskan didalam Al-Quran bahwa riba itu hukumnya haram, baik yang memberikan tambahan maupun yang menerimanya.

Pada Al-Quran, surat Al-Baqarah ayat 275 :

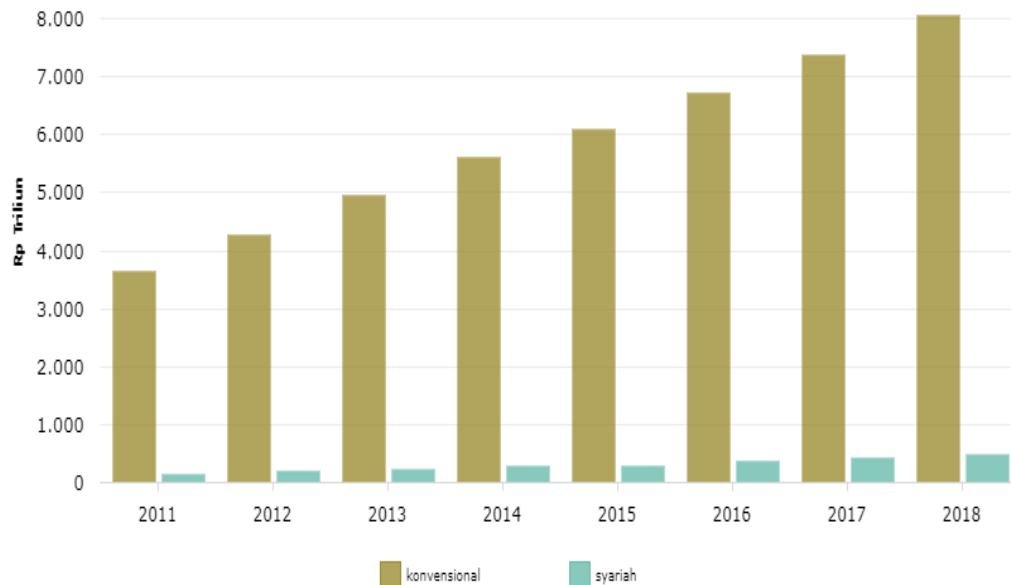
الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَحَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۖ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ (٢٧٥)

*Artinya : Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya (Q.S Al-Baqarah : 275) H. Toha Putra (2001)*

Berdasarkan ayat tersebut, Maka jelaslah bahwa riba pada bentuk apapun ialah haram, sebab riba sama dengan memakan harta orang lain dengan cara yang batil. Allah memberikan siksaan yang pedih bagi manusia. untuk orang yang melakukan riba. Sebagaimana dalam hadist, dari Jabir r.a: “Rasulullah SAW mengutuk penerima dan pembayar riba, orang yang mencatatnya, serta saksi mata dari transaksi tersebut dan berkata mereka semua sama (dalam dosa)”. H.R. Muslim, Tirmidzi serta Ahmad.

Bank Syariah adalah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan konsep bunga. Konsep yang diusung oleh bank syariah ini adalah nisbah bagi hasil, yang berlandaskan Al Quran dan Hadist. Hal yang paling membedakan dan menjadi

kelebihan dari konsep bagi hasil adalah konsep ini lebih menekankan pada kemaslahatan umat manusia, sedangkan konsep bunga lebih mementingkan pemenuhan pribadi tanpa memperhatikan dampak sosial yang terjadi. Dengan konsep bagi hasil ini, tidak heran bila nasabah bank syariah terdiri dari berbagai lapisan masyarakat. Mereka juga berasal dari berbagai ras, suku, bahkan berbagai agama, dan juga guru santri Pondok Pesantren Darul Hijrah Putera banyak yang memilih menabung di bank syariah.



Gambar 1.1 Aset Bank Syariah dan Bank Konvensional  
Sumber : Data.id (2019)

