

**PENGARUH DIFERENSIASI, *FINANCIAL LITERACY* DAN
SERVICE FITUR TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN KARTU KREDIT SYARIAH
(Studi Komparasi Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan
Bank CIMB Niaga Syariah Lampung)**

Skripsi

**Puji Lestari
NPM : 1751020181**



**Program Studi : Perbankan Syariah
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2021 M**

**PENGARUH DIFERENSIASI, *FINANCIAL LITERACY* DAN
SERVICE FITUR TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN KARTU KREDIT SYARIAH
(Studi Komparasi Bank Syariah Indonesia KC Lampung
dan Bank CIMB Niaga Syariah Lampung)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana SI dalam Ilmu
Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh

**Puji Lestari
NPM : 1751020181**

Jurusan : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy.

Pembimbing II : Vicky F Sanjaya, M.Sc

**Program Studi : Perbankan Syariah
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2021 M**

ABSTRAK

Kartu kredit syariah merupakan salah satu alat pembayaran yang diterbitkan untuk menunjang transaksi penjualan sesuai dengan prinsip syariah. Jenis kartu kredit syariah yang beragam serta berbagai manfaat dan kemudahan yang ditawarkan menjadi daya tarik tersendiri untuk meningkatkan minat nasabah dalam menggunakannya. Mulai dari diferensiasi produk, peningkatan kualitas pelayanan hingga promosi dilakukan untuk menarik minat nasabah. Semakin banyak manfaat yang diberikan oleh satu produk maka semakin tinggi minat nasabah ingin menggunakannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi, *financial literacy* dan *service fitur* terhadap minat nasabah dalam menggunakan kartu kredit syariah serta mengetahui perbedaan pengaruh variable independen terhadap variable dependen antara Bank Syariah Indonesia dan Bank CIMB Niaga Syariah.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan Bank CIMB Niaga Syariah Lampung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *non-probability sampling*. Jumlah nasabah yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu 192 nasabah terdiri dari 96 nasabah Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan 96 nasabah Bank CIMB Niaga Syariah Lampung. Data yang diolah adalah data primer yang diperoleh peneliti melalui penyebaran kuisioner kepada responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variable diferensiasi, *financial literacy* dan *service fitur* berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah pada masing-masing kelompok sampel. Selain itu hasil uji beda menunjukkan setiap variable memiliki perbedaan pengaruh yang signifikan antar kelompok sampel.

Kata kunci : diferensiasi, *financial literacy*, *service fitur*, minat nasaba

ABSTRACT

A sharia credit card is a payment instrument issued to support sales transactions in accordance with sharia principles. The various types of sharia credit cards as well as the various benefits and conveniences offered are the main attraction to increase customer interest in using them. Starting from product differentiation, improving service quality to promotions are carried out to attract customers' interest. The more benefits provided by a product, the higher the customer's interest in using it. This study aims to determine the effect of differentiation, financial literacy and service features on customer interest in using Islamic credit cards and to determine the difference in the effect of the independent variable on the dependent variable between Bank Syariah Indonesia and Bank CIMB Niaga Syariah.

This research uses quantitative research with descriptive approach. The population of this research is all customers of Bank Syariah Indonesia KC Lampung and Bank CIMB Niaga Syariah Lampung. The sampling technique used in this study is a non-probability sampling technique. The number of customers who were sampled in this study were 192 customers consisting of 96 customers of Bank Syariah Indonesia KC Lampung and 96 customers of Bank CIMB Niaga Syariah Lampung. Processed data is primary data obtained by researchers through the distribution of questionnaires to respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis with the help of the SPSS 20 program.

The results showed that partially differentiation variables, financial literacy and service features had a significant positive effect on customer interest in each sample group. In addition, the results of the different test show that each variable has a significant difference in influence between sample groups.

Keywords: differentiation, financial literacy, service features, customer interest



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Sekretariat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame,
Bandar Lampung 35131 Telp. (0721) 704030

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Puji Lestari
NPM : 1751020181
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Diferensiasi, *Financial Literacy* Dan *Service Fitur* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah (Studi Komparasi Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan CIMB Niaga Syariah Lampung)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam catatan kaki atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, Oktober 2021

Penyusun



Puji Lestari
1751020181



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Sekretariat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame,
Bandar Lampung 35131 Telp. (0721) 704030*

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Diferensiasi, *Financial Literacy* Dan Service Fitur Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah (Studi Komparasi Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan CIMB Niaga Syariah Lampung)**
Nama : **Puji Lestari**
NPM : **1751020181**
Prodi : **Perbankan Syariah**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk Dimunaqasyahkan dan Dipertahankan dalam Sidang
Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan
Lampung

Pembimbing I

Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy.

NIP. 198605172015031005

Pembimbing II

Vicky F Sanjaya, M.Sc

NIP. 199411122019031009

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy., D.B.A

NIP. 198208082011012009



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

*Sekretariat : Jl. Lethol. H. Endro Suratmin, Sukarame,
Bandar Lampung 35131 Telp. (0721) 704030*

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “PENGARUH DIFERENSIASI, *FINANCIAL LITERACY* DAN *SERVICE FITUR* TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN KARTU KREDIT SYARIAH (Studi Komparasi Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan CIMB Niaga Syariah Lampung)” disusun oleh Puji Lestari, NPM: 1751020181, Program Studi : Perbankan Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : Selasa 07 Desember 2021

TIM PENGUJI

Ketua : A Zuliansyah, S.Si M.M

Sekretaris : Dimas Pratomo, M.E.

Penguji I : Nurlaili, M.A

Penguji II : Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy.

Penguji III : Vicky F Sanjaya, M.Sc

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.Si.

198008012003121001

MOTTO

وَمَنْ جَاهَدَ فَإِنَّمَا يُجَاهِدُ لِنَفْسِهِ إِنَّ اللَّهَ لَغَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٦٦﴾

Artinya : Dan barangsiapa berjihad, maka sesungguhnya jihadnya itu untuk dirinya sendiri. Sungguh, Allah Maha kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam. (QS. Al Ankabut 29:6)



PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT. atas segala nikmat-Nya, sehingga penulis mampu menyajikan hasil penelitian yang semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan. Dengan lafal *bismillah* dan rasa syukur serta kerendahan hati, penulis persembahkan hasil penelitian ini kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta. Ibu Suli yang selalu memberikan dukungan dan selalu menasehati saya. Bapak Joko yang selalu menyayangi saya. Terima kasih karena telah sabar mendidik saya hingga sampai ke tahap ini.
2. Kedua kakak saya Darmin dan Sukir yang selalu mendukung saya untuk tetap menyelesaikan pendidikan ini.
3. Kedua pembimbing saya Bapak Muhammad Kurniawan, S.E. M.E.Sy. dan Bapak Vicky F Sanjaya, M.Sc. yang bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing saya, serta selalu memberi motivasi dan dukungan selama proses pembuatan skripsi.
4. Teman-teman saya Amorta, Gita, Riska, Shinta, Tsaniyah dan Khusnul yang setia menjadi tempat saya berkeluh kesah selama perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Puji Lestari, dilahirkan di Desa Sukapura, Lampung Barat pada tanggal 22 Desember 1998. Penulis merupakan anak ketiga dari 3 bersaudara, dari pasangan Bapak Joko dan Ibu Suli. Berikut riwayat pendidikan yang telah diselesaikan penulis:

1. Sekolah Dasar Negeri (SDN) 02 Sukapura, lulus dan mendapat ijazah pada tahun 2011.
2. Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 01 Sumberjaya lulus dan mendapat ijazah pada tahun 2014.
3. Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 01 Kebun Tebu lulus dan mendapat ijazah pada tahun 2017.
4. Penulis melanjutkan pendidikan tingkat perguruan tinggi pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2017.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Diferensiasi, *Financial Literacy* Dan *Service Fitur* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah (Studi Komparasi Bank Syariah Indonesia dan CIMB Niaga Syariah)” dapat diselesaikan dengan baik sebagai syarat menyelesaikan Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Shalawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. beserta keluarga dan para sahabatnya.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak yang sangat penulis harapkan, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy., D.B.A. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa memberikan arahan dan kemudahan agar penulis dapat segera menyelesaikan skripsi ini.
3. Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy. selaku Pembimbing Akademik I yang dengan tulus meluangkan waktunya dan mencurahkan pemikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis serta memberikan arahan juga motivasi, sehingga terselesaikannya skripsi yang baik dan benar dari penulis.
4. Vicky F Sanjaya, M.Sc. selaku Pembimbing Akademik II yang dengan meluangkan waktunya dan mencurahkan pemikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis serta memberikan arahan juga motivasi, sehingga terselesaikannya skripsi yang baik dan benar dari penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen selaku guru yang amat berjasa bagi penulis baik dalam memberikan ilmu, karakter, juga perubahan pola pikir dan sudut pandang.
6. Seluruh staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang turut berperan dalam penyelesaian studi penulis.

7. Perpustakaan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah mempertemukan penulis dengan banyak jendela dunia.
8. Teman-teman seperjuangan Amour, Gita, Riska, Shinta, Khusnul, dan Tsaniyah serta teman-teman kelas C Perbankan Syariah yang turut berperan dalam penyelesaian studi penulis.
9. Seluruh sahabat dan semua pihak yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan pula kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT. selalu memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada Orang Tua, Bapak dan Ibu dosen, Sahabat dan seluruh pihak yang terlibat. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Hal ini tidak lain karena keterbatasan kemampuan, waktu, dan biaya yang dimiliki. Untuk itu kiranya para pembaca dapat memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun guna melengkapi tulisan ini dan menjadikannya lebih baik lagi.