Data statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan, total aset bank konvensional pada 2018 mencapai Rp 8,1 kuadriliun. Angka tersebut meningkat hingga 9,22% dibandingkan periode sebelumnya yang sebesar Rp 7,4 kuadriliun. Pertumbuhan aset bank konvensional tahun lalu sedikit melambat jika dibandingkan

dengan pertumbuhan pada 2016 yang sebesar 10,4% dan 2017 sebesar 9,76%. Secara umum, rata-rata pertumbuhan tahunan aset bank konvensional sejak 2012-2018 sebesar 12,02%. Hal yang sama juga terjadi pada perkembangan aset bank syariah. Pada 2018, aset bank syariah tumbuh 12,5% menjadi Rp 477 triliun dibandingkan 2017 sebesar Rp 424 triliun. Pertumbuhan rata-rata aset bank syariah secara umum lebih tinggi daripada bank konvensional, yaitu sebesar 18,81% pada 2012-2018. Sejalan dengan perkembangan aset bank syariah, penetrasi bank syariah sejak 2014 terus meningkat. Pada 2014, penetrasi bank syariah baru mencapai 4,85% dari total industri perbankan. Pada 2018, angka tersebut telah meningkat menjadi 5,91%.

Nasabah juga akan menjadi kritis dalam memilih suatu produk/jasa. Apabila dengan adanya persaingan global yang memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai informasi tentang siapa yang terbaik kreatif dan efektif. Terkait hal tersebut Subarjo dalam (Antonio, 2001) menyatakan bahwa kendala yang muncul sehubungan dengan pengembangan perbankan syariah yaitu kurangnya pemahaman masyarakat yang belum tepat terhadap kegiatan operasional perbankan syariah, jaringan kantor bank syariah yang luas, dan sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bank syariah masih sedikit. Hanya bangsa dan masyarakat cerdas dan memiliki pengetahuan yang dapat menyaring dan menyerap informasi tersebut menjadi pengetahuan dan kearifan guna memeperkaya kebudayaan sendiri (Zuhal, 2010). Masyarakat berbasis ilmu pengetahuan mampu menentukan pada tingkat seperti apa kebudayaan nasional kita terbuka terhadap pengaruh pemikiran asing. Dalam kondisi saat ini, perbankan syariah dapat membangun strategi yang dapat

memperkuat jasa layanan keuangan syariah islam dalam jangka panjang. Strategi baru yang dapat memperkuat dan meningkatkan perbankan syariah yaitu dapat menerapkan pengetahuan tentang bank islam dan seluk beluk yang ada didalam perbankan syariah melalui kegiatan-kegiatan operasional kerja perbankan syariah.

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah

Pada 1 Februari 2021, PT Bank Syariah Indonesia (selanjutnya disebut BSI) resmi beroperasi, terdiri dari hasil penggabungan (merger) 3 bank syariah terbesar Indonesia yang diklaim Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT Bank BRI Syariah ( BRIS), PT Bank mandiri Syariah (BSM) serta PT Bank BNI Syariah (BNIS). Dimana, BSI sendiri mempunyai 1785 ATM dengan lebih dari 14,9 juta nasabah dan 1200 tempat kerja cabang dimana didalamnya ada 20 ribu karyawan yang beredar diseluruh Indonesia (Sugiarto, 2021). oleh sebab itu Indonesia berupaya menjadikan negara ini menjadi pusat ekonomi perbankan syariah didunia. karena Indonesia ialah negara dengan populasi muslim terbesar didunia. Pertumbuhan ekonomi Indonesia diperkirakan akan semakin meningkat dengan adanya dukungan

pemerintah terhadap dunia perbankan. Dengan didirikannya Bank Syariah Indonesia, diharapkan dapat memacu laju perekonomian dan mendukung iklim bisnis dan perindustrian dalam skema syariah yang berlaku. Seperti apa sebenarnya andil dari konsep bank syariah tanah air ini dan prospek jangka panjang terhadap kemajuan ekonomi Indonesia di masa mendatang. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, tentu potensi industri keuangan syariah cukup menjanjikan di masa depan. Hal ini tentu saja bisa terjadi jika adanya sinergi antara pemegang kebijakan dan juga kesadaran masyarakat terhadap transaksi halal berbasis Syariah yang terus ditegaskan dalam prinsip ekonomi. Adanya peningkatan yang signifikan beberapa tahun terakhir terhadap produk dan layanan berbasis syariah di Indonesia membuat pemerintah mencermati hal ini sebagai sebuah momen penting dalam tonggak perekonomian syariah di Indonesia. Sikap optimis inilah yang membuat pemerintah akhirnya menggabungkan 3 daftar bank syariah besar besutan BUMN, yaitu PT Bank Syariah Mandiri Tbk, PT Bank BNI Syariah Tbk, dan PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi intensitas baru yang diberi nama Bank Syariah Indonesia atau BSI.