Bandar Lampung, November 2021
Penulis

Puji Lestari
1751020181

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat Penelitian.....	14
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	14
H. Sistematika Penulisan.....	23

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

- A. Teori yang Digunakan 24
- B. Pengajuan Hipotesis 44

BAB III METODE PENELITIAN 62

- A. Waktu dan Tempat Penelitian 62
- B. Pendekatan, Jenis dan Sifat Penelitian 62
- C. Populasi, Sampel dan Tehnik Pengumpulan Data..... 62
- D. Definisi Operasional Variabel 66
- E. Metode Analisis Data 70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 76

- A. Hasil Penelitian 76
- B. Hasil Analisis Data..... 130

BAB V PENUTUP 153

- A. Kesimpulan..... 153
- B. Keterbatasan Penelitian 156
- C. Rekomendasi 156

DAFTAR PUSTAKA..... 157

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata-Rata Pertumbuhan Transaksi Non-Tunai.....	6
Gambar 2.1 Mekanisme Kartu Kredit Syariah.....	41
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	45



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ringkasan Tinjauan Pustaka	19
Tabel 2.1 Kategori <i>Financial Literacy</i>	36
Tabel 3.1 <i>Skala Likert</i>	66
Tabel 3.2 Definisi dan Konsep Operasional	68
Tabel 4.1 Syarat Umum Pemegang Kartu Ib Hasanah Card	81
Tabel 4.2 Dokumen Pendukung Kartu Ib Hasanah Card	81
Tabel 4.3 Syarat Umum Pemegang Kartu CIMB Niaga MasterCard Syariah	84
Tabel 4.4 Dokumen Pendukung Kartu CIMB Niaga MasterCard Syariah	84
Tabel 4.5 Jenis Kelamin Responden Bank Syariah Indonesia KC Lampung	85
Tabel 4.6 Jenis Kelamin Responden Bank CIMB Niaga Syariah Lampung	85
Tabel 4.7 Usia Responden Bank Syariah Indonesia KC Lampung	86
Tabel 4.8 Usia Responden Bank CIMB Niaga Syariah Lampung	86
Tabel 4.9 Pendidikan Terakhir Bank Syariah Indonesia KC Lampung	87

Tabel 4.10 Pendidikan Terakhir Responden Bank CIMB Niaga Syariah Lampung	87
Tabel 4.11 Profesi Responden Bank Syariah Indonesia KC Lampung	88
Tabel 4.12 Profesi Responden Bank CIMB Niaga Syariah Lampung.....	89
Tabel 4.13 Rentang Waktu Responden Bank Syariah Indonesia KC Lampung	89
Tabel 4.14 Rentang Waktu Responden Bank CIMB Niaga Syariah Lampung	90
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Variable Diferensiasi	90
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Variable <i>Financial Literacy</i>	92
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Variable <i>Service Fitur</i>	94
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Variable Minat Nasabah	96
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Nasabah Bank CIMB Niaga Syariah Terhadap Variable Diferensiasi	98
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Nasabah Bank CIMB Niaga Syariah Terhadap Variable <i>Financial Literacy</i>	100
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Nasabah Bank CIMB Niaga Syariah Terhadap Variable <i>Service Fitur</i>	102

Tabel 4.22 Tanggapan Responden Nasabah Bank CIMB Niaga Syariah Terhadap Variable Minat Nasabah	104
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Bank Syariah Indonesia KC Lampung	107
Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas Bank Syariah Indonesia KC Lampung.....	108
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Bank CIMB Niaga Syariah Lampung.....	108
Tabel 4.26 Hasil Uji Reliabilitas Bank CIMB Niaga Syariah Lampung	109
Tabel 4.27 Hasil Uji Normalitas Bank Syariah Indonesia KC Lampung.....	111
Tabel 4.28 Hasil Uji Multikolinearitas Bank Syariah Indonesia KC Lampung.....	112
Tabel 4.29 Hasil Uji Heterokedastisitas Bank Syariah Indonesia KC Lampung.....	113
Tabel 4.30 Hasil Uji Normalitas Bank CIMB Niaga Syariah Lampung	114
Tabel 4.31 Hasil Uji Multikolinearitas Bank CIMB Niaga Syariah Lampung	115
Tabel 4.32 Hasil Uji Heterokedastisitas Bank CIMB Niaga Syariah Lampung	116
Tabel 4.33 Hasil Uji Statistik T Variabel Diferensiasi Bank Syariah Indonesia KC Lampung.....	118

Tabel 4.34 Hasil Uji Statistik T Variabel <i>Financial Literacy</i> Bank Syariah Indonesia KC Lampung	119
Tabel 4.35 Hasil Uji Statistik T Variabel <i>Service</i> Fitur Bank Syariah Indonesia KC Lampung	120
Tabel 4.36 Hasil Uji Statistik T Variabel Diferensiasi Bank CIMB Niaga Syariah Lampung.....	121
Tabel 4.37 Hasil Uji Statistik T Variabel <i>Financial Literacy</i> Bank CIMB Niaga Syariah Lampung.....	122
Tabel 4.38 Hasil Uji Statistik T Variabel <i>Service</i> Fitur Bank CIMB Niaga Syariah Lampung.....	123
Tabel 4.39 Rangkuman Hasil Uji Statistik T.....	124
Tabel 4.40 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>) Bank Syariah Indonesia KC Lampung.....	125
Tabel 4.41 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>) Bank CIMB Niaga Syariah Lampung	125
Tabel 4.42 Hasil Uji <i>Independent Sampel T-Test</i> Variabel Diferensiasi	127
Tabel 4.43 Hasil Uji <i>Independent Sampel T-Test</i> Variabel <i>Financial Literacy</i>	128
Tabel 4.44 Hasil Uji <i>Independent Sampel T-Test</i> Variabel <i>Service</i> Fitur	129

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Karakteristik Responden

Lampiran 3 Distribusi Jawaban Responden

Lampiran 4 *Originality Report*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penegasan dilakukan sebagai proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas. Untuk mendapatkan pemahaman yang jelas dan untuk memudahkan serta memahami arti judul yang dimaksud oleh penulis, maka akan diuraikan arti dan makna beberapa istilah sesuai judul penelitian. Berdasarkan penegasan ini diharapkan tidak akan terjadi kesalahan persepsi terhadap tujuan penelitian dari beberapa istilah yang digunakan.

Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis berjudul **Pengaruh Diferensiasi, *Financial Literacy* Dan *Service Fitur* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah** (Studi Komparasi Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan CIMB Niaga Syariah Lampung). Adapun beberapa istilah yang perlu ditegaskan adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang menyebabkan sesuatu terjadi, sesuatu yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain atau mengikuti karena kuasa atau kekuasaan orang lain.¹ Maka, dapat dikatakan bahwa pengaruh adalah sesuatu yang dapat mengubah atau mempengaruhi hal lain.

2. Diferensiasi

Diferensiasi adalah suatu strategi bisnis yang berusaha untuk membangun keunggulan kompetitif dengan produk atau jasa yang mempunyai perbedaan dengan produk lain yang telah ada baik melalui fitur kinerja atau faktor lain yang tidak secara langsung terkait biaya dan harga.

¹Babadu, J.S dan Zain, Kamus Umum Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2001), h.131

Sehingga diharapkan perbedaan tersebut akan menjadi sesuatu yang sulit ditiru maupun dirancang.²

3. *Financial Literacy*

Financial Literacy adalah kemampuan seorang individu untuk mengambil keputusan dalam hal pengelolaan pribadinya. Hal ini menjadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari untuk pengambilan keputusan mengenai keuangan yang tepat. *Financial Literacy* juga merupakan kemampuan mendasar yang dibutuhkan sebagai pengaturan keuangan pribadi yang sukses.³

4. **Kartu Kredit Syariah**

Kartu Kredit Syariah adalah sebuah kartu yang berfungsi sebagai alat pembayaran berdasarkan sistem yang sudah ada antara para pihak berdasarkan prinsip syariah.⁴ Dapat dikatakan bahwa kartu kredit syariah adalah kartu yang berfungsi sebagai alat pembayaran yang digunakan berdasarkan prinsip syariah dengan menghilangkan sistem bunga dan riba.

5. **Bank**

Bank merupakan sebuah lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan mengalokasikan dana tersebut untuk masyarakat dalam bentuk pembiayaan.⁵

6. **Produk**

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan dan kebutuhan, yang termasuk produk adalah objek fisik, jasa,

²John A Pearce dan Richard B Robinson, *Manajemen Strategi: Formulasi, Implementasi dan pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h 247.

³Forgue, M, J, A, M, Garman, H, M, K, R, Hasan A,N dan Sahri, “*Financial Literacy: A study among university student*” *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2010

⁴Fatwa DSN No.54/DSN-MUI/X/2006 tentang Syariah Card, h.1

⁵Veithzal Rivai et.al *Commercial Bank Management: manajemen perbankan dari teori ke praktik*, (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2013), h. 1

orang, tempat, organisasi dan gagasan.⁶ Secara singkat dapat diartikan bahwa produk adalah sebuah penawaran yang dapat digunakan dan diambil manfaatnya.

Berdasarkan beberapa penjelasan istilah judul di atas, maka dapat diperjelas bahwa yang dimaksud dengan judul skripsi ini yaitu suatu penelitian untuk mengungkap dan membahas secara lebih dalam mengenai pengaruh diferensiasi, *financial literacy* dan *service fitur* terhadap minat nasabah menggunakan kartu kredit syariah (Studi Komparasi Bank Syariah Indonesia dan CIMB Niaga Syariah).

B. Latar Belakang Masalah

Kartu kredit adalah alat pembayaran pengganti uang tunai atau cek. Kartu kredit adalah uang plastik yang diterbitkan oleh suatu institusi yang memungkinkan pemegang kartu (*card holder*) untuk memperoleh kredit atas transaksi yang dilakukannya dan pembayarannya dapat dilakukan secara angsuran dengan membayar sejumlah bunga (*finance charge*) atau sekaligus pada waktu yang telah ditentukan.⁷

Syariah secara etimologi berasal dari kata syar'a yang berarti "sesuatu yang dibuka secara lebar kepadanya". Dari sinilah terbentuk kata syari'ah yang berarti "sumber air minum". Kata ini kemudian dikonotasikan oleh bangsa Arab dengan jalan yang lurus yang harus diikuti seperti syariat, ajaran, undang, hukum.⁸ *Syariah card* adalah kartu yang berfungsi seperti kartu kredit yang hubungan hukum (berdasarkan sistem yang sudah ada) antara para pihak berdasarkan prinsip syariah.⁹

Transaksi dalam islam harus dilandasi oleh aturan dan hukum islam karena transaksi adalah manifestasi amal manusia

⁶Philip Kotler & Keller, *Marketing Management*, (Prentice Hall : Pearson Education International,2009), Edisi 13, hal139

⁷Dahlan Siamat, Lembaga Keuangan (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Indonesia, 2002) h 195

⁸Munir Baalbaki dan Rohi Baalbaki, *Kamus AlMaurid*, (Surabaya: Halim Jaya, 2006), h 509

⁹Fatwa DSN No. 54/DSN-MUI/X/2006 tentang *Syariah Card*

yang bernilai ibadah dihadapan Allah. Salah satu prinsip islam dalam transaksi adalah tidak mengandung unsur riba, seperti yang dijelaskan dalam ayat Al-Qur'an dalam Surat Al-Baqarah ayat 275:

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

Artinya: "Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya". (QS. Al-Baqarah 2:275)¹⁰

Ketika seseorang melakukan transaksi dengan mengandung unsur riba maka mereka akan mendapat

¹⁰Al-Qur'an Online www.merdeka.com diakses 10 september 2021

kesesatan dan menjadi penghuni neraka karena Allah sudah jelas menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Riba yang dimaksud ialah tambahan jumlah dalam bermuamalah.