Rencana untuk menggabungkan 3 bank syariah besar ini sudah dilakukan sejak Maret 2020 lalu. Proses pendirian ini harus melalui tahapan yang cukup ketat termasuk proses perizinan dari Otoritas Jasa Keuangan. Kemudian, proses pengesahan nama baru yakni Bank Syariah Indonesia yang dilakukan oleh Kementerian Hukum dan HAM, persiapan logo baru, dan lainnya. Kemudian pada 1 Februari 2021, BSI diresmikan oleh Presiden Joko Widodo dan mulai beroperasi di beberapa wilayah di Indonesia. Adapun pemilihan penggabungan 3 bank syariah

milik BUMN yang bisa memberikan dampak yang lebih besar lagi dan mempermudah pengembangan dari satu pintu. BRI Syariah, BNI Syariah, dan Mandiri Syariah memiliki rekam jejak yang baik selama ini. Bahkan pertumbuhan perbankan syariah selama pandemi covid-19 tetap tumbuh secara positif. Hal ini yang membuat pengukuhan terhadap hadirnya BSI akan menjadi salah satu katalis pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Proses penggabungan 3 bank syariah besar di Indonesia bukan hanya rencana jangka pendek tapi memiliki tujuan yang jelas di masa mendatang. Tentu ada tugas-tugas yang akan diemban oleh BSI sebagai perwakilan bank syariah resmi yang diusung dan dikawal oleh pemerintah. Berikut ini beberapa tujuan merger yang dilakukan oleh BSI.

1. Sinergi yang baik demi meningkatkan layanan untuk nasabah bank syariah.

Dengan menggabungkan tiga bank syariah besar, tentu akan tergabung tiga layanan bank dalam satu pintu untuk mengoptimalkan prospek bisnis dan pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Sinergitas yang dihasilkan dari merger ini tentu akan semakin kuat dan kokoh dan sejalan dalam visi bank syariah di Indonesia di masa depan.

2. Perbaiki proses bisnis

Akan sangat mudah bagi pemerintah untuk mengawal prinsip syariah yang dijalankan oleh BSI dan tentu saja ini akan memperbaiki proses bisnis syariah yang sudah berjalan baik selama ini. Meski ada tantangan dalam hal

penggabungan nasabah, tantangan ini akan sebanding dengan proses bisnis syariah yang semakin baik kedepannya karena dikelola oleh satu bank.

### 3. Risk management

Pengelolaan BSI akan meminimalisir risiko-risiko yang mungkin terjadi dalam pengelolaan bisnis perbankan di masa depan. Keberhasilan Bank Mandiri saat ini yang berawal dari hasil merger empat bank sebelumnya menjadi pelajaran bahwa risiko perbankan bisa diminimalisir jika ketiga bank syariah plat merah ini digabungkan menjadi satu.

### 4. Sumber daya instansi.

BSI akan menyeleksi sumber daya terbaik untuk menjalankan industri perbankan syariah lebih baik lagi dibandingkan jika berjalan sendiri dengan tiga entitas berbeda. Hal ini akan membuat setiap instansi dan jajaran direksi akan diisi oleh tenaga profesional dan bekerja dalam satu payung lembaga dengan visi dan misi yang searah.

### 5. Penguatan teknologi digital

Pengembangan teknologi dan inovasi perbankan terus bermunculan dan ini adalah tugas dari Bank Syariah Indonesia untuk menyeragamkan teknologi syariah yang ada di Indonesia. Harapannya, teknologi digital yang diusung oleh BSI dapat menjadi tolok ukur untuk sistem teknologi informasi berbasis Syariah dalam skala nasional. Dari segi teknologi, BSI membuat website serta aplikasi Bank Syariah Indonesia mobile berbasis online yang memudahkan masyarakat dalam mengaksesnya.