Nasabah mempunyai hak dalam memutuskan pilihannya terhadap penggunaan suatu produk kartu kredit syariah. Selain memilih produk, nasabah juga mempunyai kebebasan dalam menentukan jenis kartu kredit yang sesuai dengan *capability* (kemampuan) nasabah itu sendiri. Akan tetapi nasabah harus mempertimbangkan hal-hal tertentu sebelum menentukan keputusannya. Hal ini terkait dengan beragamnya kartu kredit syariah yang tersedia di masyarakat serta perkembangan teknologi yang semakin canggih. Keadaan ini membuat inovasi produk terus dilakukan demi memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah yang semakin beragam. Fenomena ini tentu menjadi hal yang menarik untuk diteliti.

Ketika melakukan analisis terhadap sebuah produk, nasabah perlu menggali banyak informasi terkait produk yang tersedia. Analisis tersebut dapat melalui diferensiasi yang terdapat pada setiap produk yang meliputi bentuk, keistimewaan dari fitur yang ditawarkan, kualitas kinerja, kesesuaian fungsi produk dengan kebutuhan nasabah, daya tahan, gaya hingga biaya yang dikeluarkan untuk produk tersebut. Selain itu, faktor dari dalam diri nasabah terkait pengetahuan keuangan juga mempengaruhi keputusannya, pengetahuan ini mencakup pengetahuan dasar tentang manajemen keuangan, pengetahuan mengenai debit dan kredit serta pemahaman nasabah mengenai tabungan dan investasi. Faktor lain yang dapat menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih suatu produk terkait dengan fitur pelayanan yang ditawarkan, semakin baik pelayanan suatu produk maka semakin besar kemungkinan produk tersebut dapat dipilih dan digunakan oleh nasabah. Hal ini menjadi topik menarik untuk

diteliti.¹¹ Berikut ini merupakan rata-rata pertumbuhan transaksi non-tunai tahunan 2014-2018:

Gambar 1.1
Rata-Rata Pertumbuhan Transaksi Non-Tunai Tahunan



Sumber : www.katadata.co.id

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa transaksi keuangan non tunai meningkat setiap tahunnya. *Volume* peningkatan ini dilihat dari 3 indikator yaitu uang elektronik, kartu debit dan kartu kredit. Di Indonesia banyak sekali lembaga keuangan syariah khususnya perbankan syariah seperti Bank Syariah Indonesia, CIMB Niaga Syariah, Bank Muamalat dan lembaga lainnya. Banyak penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu mengenai faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan kartu kredit syariah. Menurut Kadek Ari Divayana variabel diferensiasi memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.¹² Sedangkan menurut penelitian Ari Panghayo dan

¹¹Dr. Andri Soemitra, M.A., *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Depok: Kencana, 2017) h 23

¹²Kadek Ari Divayana, Studi Komparasi Pengaruh Diferensiasi Terhadap Minat Masyarakat Memilih Lembaga Keuangan (PT BPR Mertha Sedana dan PT BPR Mas Giri Wangi), *jurnal ekonomi dan bisnis tahun 2018*, h 39

Musdholifah pada tahun 2018 menyatakan bahwa minat nasabah dipengaruhi oleh literasi keuangan.¹³

Minat merupakan salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi keberlangsungan suatu produk. Menurut survey yang dilakukan oleh Ani Purbiantoro pada tahun 2020, minat nasabah terhadap kartu kredit mengalami sedikit penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya.¹⁴ Hal ini diperkuat dengan temuan yang merujuk pada data pada situs resmi Otoritas Jasa Keuangan yang mengatakan bahwa pemakaian kartu kredit syariah pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 2,1%. Ani Purbiantoro menjelaskan pada penelitiannya bahwa penurunan ini disebabkan oleh munculnya pandemic covid-19 dan maraknya e-commerce yang muncul dan menjadi trend transaksi baru di pasar. Akibatnya terdapat pergeseran trend transaksi dari penggunaan kartu kredit syariah menjadi transaksi online dengan bantuan aplikasi.

Faktor pertama dalam penelitian ini yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan kartu kredit syariah adalah diferensiasi. Diferensiasi adalah suatu strategi bisnis yang berusaha untuk membangun keunggulan kompetitif dengan produk atau jasa yang mempunyai perbedaan dengan produk lain yang telah ada. Menurut data yang dihimpun oleh Fahmi dalam penelitian yang berjudul “Studi Diferensiasi Kartu kredit Syariah di Indonesia” menunjukkan bahwa pada tahun 2020 pengguna IB Hasanah Card mencapai ± 350.000 nasabah sedangkan pengguna CIMB Niaga Mastercard Syariah hanya ± 200.000 nasabah. Angka ini dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya kurangnya pengenalan produk kepada masyarakat umum, dibuktikan dengan penyebaran kantor cabang yang mempunyai perbedaan jumlah yang cukup signifikan. Contohnya di kota

¹³Ari Panghayo, Musdholifah, Pengaruh Literasi keuangan terhadap Pemilihan Layanan Keuangan Syariah, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis UIN Walisongo*, 2018, h 44

¹⁴Ari Purbiantoro, Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Minat Nasabah terhadap produk Kartu Kredit Syariah, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2020, h.13

Bandar Lampung, jumlah kantor cabang Bank Syariah Indonesia lebih dari 10 kantor sedangkan untuk CIMB Niaga Syariah hanya tersedia 1 kantor saja. Selain kurangnya promosi dan pengenalan produk, faktor lain yang mempengaruhi tidak signifikannya penggunaan kartu kredit syariah dari CIMB Niaga Syariah adalah tahun penerbitan dari kedua kartu kredit tersebut. IB Hasanah Card diterbitkan pada tahun 2009 sedangkan CIMB Niaga Mastercard Syariah diterbitkan pada tahun 2010. Pada tahun awal penerbitan kartu CIMB Niaga Mastercard Syariah, IB Hasanah Card sudah lebih dulu mempunyai pengguna sekitar \pm 25.000 nasabah.¹⁵ Besarnya jumlah pengguna IB Hasanah Card bukanlah suatu keberuntungan melainkan sebuah hasil dari konsep pemasaran produk yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia. Nasabah memilih produk yang mudah mereka dapatkan serta familiar. Dengan jumlah kantor cabang yang banyak, Bank Syariah Indonesia lebih mudah menjangkau nasabah untuk mengenalkan berbagai produknya salah satunya adalah IB Hasanah Card.

Faktor kedua yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan kartu kredit syariah adalah *financial literacy*. *Financial Literacy* adalah kemampuan seorang individu untuk mengambil keputusan dalam hal pengelolaan keuangan pribadinya.¹⁶ *Survey* terbaru terkait literasi keuangan yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan mengatakan bahwa 3 tahun terakhir terdapat peningkatan pemahaman literasi keuangan masyarakat sebesar 8,33% serta peningkatan akses terhadap produk dan jasa keuangan sebesar 8,39%. *Survey* ini mencakup 12.773 responden di 34 provinsi dan 67 kota/kabupaten dengan mempertimbangkan *gender* dan strata wilayah perkotaan/pedesaan.¹⁷ Namun peningkatan literasi keuangan masyarakat Indonesia tidak dapat menekan angka kasus penipuan

¹⁵ Fahmi, Studi Diferensiasi Kartu Kredit Syariah di Indonesia, Skripsi Universitas Negeri Padang, 2020, h. 87

¹⁶ Fogue, M, J, A, M, Garman, H, M, K, R, Hasan A,N dan Sahri, "Financial Literacy: A study among university student" *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business* (2010)

¹⁷ www.ojk.go.id diakses pada 15 agustus 2021 pukul 18.00

terkait keuangan yang ada. Menurut Elsy M.S. Chani, yang dikutip dalam Kompas.com sebagai ketua group perlindungan konsumen Bank Indonesia mengatakan bahwa kasus penipuan pembobolan kode OTP (*One Time Password*) masih sering terjadi di Indonesia. Beliau mengatakan bahwa literasi keuangan meningkat namun kewaspadaan konsumen terhadap kejahatan seperti penipuan relative rendah yaitu 36,2%.¹⁸ Dengan kesenjangan antara hasil *survey* OJK (Otoritas Jasa Keuangan) terhadap tingkat kasus yang terjadi, peneliti tertarik untuk mengkaji apakah tingkat *financial literacy* individu dapat mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk kartu kredit syariah.¹⁹

Tingkat pelayanan yang diberikan sebuah lembaga keuangan melalui produknya juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah. Baik dalam segi pelayanan terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah, maupun pelayanan mengenai penanganan keluhan nasabah. Sejauh ini, menurut berita yang dilansir oleh mediakonsumen.com mengenai kartu kredit syariah, beberapa keluhan terkait pelayanan yang dirasakan nasabah yaitu mengenai kemunculan tagihan atas transaksi yang tidak dilakukan hingga respon pihak bank yang lambat dalam menangani pengaduan keluhan konsumen. Hal ini menjadi salah satu permasalahan yang muncul pada kartu kredit syariah.²⁰ Perbedaan dari Ib Hasanah Card dan CIMB Niaga Mastercard Syariah dalam segi fitur terletak pada jenis kartu yang diberikan dari masing-masing kartu kredit syariah itu sendiri. Ib Hasanah card mempunyai 3 pilihan jenis kartu yaitu *Classic*, *gold* dan *platinum* yang setiap jenisnya disesuaikan dengan *capability* dari nasabah sedangkan CIMB Niaga Mastercard Syariah hanya mempunyai dua jenis kartu yaitu *Gold* dan *Platinum*. Peneliti tertarik dengan topik ini karena ingin mengetahui apakah dengan adanya permasalahan ini, *service* fitur dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan kartu kredit syariah.

¹⁸ www.kompas.com diakses 16 agustus 2021, pukul 19.52

¹⁹ www.ojk.go.id diakses pada 16 agustus 2021 pukul 18.30

²⁰ www.mediakonsumen.com diakses pada 01 september 2021

Dalam penelitian ini tidak serta merta mengabaikan jurnal pendukung. Jurnal pendukung yang digunakan sebagai acuan yaitu: jurnal dari Aprillia Russetyowati pada tahun 2018 dengan judul “Peningkatan Minat Menggunakan Kartu Kredit Syariah Melalui Pendekatan Kepercayaan, Sikap dan Pendapatan”. Diperoleh hasil bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kartu kredit syariah dengan nilai *probabilitas sig.* $0,001 < \alpha 0,05$ dengan nilai koefisiennya 0,461. Selain itu, variabel sikap dan pendapatan juga berpengaruh positif dan signifikan dengan masing-masing nilai *probabilitas sig.* $0,029 < \alpha 0,05$ dan *sig.* $0,039 < \alpha 0,05$ serta nilai koefisien 0,344 dan 0,161. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dimana data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan SPSS.20 dengan 2 tahap yaitu uji asumsi klasik dan uji regresi linear berganda. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan ada pada jenis variabel independen yang digunakan yaitu kepercayaan, sikap dan pendapatan. Sedangkan penelitian yang saya lakukan berfokus pada variabel independen diferensiasi, *financial literacy* dan *service fitur* dengan membandingkan dua produk kartu kredit syariah yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Indonesia dan Bank CIMB Niaga Syariah. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Dara Chairunnisa pada tahun 2018 yang berjudul “Studi Diferensiasi Produk Kartu Kredit Syariah Antar Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan dan CIMB Niaga Syariah Kantor Cabang Medan)”. Diperoleh hasil berupa banyaknya perbedaan antara kedua kartu kredit tersebut dilihat dari bentuk, tarif, layanan dan lain-lain. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode analisis yang bersifat deskriptif. Tehnik pengumpulan data melalui tiga cara yaitu studi pustaka, studi lapangan dan wawancara. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu terdapat penambahan variabel *financial literacy* dan *service fitur*.

Peneliti tertarik melakukan penelitian ini karena semakin hari kebutuhan transaksi non-tunai semakin meningkat. Dengan era digitalisasi yang berkembang pesat, penelitian mengenai kartu

kredit syariah akan terpengaruh dan memberikan hasil penelitian yang berbeda disetiap tahun nya. Selain itu, peneliti mengambil objek Bank Syariah Indonesia dan Bank CIMB Niaga Syariah karena saat ini terdapat penggabungan antara 3 bank syariah yaitu BNI Syariah, Mandiri Syariah dan BRI Syariah menjadi satu bank yaitu Bank Syariah Indonesia. Tentunya penggabungan ini mempengaruhi kinerja dari produk yang ada dan menghasilkan jangkauan nasabah yang lebih luas. Jadi peneliti tertarik untuk membandingkan produk dari Bank Syariah Indonesia dan produk dari Bank CIMB Niaga Syariah. Peneliti ingin melakukan penelitian dengan variabel independen (diferensiasi, *financial literacy* dan *service fitur*) yang dapat mempengaruhi variabel dependen (minat nasabah). Selain itu peneliti juga ingin mengetahui apakah terdapat perbedaan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen antar kedua produk tersebut. Beberapa penelitian terdahulu telah membandingkan produk kartu kredit dari dua bank yang berbeda ini, namun itu dilakukan di Jakarta, sementara peneliti melakukan penelitian ini di Lampung.

Berdasarkan pokok permasalahan dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Diferensiasi, *Financial Literacy* dan *Service Fitur* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah (Studi Komparasi Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan CIMB Niaga Syariah Lampung)**

C. Batasan Masalah

Agar mempermudah pembahasan dan lebih terarahnya penelitian ini, maka peneliti memberikan batasan-batasan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Penelitian ini akan melihat bagaimana tingkat *Financial Literacy* mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan kartu kredit Syariah dari Bank

Syariah Indonesia dan CIMB Niaga Mastercard Syariah.

- b. Penelitian ini dibatasi oleh variabel independen yaitu *Financial Literacy*, Diferensiasi dan *Service Fitur* dan Variabel dependen yaitu minat nasabah menggunakan kartu kredit syariah dari Bank Syariah Indonesia dan Bank CIMB Niaga Syariah.
- c. Penelitian berfokus pada produk kartu kredit syariah dari Bank Syariah Indonesia yaitu Ib Hasanah Card dan produk kartu kredit syariah dari Bank CIMB Niaga Syariah yaitu CIMB Niaga Mastercard Syariah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah penulis kemukakan dalam latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh diferensiasi terhadap minat nasabah menggunakan kartu kredit syariah secara parsial pada Bank Syariah Indonesia KC Lampung?
2. Apakah terdapat pengaruh diferensiasi terhadap minat nasabah menggunakan kartu kredit syariah secara parsial pada CIMB Niaga Syariah Lampung?
3. Apakah terdapat pengaruh *Financial Literacy* terhadap minat nasabah menggunakan kartu kredit syariah secara parsial pada Bank Syariah Indonesia KC Lampung?
4. Apakah terdapat pengaruh *Financial Literacy* terhadap minat nasabah menggunakan kartu kredit syariah secara parsial CIMB Niaga Syariah Lampung?
5. Apakah terdapat pengaruh *service fitur* terhadap minat nasabah menggunakan kartu kredit syariah secara parsial pada Bank Syariah Indonesia KC Lampung?
6. Apakah terdapat pengaruh *service fitur* terhadap minat nasabah menggunakan kartu kredit syariah secara parsial pada CIMB Niaga Syariah Lampung?

7. Apakah terdapat perbedaan diferensiasi kartu kredit syariah antara Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan Bank CIMB Niaga Syariah Lampung?
8. Apakah terdapat perbedaan *Financial Literacy* antara Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan CIMB Niaga Syariah Lampung?
9. Apakah terdapat perbedaan *Service* Fitur kartu kredit syariah antara Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan CIMB Niaga Syariah Lampung?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian pada umumnya bertujuan untuk menguji, menganalisis, menemukan suatu pengetahuan. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial diferensiasi terhadap minat nasabah menggunakan kartu kredit syariah pada Bank Syariah Indonesia KC Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial diferensiasi terhadap minat nasabah menggunakan kartu kredit syariah pada bank CIMB Niaga Syariah Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial *financial literacy* terhadap minat nasabah menggunakan kartu kredit syariah pada Bank Syariah Indonesia KC Lampung.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial *financial literacy* terhadap minat nasabah menggunakan kartu kredit syariah pada Bank CIMB Niaga Syariah Lampung.
5. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial *service fitur* terhadap minat nasabah menggunakan kartu kredit syariah pada Bank Syariah Indonesia KC Lampung.
6. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial *service fitur* terhadap minat nasabah menggunakan kartu kredit syariah pada Bank CIMB Niaga Syariah Lampung.

7. Untuk mengetahui perbedaan diferensiasi kartu kredit syariah antara Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan Bank CIMB Niaga Syariah Lampung.
8. Untuk mengetahui perbedaan *financial literacy* antara Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan Bank CIMB Niaga Syariah Lampung.
9. Untuk mengetahui perbedaan *service* fitur kartu kredit syariah antara Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan Bank CIMB Niaga Syariah Lampung.

F. Manfaat Penelitian

Dengan penelitian yang dilakukan ini, diharapkan dapat memberi manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung pada pihak yang berkepentingan seperti yang dijabarkan sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

1. Bagi nasabah dan pihak manajemen perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat membantu memberi sumbangan pemikiran dalam pengambilan keputusan yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan.
2. Bagi penulis, sebagai pendalaman ilmu yang telah diperoleh selama duduk di bangku kuliah sehingga dapat mengaplikasikan teori-teori yang sudah dipelajari serta mengatasi masalah-masalah yang ada.
3. Bagi akademisi, memperkaya khasanah ilmu pengetahuan tentang minat nasabah dan segala aspek berkenaan dengan kartu kredit syariah serta penelitian ini dapat menjadi acuan di bidang penelitian yang sejenis dan mengembangkan penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktisi

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini adalah sebagai bahan pertimbangan bagi nasabah dalam pengambilan keputusan terhadap pemilihan layanan keuangan syariah khususnya kartu kredit syariah.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian mengenai pengaruh diferensiasi, *financial literacy* dan *service fiur* terhadap minat nasabah dalam menggunakan kartu kredit syariah telah banyak dilakukan. Namun, dalam pembahasannya terdapat perbedaan antara penelitian yang satu dengan penelitian lainnya serta hasil penelitiannya pun berbeda-beda dari tiap peneliti. Penelitian terdahulu juga dibutuhkan untuk menambah referensi dalam penyelesaian penelitian ini. Berikut adalah hasil beberapa penelitian terdahulu:

1. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yulia Prastika pada tahun 2019 dengan judul **“Pengaruh, *Financial Literacy*, Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah (Studi Komparasi Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan Bank Mega Syariah Periode 2016-2018)**. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa terdapat perbedaan pengaruh antara variabel *financial literacy* terhadap profitabilitas dengan studi komparasi Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan Bank Mega Syariah dengan nilai *sig* (*2-tailed*) $(0,401) > \alpha (0,025)$.²¹
2. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ari Risdiantoro pada tahun 2019 yang berjudul **“Analisis Perbandingan Kartu Kredit Konvensional dan Kartu Kredit Syariah Ditinjau dari Perspektif Tujuan Menggunakan”**. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa terdapat perbedaan antara tujuan penggunaan kartu kredit konvensional dan kartu kredit syariah dengan hasil menunjukkan bahwa berdasarkan *independent sampel t-test* nilai *t* hitung $(0,852) < t \text{ table } (2,084)$.²²

²¹ Yulia Prastika, “Pengaruh, *Financial Technology*, Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah (Studi Komparasi Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan Bank Mega Syariah Periode 2016-2018, Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2018

²²Ari Risdiantoro, “Analisis Perbandingan Kartu Kredit Konvensional dan Kartu Kredit Syariah Ditinjau dari Perspektif Tujuan Menggunakan”, *Jurnal Al-Uqud: Journal Of Islamic Economics* Vol 2 No. 3, (2018) h. 152.

3. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Agil Zulkarnain dengan judul **“Pengaruh Presepsi Masyarakat Terhadap Permintaan Kartu Kredit Syariah (Studi Kasus BNI Syariah dan CIMB Niaga Syariah)”** diperoleh hasil bahwa adanya perbedaan pengaruh persepsi masyarakat terhadap naiknya permintaan kartu kredit syariah dibuktikan dari hasil uji T antara t_{hitung} dan t_{tabel} ternyata: $1,721 < 181$. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan tehnik *sampling* yaitu *simple random sampling*. Dengan objek sebanyak 200 orang pada masyarakat Kecamatan Tanah Sereal, Bogor. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada variabel dependen yaitu kartu kredit syariah secara umum. Selain itu penelitian yang saya lakukan juga menambahkan variabel diferensiasi, *financial literacy* dan *service fitur*.²³
4. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Budiman pada tahun 2019, dengan judul **“Pengaruh Tingkat *Financial Literacy* dan Faktor Sosiodemografi Terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu”** diperoleh hasil bahwa tingkat *financial literacy* memiliki pengaruh terbesar dalam menentukan perilaku keputusan investasi individu dibandingkan dengan faktor sosiodemografi. Penelitian ini mengangkat responden dari pegawai yang belum menikah sebanyak 83 orang di Denpasar, Bali. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada variabel dependen yaitu investasi individu. Sedangkan, variabel dependen yang saya gunakan adalah minat nasabah dalam menggunakan kartu kredit syariah yang berfokus pada dua produk kartu kredit yang

²³Muhammad Agil Zulkarnain, “Pengaruh Persepsi Masyarakat terhadap Permintaan Kartu Kredit Syariah”, *Journal of Islamic Economy* Vol 11 No. 1, (2018), h 20.

diterbitkan oleh Bank Syariah Indonesia dan Bank CIMB Niaga Syariah.²⁴

5. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ratu Amalia pada tahun 2020 dengan judul **“Analisis Pengaruh *Financial Literacy*, Religiusitas, *Mental Accounting* dan Norma Subjektif Terhadap Minat Dosen Fakultas Ekonomi Menggunakan Kartu Kredit Syariah”** diperoleh hasil bahwa variabel *financial literacy*, religiusitas dan norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan kartu kredit syariah pada dosen fakultas ekonomi dan bisnis. Sedangkan variabel *mental accounting* berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan kartu kredit syariah pada dosen fakultas ekonomi dan bisnis. Data pada penelitian ini dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu *convenience sampling* berjumlah 156 orang. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah objek yang diangkat pada penelitian ini mencakup dosen fakultas ekonomi dan bisnis saja. Sedangkan, penelitian yang saya lakukan mencakup nasabah menggunakan kartu kredit secara umum yang berfokus pada nasabah dari Bank Syariah Indonesia dan Bank CIMB Niaga Syariah.²⁵
6. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dara Chairunnisa pada tahun 2018 yang berjudul **“Studi Diferensiasi Produk Kartu Kredit Syariah Antar Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan dan CIMB Niaga Syariah Kantor Cabang Medan)”**. Diperoleh hasil

²⁴Budiman, “Pengaruh Tingkat *Financial Literacy* dan Faktor Sosiodemografi Terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, (2019), h 47.

²⁵Ratu Amalia, “Analisis Pengaruh *Financial Literacy*, Religiusitas, *Mental Accounting* dan Norma Subjektif Terhadap Minat Dosen Fakultas Ekonomi Menggunakan Kartu Kredit Syariah”, *Jurnal Review Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, Vol 4 No.2, (2020), h 19.

berupa banyaknya perbedaan antara kedua kartu kredit tersebut dilihat dari bentuk, tarif, layanan dan lain-lain. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode analisis yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui tiga cara yaitu studi pustaka, studi lapangan dan wawancara. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan terdapat pada penambahan variabel *financial literacy* dan *service fitur* yang saya teliti.²⁶

7. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Syifa, Sofian Muhlisin dan Sahlan Hasbi pada tahun 2019 dengan **judul “Analisis Perbandingan Kartu Kredit Konvensional dan Kartu Kredit Syariah Ditinjau dari Perspektif Tujuan Menggunakan”** diperoleh hasil bahwa terdapat perbedaan faktor minat kepemilikan kartu kredit konvensional yang diperuntukan untuk transaksi pembelanjaan dan kartu kredit syariah lebih kepada penyesuaian terhadap kesyariahannya. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif dengan teknik penelitian lapangan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan terdapat pada fokus pembahasan objek yaitu kartu kredit syariah dan konvensional. Sedangkan fokus pembahasan objek penelitian yang saya lakukan adalah dua produk kartu kredit syariah milik Bank Syariah Indonesia Bank CIMB Niaga Syariah.²⁷

Berdasarkan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini akan meneliti mengenai pengaruh diferensiasi, *financial literacy* dan *service fitur* terhadap minat nasabah dalam menggunakan kartu kredit syariah dari Bank Syariah

²⁶Dara Chairunnisa, “Studi Diferensiasi Produk Kartu Kredit Syariah Antar Bank Syariah di Indonesia”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, (2018), h 73.

²⁷Syifa, Sofian Muhsin dan Sahlan Hasbi, “Analisis Perbandingan Kartu Kredit Konvensional dan Kartu Kredit Syariah Ditinjau dari Perspektif Tujuan Penggunaan”, *Jurnal Nisbah* Vol 5 No 1, (2019), h 55.

Indonesia dan CIMB Niaga Syariah. Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian ini adalah:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah diferensiasi, *financial literacy* dan *service fitur* sebagai variabel independen dan minat nasabah sebagai variabel dependen.
2. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia dan CIMB Niaga Syariah.
3. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2021 dengan metode pengumpulan data berupa kuesioner.

Tabel 1.1
Ringkasan Tinjauan Pustaka

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil
1	Yulia Prastika	Pengaruh, <i>Financial Literacy</i> , Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah (Studi Komparasi Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan Bank Mega Periode 2016-2018)	Independen (X) : <i>Financial Literacy</i> Dependen (Y): Profitabilitas	Regresi Linear Berganda	Terdapat perbedaan pengaruh antara variabel financial literacy terdapat profitabilitas dengan studi komparasi Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan Bank Mega Syariah dengan nilai sig (2-tailed) $(0,401) > \alpha (0,025)$.
2	Ari Risdianto	Analisis Perbandingan Kartu Kredit Konvensional dan Kartu Kredit Syariah Ditinjau dari Perspektif	Kartu kredit konvensional dan kartu kredit syariah	Analisis kualitatif deskriptif	terdapat perbedaan antara tujuan penggunaan kartu kredit konvensional dan kartu kredit syariah dengan

		Tujuan Menggunakan			hasil menunjukkan bahwa berdasarkan <i>independent sampel t-test</i> nilai t hitung $(0,852) < t$ table $(2,084)$.
3	Muhammad Agil Zulkarnain	Pengaruh Presepsi Masyarakat Terhadap Permintaan Kartu Kredit Syariah (Studi Kasus BNI Syariah dan CIMB Niaga Syariah)	Independen (X): Presepsi Masyarakat Dependen (Y): Permintaan Kartu Kredit Syariah	Regresi Linear Berganda	adanya perbedaan pengaruh presepsi masyarakat terhadap naiknya permintaan kartu kredit syariah dibuktikan dari hasil uji T antara t hitung dan t tabel ternyata: $1,721 < 181$.
4	Budiman	Pengaruh Tingkat <i>Financial Literacy</i> dan Faktor Sosiodemografi Terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu	Independen (X): <i>Financial Literacy</i> , Faktor sosiodemografi Dependen (Y): Keputusan Investasi	Regresi Linear Berganda	tingkat <i>financial literacy</i> memiliki pengaruh terbesar dalam menentukan perilaku keputusan investasi individu dibandingkan dengan faktor sosiodemografi.
5	Ratu Amalia	Analisis Pengaruh <i>Financial Literacy</i> , Religiusitas, <i>Mental</i>	Independen (X): <i>Financial Literacy</i> , Religiusitas, <i>Mental</i>	Regresi Linear Berganda	variabel <i>financial literacy</i> , religiusitas dan norma subjektif berpengaruh

		Accounting dan Norma Subjektif Terhadap Minat Dosen Fakultas Ekonomi Menggunakan Kartu Kredit Syariah	Accounting ,Norma Subjektif Dependen (Y): Minat		positif signifikan terhadap minat menggunakan kartu kredit syariah pada dosen fakultas ekonomi dan bisnis. Sedangkan variabel <i>mental accounting</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan kartu kredit syariah pada dosen fakultas ekonomi dan bisnis.
6	Dara Chairunnisa	Studi Diferensiasi Produk Kartu Kredit Syariah Antar Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan dan CIMB Niaga Syariah Kantor Cabang Medan)	Ib Hasanah Card dan CIMB Gold Mastercard	Regresi Linear Berganda	terdapat perbedaan faktor minat kepemilikan kartu kredit konvensional yang diperuntukan untuk transaksi pembelian dan kartu kredit syariah lebih kepada penyesuaian terhadap kesyariahannya.
7	Syifa, Sofian	Analisis Perbandingan		Analisis kualitatif	terdapat perbedaan

	Muslihin dan Sahlan Hasbi	Kartu Kredit Konvensional dan Kartu Kredit Syariah Ditinjau dari Perspektif Tujuan Menggunakan		deskriptif	faktor minat kepemilikan kartu kredit konvensional yang diperuntukan untuk transaksi pembelian dan kartu kredit syariah lebih kepada penyesuaian terhadap kesyariahnya.
--	---------------------------	--	--	------------	---



H. F

Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini akan disajikan dalam sistematika penulisan yang dibagi dalam lima bab yang terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menguraikan tentang penegasan judul, latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan serta sistematika penulisan.