Menurut Sutisna (2002:15), Keputusan menabung adalah keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Agar pihak manajemen dapat mengenal nasabah dan mengerti akan keinginan nasabah pada saat ini dan masa yang akan datang. Pelayanan yang baik dan prima diharapkan dapat diberikan pihak bank agar terciptanya loyalitas nasabah. Untuk itu setiap bank harus berusaha membuat produk yang dapat menarik minat konsumen untuk membelinya, karena produk yang ditawarkan antar bank pada dasarnya hampir sama dan mudah ditiru. Oleh karena itu keunggulan bersaing pada bisnis ini terutama berasal dari kemampuan suatu bank untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau nasabah, maka bank harus memberikan nilai yang lebih kepada nasabah dengan memberikan produk yang berkualitas dan sesuai dengan harapan konsumen.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan menabung adalah Citra merek pada dasarnya merupakan suatu hasil pandang atau persepsi konsumen terhadap suatu merek tertentu, yang didasarkan atas pertimbangan dan perbandingan dengan beberapa merek lainnya, pada jenis produk yang sama. Citra merek memperlihatkan persepsi yang akurat dari suatu merek. Menurut Rangkuti (2002) Citra Merek adalah “sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk di benak konsumen”. Pada dasarnya disetiap perusahaan yang ada baik itu perusahaan milik negara/swasta masing-masing memiliki citra merek tersendiri. Citra Merek pada suatu produk oleh lembaga keuangan non syariah seperti bank konvensional dijadikan sebagai pedoman oleh nasabah sebelum memberikan keputusan untuk memilih dan mempergunakan produk

yang dikeluarkan oleh perbankan syariah. Oleh karena itu setiap perusahaan saling bersaing dengan perusahaan lainnya untuk membangun citra merek perbankan syariah lebih baik dibandingkan perbankan konvensional dengan memberikan penawaran produk yang lebih bagus dan manfaat produk sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan menabung adalah Kepercayaan. Kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dan yakin bahwa harapan akan terpenuhi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah (Jeniffer, 2014: 18). Kepercayaan ialah percaya terhadap suatu perbankan syariah dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa pihak bank syariah dapat dipercaya dan tidak merugikan serta peduli terhadap hak nasabah dengan melakukan kewajibannya sesuai dengan harapan si calon nasabah.

Pemilihan lokasi penelitian bertempat di Pondok Pesantren Darul Hijrah Putera Martapura, tepatnya didesa cindai alus. Dan merupakan salah satu pondok pesantren yang memakai bahasa asing yakni bahasa arab dan inggris dengan jumlah santri terbanyak di Kalimantan yang berjumlah sekitar 5000 santri dalam 6 tahun sejak berdirinya pondok tersebut. Adapun jumlah pengajar/guru pondok pesantren Darul Hijrah Putera berjumlah 125 pengajar yang terdaftar di kementrian agama, sedangkan yang tidak terdaftar berjumlah 91 pengajar, jadi total keseluruhan guru pondok pesantren darul hijrah putera berjumlah 216 orang, sehingga pondok pesantren darul hijrah putera termasuk kedalam pondok pesantren di kalimantan yang salah satunya

memiliki jumlah pengajar terbanyak, oleh karenanya pondok ini banyak dikenal oleh masyarakat luas.

Salah seorang Guru Pondok Pesantren Darul Hijrah Putera mengatakan bahwa menabung di BSI *“Saya lebih memilih menabung di BSI dikarenakan bank ini merupakan himpunan dari 3 bank syariah yang besar, oleh karena itu saya tertarik untuk memiliki rekening BSI ini (17, November 2021).*

Berdasarkan hal-hal diatas, Bank Syariah Indonesia (BSI) harus mampu memberikan keyakinan kepada nasabah agar mau melakukan pembelian di bank tersebut. Dimana pengaruh dari Citra Merek dan Kepercayaan merupakan faktor yang dapat mendorong keputusan menabung dengan cara meningkatkan atau menawarkan produk sesuai apa yang diharapkan oleh konsumen.

Sesuai hipotesis penelitian bahwasanya :

1. Citra Merek dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Para guru Pondok Pesantren Darul Hijrah Putera Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)
2. Citra Merek dan Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Para guru Pondok Pesantren Darul Hijrah Putera Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)

Sesuai latar belakang yang dipaparkan di atas, maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Keputusan Para Guru Pondok Pesantren Darul Hijrah Putera Menabung di Bank Syariah Indonesia”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah Citra Merek dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Para Guru Pondok Pesantren Darul Hijrah Putera Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) ?
2. Apakah Citra Merek dan Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Para Guru Pondok Pesantren Darul Hijrah Putera Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris bahwa :

1. Untuk menganalisis pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan secara simultan terhadap Keputusan Para Guru Pondok Pesantren Darul Hijrah Putera Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)
2. Untuk menganalisis pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan secara parsial terhadap Keputusan Para Guru Pondok Pesantren Darul Hijrah Putera Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada beberapa pihak, yaitu :

1. Kegunaan Akademis

Memberikan kontribusi pada literatur-literatur terdahulu yang mempengaruhi terhadap Keputusan Menabung di BSI.

2. Kegunaan Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Yang akan datang, sebagai acuan atau referensi terutama penelitian yang berkaitan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Menabung di BSI.

3. Kegunaan Praktis

- a. Untuk Investor

Hasil penelitian ini, khususnya di BSI, bertujuan untuk memberikan informasi dan masukan kepada para investor untuk menginformasikan keputusan investasi tentang variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan menabung.

- b. Untuk Perusahaan Bank Syariah

Hasil survei ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran kepada manajemen tentang kinerja bank yang diukur dari citra merek dan kepercayaan, serta dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan.

### **E. Definisi Operasional**

Penelitian ini menggunakan 1 (satu) variabel terikat dan 2 (dua) variabel bebas. Definisi operasional variabel tersebut adalah sebagai berikut:

#### **1. Variabel Dependen (Variabel terikat)**

Variabel yang dipengaruhi dalam penelitian ini adalah Keputusan Menabung sebagai variabel terikatnya (Y). Menurut Sutisna (2002:15), Keputusan menabung adalah keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Agar pihak manajemen dapat mengenal nasabah dan mengerti akan keinginan nasabah pada saat ini dan masa yang akan datang. Pelayanan yang baik dan prima diharapkan dapat diberikan pihak bank agar terciptanya loyalitas nasabah. Untuk itu setiap bank harus berusaha membuat produk yang dapat menarik minat konsumen untuk membelinya, karena produk yang ditawarkan antar bank pada dasarnya hampir sama dan mudah ditiru. Oleh karena itu keunggulan bersaing pada bisnis ini terutama berasal dari kemampuan suatu bank untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau nasabah, maka bank harus memberikan nilai yang lebih kepada nasabah dengan memberikan produk yang berkualitas dan sesuai dengan harapan konsumen.

#### **2. Variabel Independen (Variabel bebas)**

Variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah:

##### **a. Citra Merek (X1)**

Citra Merek pada dasarnya merupakan suatu hasil pandang atau persepsi konsumen terhadap suatu merek tertentu, yang didasarkan atas pertimbangan

dan perbandingan dengan beberapa merek lainnya, pada jenis produk yang sama.

b. Kepercayaan (X2)

Kepercayaan terhadap Bank Syariah Indonesia dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa pihak bank syariah yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajibannya dengan baik sesuai yang diharapkan.

## **F. Kajian Pustaka**

1. Rokhmat Subagiyo, 2016, Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Di Bmt Sahara Tulungagung. Tujuan dari penelitian ini antara lain: (1) mengetahui pengaruh citra merek terdiri dari citra produsen, citra konsumen dan citra produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan di BMT Sahara Tulungagung. (2) mengetahui variabel citra merek berpengaruh paling dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan di BMT Sahara Tulungagung. Metode penelitian yang dipergunakan adalah kuantitatif dengan jenis eksplanatory research, sebab bersifat kausalitas (sebab akibat) antar variabel dengan pembuktian uji hipotesis. Teknik sampling yang dipakai adalah purposive sampling yakni teknik penentuan sampel dengan mempertimbangkan hal-hal tertentu, jumlah nasabah pembiayaan 2.348 nasabah. Dengan jumlah sampel 100 orang responden. Dan dianalisis dengan regresi linier berganda dengan program

SPSS versi 20. Hasil penelitian ini diambil simpulan sebagai berikut: Variabel citra merek terdiri dari citra produsen, citra konsumen dan citra produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan di BMT Sahara Tulungagung, sebab nilai sig t (probability)  $< \alpha = 0,05$ . Dengan nilai sig F  $0,00 < \alpha = 0,05$ ; dengan koefisien determinasi (R Square) = 73,2%. Dari ketiga faktor pada variabel citra merek, citra produk lah yang mempunyai pengaruh paling dominan, karena memiliki standardized coefficients terbesar yaitu 5,069

2. Ratna Anjani, 2020, Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Muamalat Kcp Palopo. Hasil penelitian menunjukkan 1. Hasil Uji Parsial T (Uji T) menunjukkan hasil signifikansi dari variabel Citra Merek (X) sebesar 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  dan jika dilihat dari nilai t hitung sebesar 4,257 lebih besar dari tabel sebesar 1,984 atau  $4,257 > 1,984$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan menabung. ( $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima). 2. Hasil Uji koefisien determinasi (R Square) menunjukkan ada pengaruh antara Citra Merek terhadap Keputusan Nasabah Menabung yaitu diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,156 (nilai 0,156 adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi atau R, yaitu  $0,395 \times 0,395 = 0,156$ ). Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) 0,156 atau sama dengan 15,6%. Angka tersebut mengandung arti bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan menabung sebesar 15,6%.