BAB II :LANDASAN TEORI DAN PENGUJIAN HIPOTESIS

Bab II Landasan teori berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu meliputi teori perilaku konsumen, *Theory of Reasoned Action*, Bank Syariah, diferensiasi, *financial literacy* dan *service futur*, serta berisi Kerangka berfikir dan Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian menguraikan tentang metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian meliputi waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, uji validitas dan reliabilitas data, uji prasarat analisis serta uji hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab hasil penelitian dan pembahasan menguraikan tentang deskripsi data serta pembahasan hasil penelitian dan analisis.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup memaparkan tentang simpulan atas hasil pembahasan analisa data penelitian serta rekomendasi.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Teori yang Digunakan

1. Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.²⁸

Definisi perilaku adalah studi tentang tindakan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan membuang produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen menggambarkan individu yang mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang dan usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi. Dari pengertian tentang perilaku konsumen di atas dapat diperoleh dua hal yang penting, yaitu: perilaku konsumen (1) sebagai kegiatan fisik dan (2) sebagai proses pengambilan keputusan.²⁹

Faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu terdiri dari:³⁰

- a. Faktor kebudayaan. Faktor ini berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan terdiri dari budaya, subbudaya dan kelas sosial.

²⁸Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Jakarta: Penerbit PT. Indeks, 2007, h 93

²⁹J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan (untuk meningkatkan pangsa pasar)*, Rineka Cipta, Jakarta: 2011.h.45

³⁰Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Jakarta: Penerbit PT. Indeks, 2012 . h 173

- b. Faktor Sosial. perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor- faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta status social
- c. Faktor pribadi. Faktor pribadi yang memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen terdiri dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
- d. Faktor psikologis. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan pendirian. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka.

Setelah serangkaian psikologi konsumen dan karakteristik konsumen terlewati, maka konsumen akan melewati proses keputusan pembelian yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

2. ***Theory of Reasoned Action***

Theory Reasoned Action pertama kali dicetuskan oleh Ajzen pada tahun 1980. Teori ini disusun menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Sikap merupakan jumlah dari perasaan yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu obyek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual pada skala *evaluative* dua kutub, misalnya baik atau jelek, setuju atau menolak dan sebagainya. Selanjutnya norma-norma subyektif didefinisikan sebagai persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan

mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.³¹

Teori tindakan beralasan berusaha untuk menetapkan faktor-faktor Sikap (*Attitude*) Norma Subyektif (*Subjective Norm*) Niat Perilaku (*Behavioral Intention*) Perilaku (*Behavioral*) yang menentukan konsistensi sikap dan perilaku. Teori ini berasumsi bahwa orang berperilaku secara cukup rasional. Teori tindakan beralasan mempunyai tiga langkah, yaitu:

- a. Model teori ini memprediksi perilaku seseorang dari maksudnya. Jika seseorang mengutarakan maksudnya untuk melaksanakan jihad dengan tujuan mendapatkan pahala dari Allah, maka dia lebih mungkin melakukannya daripada dia tidak punya maksud untuk melakukannya.
- b. Maksud perilaku dapat diprediksi dari dua variabel utama: sikap seseorang terhadap perilaku dan persepsinya tentang apa yang seharusnya orang lain.
- c. Sikap terhadap perilaku diprediksi dengan menggunakan kerangka nilai-harapan yang telah diperkenalkan

3. Diferensiasi

a. Pengertian Diferensiasi

Diferensiasi produk (*product differentiation*) adalah proses pembedaan suatu produk atau jasa untuk membuatnya lebih menarik terhadap suatu pasar sasaran tertentu. Pembedaan tersebut dilakukan baik terhadap produk kompetitor maupun terhadap produk lain dari produsen produk itu sendiri. Konsep ini diajukan oleh Edward Chamberlin dalam buku *Theory of Monopolistic*

³¹Philip Kotler Penerjemah A.B Susanto, Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian, (Jakarta:Salemba Empat, 2001) h 391-394.

Competition (1933). Diferensiasi produk merupakan salah satu sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan.³²

Menurut Porter, terdapat tiga strategi unggulan yang secara potensial dapat membuat sebuah industri menjadi unggul, yaitu strategi keunggulan biaya (*low cost strategy*), strategi diferensiasi (*differentiation strategy*) dan strategi fokus (*focus strategy*).³³ Dari ketiga strategi tersebut, strategi yang paling menguntungkan bagi sebuah industri adalah strategi diferensiasi. Karena strategi ini dibuat dengan penawaran kepada pelanggan dengan konsep pembeda yang tidak dimiliki pesaing.³⁴

Dalam konsep pemasaran tidak hanya terdapat pertarungan produk saja, melainkan aspek persepsi dalam ingatan pelanggan atau calon pelanggan.³⁵ Pelanggan sering membuat keputusan untuk membeli dan menggunakan produk berdasarkan persepsi diri mereka sendiri, oleh sebab itu dibutuhkanlah diferensiasi antar produk sebagai salah satu strategi pemasaran. Menurut Philip Kotler definisi diferensiasi adalah tindakan untuk menetapkan sekumpulan perbedaan yang berarti untuk membuat suatu penawaran yang berbeda dari pesaingnya.³⁶

Jadi, diferensiasi adalah penciptaan suatu rancangan yang dapat menjadi pembeda dengan produk yang sudah ada serta bertujuan untuk menarik minat konsumen.³⁷ Secara sederhana, diferensiasi dapat diartikan adalah

³²Chamberlin, Edward. *The Theory of Monopolistic Competition: A Re-orientation of the Theory of Value*. Harvard University Press. ISBN 978-0674881259.

³³Bernard Edwin Silaban, Analisis Strategi Pt.Xyz Dengan Model Michael Porter (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nusantara : *Journal ESENSI*,2006), Vol. No.1, h 2.

³⁴MacMilan, Ian C. dan Rita Gunther McGrath, *Discovering New Points of Differentiation*, (Harvard Business Review,1997) h 137.

³⁵Al Ries & Jack Trout, 22 Hukum Tetap Pemasaran,(Jakarta: Gramedia,1994) h 31.

³⁶Philip Kotler, Manajemen Pemasaran I, (Jakarta: Prehallindo,2002), h 30.

³⁷Jill Griffin, *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*, (Jakarta: Airlangga,2003), h 357.

upaya sebuah industri membuat perbedaan dari produk yang sudah beredar dengan tujuan menarik minat konsumen. Sedangkan menurut Michael Porter yang dikutip oleh Hermawan Kartajaya diferensiasi adalah “*A firm differentiates it self from its competitors if it can be unique at something that is valuable to buyers*”. Diferensiasi yang diungkapkan oleh Porter dalam strategi generiknya adalah strategi perbedaan (diferensiasi) menghasilkan keunggulan yang didasarkan pada keunggulan eknis, pelayanan dan kualitas.³⁸

Dari beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa diferensiasi adalah sebuah pembeda yang diciptakan oleh sebuah industri dengan maksud menjadi daya tarik bagi konsumennya dan meningkatkan daya saing dengan industri yang lain.

b. Pengertian Produk

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan dan dikonsumsi serta dapat memberikan manfaat bagi menggunakannya. Yang termasuk kedalam produk adalah objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.³⁹ Produk dalam pemasaran adalah penyediaan kebutuhan dalam bentuk jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi serta memberi manfaat kepada pelanggan. Dalam hal ini produk bisa berupa apa saja baik fisik dan non fisik yang ditawarkan kepada pelanggan potensial untuk memenuhi kebutuhan tertentu.

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa produk adalah sesuatu berbentuk fisik maupun non fisik yang ditawarkan kepada pelanggan dengan memberikan manfaat yang dapat dinikmati oleh pelanggan yang

³⁸Hermawan Kartajaya, *Positioning, Diferensiasi dan Brand*. (Jakarta : Gramedia, 2005), h 128.

³⁹ Philip Kotler dan Keller, *Marketing Management (Prentice Hall: Pearson Education International edisi 13, 2009)*, h 139.

potensial. Semakin besar manfaat dan diferensiasi dari produk lain maka semakin baik *brand image* yang dapat terciptakan oleh produk tersebut.

c. Diferensiasi Produk

Dalam hal pemasaran, diferensiasi produk adalah memberikan hal pembeda baik dari segi bentuk, tampilan fisik dan perubahan lainnya dengan produk yang sudah tersedia. Untuk melakukan diferensiasi produk diperlukan riset pasar dan pengamatan terlebih dahulu. Diferensiasi produk berarti memberikan serangkaian rancangan perbedaan pada produk untuk membedakan dengan tawaran produk pesaing.⁴⁰ Menurut Kasumbogo Untung yang dikutip oleh Bobby Yudhiarina, diferensiasi produk yang bersifat inovasional dapat dianggap positif oleh konsumen karena memberikan pemenuhan kebutuhan sesuai dengan waktu yang dapat berubah-ubah.

Jadi dapat disimpulkan bahwa diferensiasi produk adalah penambahan serangkaian hal pembeda dengan produk pesaing, baik dari segi kualitas, kuantitas serta ukuran model maupun strategi pemasarannya.

d. Parameter Diferensiasi

Beberapa parameter diferensiasi yang sering digunakan yaitu:⁴¹

a. Bentuk

Dalam hal ini produk bisa dibedakan dalam hal ukuran fisik atau struktur fisik produk.

b. Keistimewaan fungsi

⁴⁰ Philip Kotler dan Keller, *Marketing Management (Prentice Hall: Pearson Education International* edisi 13, 2009), h 9.

⁴¹Philip Kotler Penerjemah A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, (Jakarta:Salemba Empat, 2001) h 391-394.