3. Dennis Eka Saputra, 2018, Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Depok. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari citra merek terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Depok. Citra merek merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan untuk menabung dengan faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu: (1) keunggulan asosiasi merek, (2) Kekuatan asosiasi merek, (3) keunikan asosiasi merek. Sedangkan keputusan menabung untuk menabung yang sangat dipengaruhi oleh evaluasi juga akan kualitas produk ini. Keputusan menabung juga sangat dipengaruhi oleh proses tahapan dalam proses keputusan menabung yaitu: (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan pembelian, (5) perilaku pasca pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berada di kota depok yang menggunakan jasa perbankan syariah pada Bank Syariah Mandiri. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden yang menggunakan jasa perbankan syariah Bank Syariah mandiri yang diambil secara accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara. Hasil penelitian membuktikan variabel independen citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu (keputusan Menabung) pada Bank Syariah Mandiri.
4. Mega Usvita, 2021, Pengaruh agama dan keyakinan nasabah terhadap keputusan menabung pada Bank Nagari Syariah Kcp Simpang Empat.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh keyakinan dan keyakinan nasabah terhadap keputusannya untuk menabung di Bank Nagari Syariah KCP Simpang Empat. Populasi penelitian ini meliputi seluruh nasabah Bank Nagari Syarian KCP Simpang Empat dengan sampel sebanyak 100 orang, dimana teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keyakinan (X1) dan kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung (Y) pada Bank Nagari Syariah KCP Simpang Empat dengan taraf signifikansi 0,000. Pengaruh agama (X1) dan kepercayaan (X2) terhadap keputusan menabung (Y) adalah 0,774 ( $R^2 = 77,4$ ).

5. Chandra Kartika, 2019, Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Corporate Image, Dan Sistem Bagi Hasil terhadap Customer Behavior Intention Menabung Dan Customer Loyalty Di Bank Syariah Mandiri Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh religiusitas, kepercayaan, citra perusahaan, dan sistem bagi hasil terhadap minat nasabah menabung dan loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri di Jawa Timur. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang membuka rekening tabungan di Bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya. Sampel diambil dengan menggunakan teknik accidental sampling dengan kriteria (1) nasabah yang membuka rekening tabungan di Bank Syariah Mandiri Cabang Jawa Timur, dan (2) berusia 17 – 50 tahun sebanyak 115 responden. Analisis data

menggunakan PLS dengan program WarpPLS 5.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (1) Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung, (2) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung, (3) Citra perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat nasabah menabung, (4) Sistem bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung, (5) Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, (6) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, (7) Citra perusahaan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, (8) Sistem bagi hasil berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan (9) Minat nasabah menabung berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah.

#### **G. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah biasanya disusun dalam bentuk kalimat (Sugiyono, 2007, hlm 147). Hipotesis kemungkinan bisa benar atau kemungkinan salah. Hipotesis tersebut ditolak jika ternyata salah dan akan diterima jika ternyata benar. Oleh karena itu, di dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisis dengan membuat hipotesis sebagai berikut :

- H1 Citra Merek dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Para Guru Pondok Pesantren Darul Hijrah Putera Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)
- H2 Citra Merek dan Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Para Guru Pondok Pesantren Darul Hijrah Putera Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)

#### **H. Sistematika Penulisan**

Bab I adalah pendahuluan yang mana membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, kegunaan dari penelitian, definisi operasional yang berguna untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang mungkin bermakna ganda, serta kajian pustaka yang memuat hasil penelitian terdahulu.

Bab II adalah landasan teori, bab ini merupakan acuan atau teori pendukung untuk menganalisis data yang diperoleh dalam menganalisis penelitian.

Bab III adalah metode penelitian, yang memaparkan tentang waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, dan teknis analisis data.

Bab IV adalah laporan hasil penelitian, yang mencakup tentang penyajian data, analisis data yang berhubungan dengan pertanyaan yang ada pada rumusan masalah.

Bab V adalah kesimpulan, saran, dan keterbatasan penelitian.