Produk dapat ditawarkan dengan menambahkan keistimewaan pada fungsi dasar produk.

c. Kualitas kinerja

Kebanyakan produk yang bermutu baik mendapat perhatian yang tinggi dari masyarakat, sering dibeli dan memberikan brand image yang baik. Kualitas kinerja ini dibagi menjadi empat tingkatan yaitu rendah, rata-rata, Tinggi dan sangat tinggi.

d. Kualitas kesesuaian

Hal ini berfokus pada produksi semua unit yang sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh pasar.

e. Daya Tahan

Merupakan suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan baik dalam kondisi normal maupun berat. Namun dengan syarat selisih harga tidak terlalu tinggi dan juga tidak bergantung pada teknologi yang berkembang sangat cepat karena akan terkesan kuno.

f. Keandalan

Merupakan ukuran kemungkinan suatu produk tidak akan rusak dalam satu periode waktu tertentu. Biasanya, pelanggan akan memilih untuk membayar lebih tinggi demi produk yang lebih handal.

g. Mudah Diperbaiki

Adalah ukuran suatu produk dapat diperbaiki. Idealnya produk dengan kemudahan perbaikan dengan cepat dan dapat ditangani sendiri.

h. Gaya

Menampilkan perasaan dan penampilan produk bagi pembeli. Di sisi negatif,

terkadang tingkat gaya yang tinggi tidak mencerminkan kualitas yang baik.

i. Rancangan

Merupakan totalitas yang ditampilkan oleh produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan ketatnya persaingan, rancangan produk dengan diferensiasi yang tepat dapat menentukan keberlangsungan produk tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa diferensiasi produk dapat dilakukan dengan fisik terlebih dahulu. Selain bentuk fisik, faktor diferensiasi dapat dilakukan melalui keistimewaan, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, gaya dan rancangan.

e. Tahap-Tahap Diferensiasi

Tahap-tahap melakukan diferensiasi yaitu:⁴²

- 1) Mengembangkan produk baru
 - a) Adaptasi
 - b) Modifikasi
 - c) Memperbesar
 - d) Memperkecil
 - e) Substitusi
 - f) Menata ulang
 - g) Membalik
 - h) Mengkombinasi
- 2) Mengembangkan variasi kualitas
- 3) Mengembangkan tambahan serta ukuran model

⁴²Bambang Hariadi, Strategi Manajemen:Strategi Memenangkan Perang Bisnis, (Malang:Bayupedia Publishing, 2005), h 108.

f. Syarat dan Kriteria Diferensiasi

Keunggulan dari diferensiasi yang ditampilkan harus memenuhi kriteria:⁴³

- 1) Penting
- 2) Berbeda
- 3) Superior (unggul)
- 4) Dapat dikomunikasikan
- 5) Pelopor
- 6) Harga terjangkau
- 7) Menguntungkan

Pada dasarnya diferensiasi didasarkan pada konsep inovasi, maka setiap perusahaan yang melakukan inovasi produk yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan pasar akan menciptakan brand image yang baik pada pasar.

g. Mempertahankan Diferensiasi

Setelah terbentuknya diferensiasi yang kokoh, maka langkah selanjutnya adalah mempertahankannya. Hanya sedikit perusahaan yang dapat mempertahankan strategi diferensiasinya. Sebaliknya, perusahaan yang terus melakukan riset terhadap pasar dan terus melakukan inovasi produk, akan terus mendapat tempat yang baik di pasar dan mampu bersaing.⁴⁴ Dalam hal ini, Hermawan Kartajaya mengungkapkan cara untuk menjaga diferensiasi, yaitu:⁴⁵

- 1) Fokus pada inti diferensiasi
- 2) Konsisten
- 3) Selalu mengembangkan diferensiasi

⁴³Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h 59.

⁴⁴Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Penerjemah A.B Susanto, (Jakarta:Salemba Empat,2001),h 613.

⁴⁵Hermawan Kartajaya, *Positioning, Diferensiasi dan Brand*, (Jakarta: Gramedia, 2005), h 161.

Dengan strategi diferensiasi, perusahaan mengharapkan pelanggan akan mendapat keuntungan lebih banyak daripada produk lainnya.

h. Manfaat dan Risiko Diferensiasi

Keuntungan dan risiko yang akan didapat dari strategi diferensiasi, yaitu:⁴⁶

Keuntungan :

- 1) Kemenangan persaingan dari target pasar yang dituju.
- 2) Pembeli yang kurang sensitive terhadap kenaikan harga akibat diferensiasi yang efektif.
- 3) Loyalitas pelanggan yang sulit ditandingi oleh pelanggan dari produk lain.

Risiko:

- 1) Adanya imitasi atau produk tiruan
- 2) Perubahan teknologi yang pesat
- 3) Perbedaan biaya antar pesaing

4. Financial Literacy

a. Pengertian *Financial Literacy*

Literasi keuangan (*Financial Literacy*) adalah kemampuan individu mengambil keputusan dalam hal pengelolaan keuangan pribadinya. Literasi keuangan adalah hal penting dalam kehidupan sehari-hari yang dapat mengarahkan individu dalam memilih layanan keuangan yang akan digunakan dan pengambilan keputusan yang tepat dalam hal

⁴⁶John A Pierce dan Richard B Robinson, Manajemen Strategi: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian, (Jakarta:Salemba Empat,2009), h 248-249.

pengelolaan keuangan.⁴⁷ Pendapat lain mengatakan bahwa *Financial literacy is a knowledge of basic financial concepts, such as the working of interest compounding, the difference between nominal and real values and the basic of the risk diversification.*⁴⁸

Dari definisi diatas, penulis mengambil kesimpulan secara sederhana bahwa financial literacy adalah sebuah pengetahuan dasar dalam hal keuangan yang dimiliki oleh masing-masing individu.

b. Konsep dalam *Financial Literacy*

Faktor yang menjadi penyebab berkembangnya literasi keuangan antara lain tingkat bunga tabungan yang rendah, tingkat hutang dan tingkat kebangkrutan yang memaksa individu untuk mengambil keputusan secara tepat yang berpengaruh pada perekonomian di masa depan.⁴⁹ Literasi keuangan membantu setiap individu agar terhindar dari masalah keuangan. Kesalahan pada masalah keuangan ini bukan hanya terjadi karena rendahnya pendapatan individu saja, namun ada faktor lain seperti kesalahan pengelolaan dan kesalahan pengambilan keputusan.⁵⁰

⁴⁷Forgue, M, J, A, M, Garman, H, M, K, R, Hasan A,N dan Shari, A, N, *Financial literacy : a study amaong Univerity studends. Interdisciplinary Journal of contemporary Research in Business* (2010), h n2.

⁴⁸Pankow, C, dan James, R, N, *Associations between individuals characteristics and financial knowledge among college students Journal of personal Finance*, (2008), h 170-184

⁴⁹Kaetsner, A, S, Nurfadhilah A. H, Ramesh K, M, Mior A.J, *Financial Literacy: a study among the university Students*, (2008), h 5.

⁵⁰Ayu, K, Rofi, R, Maya S, S, *Analisis Tingkat Literasi keuangan mahasiswa dan faktor-faktor mempengaruhinya (Survey Pada mahasiswa, Universitas pendidikan Indonesia)* (2010), h 12.

Literasi keuangan mencakup 5 (lima) konsep keuangan, yaitu :⁵¹

- 1) Pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi mencakup pemahaman seseorang mengenai perhitungan tingkat bunga sederhana, bunga majemuk, tingkat inflasi, nilai waktu uang, modal kerja dan lain-lain.
- 2) Pengetahuan mengenai manajemen uang termasuk pengelolaan uang pribadi mereka. Tingkat literasi keuangan yang baik juga akan berpengaruh baik terhadap hasil pengelolaan keuangannya. Dalam hal ini juga setiap individu dapat menyusun skala prioritas dalam pengalokasian keuangannya secara tepat.
- 3) Pengetahuan mengenai kredit dan utang Menurut UU No 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UU No7 Tahun 1992 tentang perbankan, kredit ialah penyediaan uang atau tagihan yang dapat disamakan, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antar bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak meminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga. Konsep ini mencakup bagaimana individu mengatur pengeluaran yang tidak sebanding dengan pendapatannya.
- 4) Pengetahuan mengenai tabungan dan investasi Tabungan merupakan bagian dari pendapatan yang tidak dipergunakan untuk konsumsi sedangkan investasi merupakan bagian dari tabungan yang dipergunakan untuk kegiatan ekonomi yang menghasilkan keuntungan.

⁵¹Robbins L, A, *The financial knowledge of Canadians. Canadian Social Trend*, (2008), h 30-39.

5) Pengetahuan mengenai risiko

Secara umum risiko yang dapat dialami individu antara lain:

- a) Risiko kematian
- b) Risiko kelalaian orang lain
- c) Risiko kehilangan asset

Penanganan risiko yang tepat seperti menggunakan asuransi akan meminimalisir kerugian yang dialami. Dalam hal ini pemahaman financial literacy sangat diperlukan dalam memilih jenis asuransi yang tepat.

c. Kategorisasi *Financial Literacy*

Menurut Chen, *Financial Literacy* dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok yaitu:

Tabel 2.1

Kategorisasi *Financial Literacy*

Kategorisasi	Tinggi	Sedang	Rendah
Ukuran	$\geq 80\%$	$60\% > 80\%$	$< 60\%$

Sumber: Chen dan Volpe, 2008

Berdasarkan tabel 2 dijelaskan bahwa jika *Financial Literacy* berada di antara rata-rata $\geq 80\%$ maka dikatakan tinggi, jika berada diantara $60\% > 80\%$ dikatakan sedang dan $< 60\%$ dikatakan rendah. Pengkategorian ini didasarkan pada presentase jawaban responden yang benar dari sejumlah pernyataan yang digunakan untuk mengukur literasi keuangan.⁵²

⁵²Chen, H, dan Volpe, An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Student. *Financial Services Review*, (2008) h, 107-128.

d. Indikator *Financial Literacy*

Terdapat indikator penting dalam *financial literacy*, yaitu:⁵³

1) *Basic personal finance*

Basic personal finance mencakup pemahaman dasar pengelolaan keuangan seperti perhitungan bunga, likuiditas dan lain-lain. Dalam *basic personal finance* ini terdapat indikator *understanding income*, yaitu pengelolaan pendapatan agar sesuai dengan pengeluaran yang dibutuhkan. Apabila pendapatan lebih kecil daripada pengeluaran, maka dipastikan seorang individu akan mengalami masalah keuangan.

2) *Money management*

Money management mempelajari bagaimana seseorang dapat mengelola keuangannya dengan baik dan berdasarkan skala prioritas.⁵⁴

3) *Credit and Debt Management*

Hal ini merupakan aspek dalam mengelola pengeluaran dan pendapatan yang berfokus pada kredit, dimana ketepatan seseorang menggunakan kredit hanya sebagai alat bantu untuk pemenuhan kebutuhan saja.

4) *Saving and Investment*

5. Kartu Kredit Syariah

a. Pengertian Kartu Kredit dan Debit

Pengertian kredit secara universal menurut Undang-Undang Perbankan Indonesia yaitu

⁵³Nababan dan Sadalia, Analisis Personal *Financial Literacy* dan Personal *Behavior* Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Sumatera Utara, Universitas Sumatera Utara, (2012), h 23.

⁵⁴Retang B H W, Skripsi Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Studi Kasus: Mahasiswa S1 Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, (2016)

“Penyediaan uang atau tagihan-tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain dalam hal dimana pihak peminjam berkewajiban melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan kesepakatan yang telah ditetapkan”.⁵⁵ Kartu kredit adalah alat pengganti pembayaran dengan uang tunai atau cek.⁵⁶ Kartu kredit adalah uang plastic berbentuk kartu yang digunakan sebagai pengganti pembayaran dengan sistem pinjaman yang mengandung kewajiban untuk dilunasi dikemudian hari dengan angsuran dan membayar sejumlah bunga pada waktu yang telah ditentukan.⁵⁷ Sedangkan kartu debit adalah uang berbentuk kartu yang dapat digunakan untuk transaksi pembayaran dengan cara mendebit langsung saldo yang tersedia pada waktu yang sama ketika transaksi terjadi.

b. Pengertian Kartu Kredit Syariah

Syariah secara etimologis berakar dari kata Syar‘a yang berarti “sesuatu yang dibuka secara lebar kepadanya.” Dari sinilah terbentuk kata syaria’ah yang berarti “sumber air minum”. Kata ini kemudian dikonotasikan oleh bangsa Arab dengan jalan yang lurus harus diikuti seperti syariat, ajaran, undang-undang dan hukum.⁵⁸ *Syariah Card* adalah kartu yang berfungsi seperti kartu kredit yang hubungan hukum (berdasarkan sistem yang sudah ada) antara para pihak berdasarkan prinsip syariah. Meskipun fungsi kartu kredit syariah secara umum

⁵⁵Buku Undang-Undang Perbankan No.10,1998.

⁵⁶Hermansyah,SH. M.Hum, Hukum Perbankan Nasional Indonesia, (Jakarta :Kencana Prenada Media Group,2007), h 90.

⁵⁷Ibrahim,Johannes. Kartu Kredit :Dilematis Antara Kontrak dan Kejahatan. (Bandung: PT.Refika Aditama,2004), h 11.

⁵⁸Munir Baalbaki dan Rohi Baalbaki, Kamus *Al-Maurid*, (Surabaya : Halim Jaya,2006), h 509.

sama dengan kartu kredit konvensional, namun terdapat perbedaan antara keduanya yaitu tidak diberlakukannya bunga yang identik dengan riba. Mekanisme akad pada kartu kredit syariah sesuai dengan ketentuan syariah dengan akad kafalah, *qard* dan *ijarah*. Dalam kartu kredit syariah juga terdapat batasan menggunakan yaitu tidak menimbulkan riba, tidak digunakan untuk transaksi yang tidak sesuai syariah, tidak mendorong pengeluaran yang berlebihan, pemegang kartu harus mempunyai kemampuan finansial untuk melunasi kewajibannya dan tidak memberikan fasilitas yang bertentangan dengan syariah.⁵⁹

Berdasarkan definisi diatas, penulis menarik kesimpulan bahwa kartu kredit syariah adalah alat pembayaran yang berbasis pinjaman dengan akad *ijarah*, *qardh* dan *kafalah* dan sesuai dengan prinsip syariah dengan menghilangkan konsep bunga yang identik dengan riba.

c. Hukum Fiqh Kartu Kredit Syariah

Landasan hukum penerbitan kartu kredit syariah yang dijadikan sebagai acuan umum adalah

Qs. Al-Maidah ayat 1:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ

بِهَيْمَةِ الْأَنْعَمِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ

وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ تَحَكَّمُ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

⁵⁹Fatwa DSN No.54/DSN-MUI/X/2006 tentang *Syariah Card*, h 1-2.

Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman, penihilah akad-akad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.”

Berdasarkan ayat di atas, dalam kegiatan muamalat terdapat akad-akad dan ketentuan yang diterapkan dan seluruh pihak yang terkait dalam kegiatan muamalat itu harus memenuhi ketentuan tersebut. Begitu juga pada kartu kredit syariah, terdapat akad-akad yang harus dipenuhi oleh bank sebagai penerbit kartu dan nasabah sebagai menggunakan kartu.

Qs. Al-Baqarah ayat 275:

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا... 

Artinya :” Padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba”....

Ayat diatas mengatakan bahwa setiap transaksi yang mengandung riba hukumnya haram, serta boleh mengambil keuntungan dari transaksi tersebut tentunya dengan cara yang tidak bathil. Kaitannya dengan kartu kredit syariah adalah bahwa selama transaksi dalam kartu kredit syariah tersebut tidak mengandung riba maka hukumnya boleh.

Qs. Al-Baqarah ayat 282:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ

أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ... 

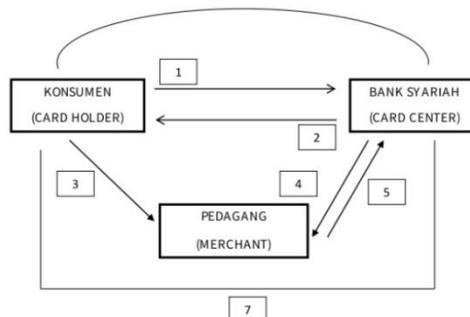
Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya...”

Ayat diatas mengatakan bahwa dalam bermu’amalah boleh dilakukan dengan tidak secara tunai, demikian juga dengan aplikasi kartu kredit syariah yang transaksinya tidak dilakukan secara tunai sehingga diperbolehkan dengan syarat menuliskannya agar dapat mengingat untuk melunasinya.

d. Mekanisme Kartu Kredit Syariah

Gambar 2.1

Mekanisme Kartu Kredit Syariah



Keterangan:

1. Nasabah memenuhi persyaratan
2. Penerbitan kartu oleh bank
3. Transaksi pembelian dan pembayaran
4. Penagihan pedagang kepada bank
5. Pembayaran tagihan oleh bank
6. Penagihan oleh bank kepada nasabah menggunakan kartu
7. Pembayaran tagihan kepada bank

e. Ketentuan Umum Menurut Fatwa DSN-MUI No:54/DSN MUI/X/2006

Mengenai kartu kredit syariah, Dewan Syariah Nasional telah menetapkan fatwa tentang bagaimana produk kartu kredit syariah dijalankan, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Ketentuan umum
 - a) *Syariah Card* adalah kartu yang berfungsi seperti kartu kredit yang hubungan hukum (berdasarkan sistem yang sudah ada) antara para pihak berdasarkan prinsip syariah sebagaimana diatur dalam fatwa ini.
 - b) Para pihak sebagaimana dimaksud dalam butir a adalah pihak penerbit kartu (*mushdir al-bithaqah*), pemegang kartu (*hamil al-bithaqah*) dan penerima kartu (*merchant, tajir atau qabil al-bithaqah*)
 - c) *Membership Fee* (*rusum al-udhwiyah*) adalah iuran keanggotaan, termasuk perpanjangan masa keanggotaan dari pemegang kartu, sebagai imbalan izin menggunakan kartu yang pembayarannya berdasarkan kesepakatan.
 - d) *Merchant Fee* adalah *fee* yang diberikan oleh merchant kepada penerbit kartu

sehubungan dengan transaksi yang menggunakan kartu sebagai upah/imbalan (ujrah) atas jasa perantara (samsarah), pemasaran (taswiq) dan penagihan (tahsil al-dayn)

- e) *Fee* penarikan uang tunai adalah *fee* atas menggunakan fasilitas untuk penarikan uang tunai (rusum sahb al-nuqud)
- f) *Ta''widh* adalah ganti rugi terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan oleh penerbit kartu akibat keterlambatan pemegang kartu dalam membayar kewajibannya yang telah jatuh tempo
- g) Denda keterlambatan (*Late Charge*) adalah denda akibat keterlambatan pembayaran kewajiban yang akan diakui seluruhnya sebagai dana sosial.

2) Hukum

Syariah Card dibolehkan, dengan ketentuan sebagaimana diatur dalam fatwa ini.

3) Ketentuan akad

- a) Kafalah; dalam hal ini penerbit kartu adalah penjamin (kafil) bagi pemegang kartu terhadap merchant atas semua kewajiban bayar (dayn) yang timbul dari transaksi antara pemegang kartu dengan merchant, dan/atau penarikan tunai dari selain bank atau ATM bank penerbit kartu. Atas pemberian kafalah, penerbit kartu dapat menerima *fee* (ujrah kafalah).
- b) Qardh; dalam hal ini penerbit kartu adalah pemberi pinjaman (muqridh) kepada pemegang kartu (muqtaridh) melalui penarikan tunai dari bank atau ATM bank penerbit kartu.

- c) Ijarah; dalam hal ini penerbit kartu adalah penyedia jasa sistem pembayaran dan pelayanan terhadap pemegang kartu. Atas jasa ini, pemegang kartu dikenakan membership fee.
- 4) Ketentuan tentang batasan
 - a) Tidak menimbulkan riba.
 - b) Tidak digunakan untuk transaksi yang tidak sesuai dengan syariah
 - c) Tidak mendorong pengeluaran yang berlebihan (israf), dengan cara antara lain menetapkan pagu maksimal pembelanjaan
 - d) Pemegang kartu utama harus memiliki kemampuan finansial untuk melunasi pada waktunya
 - e) Tidak memberikan fasilitas yang bertentangan dengan syariah.⁶⁰

B. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris.

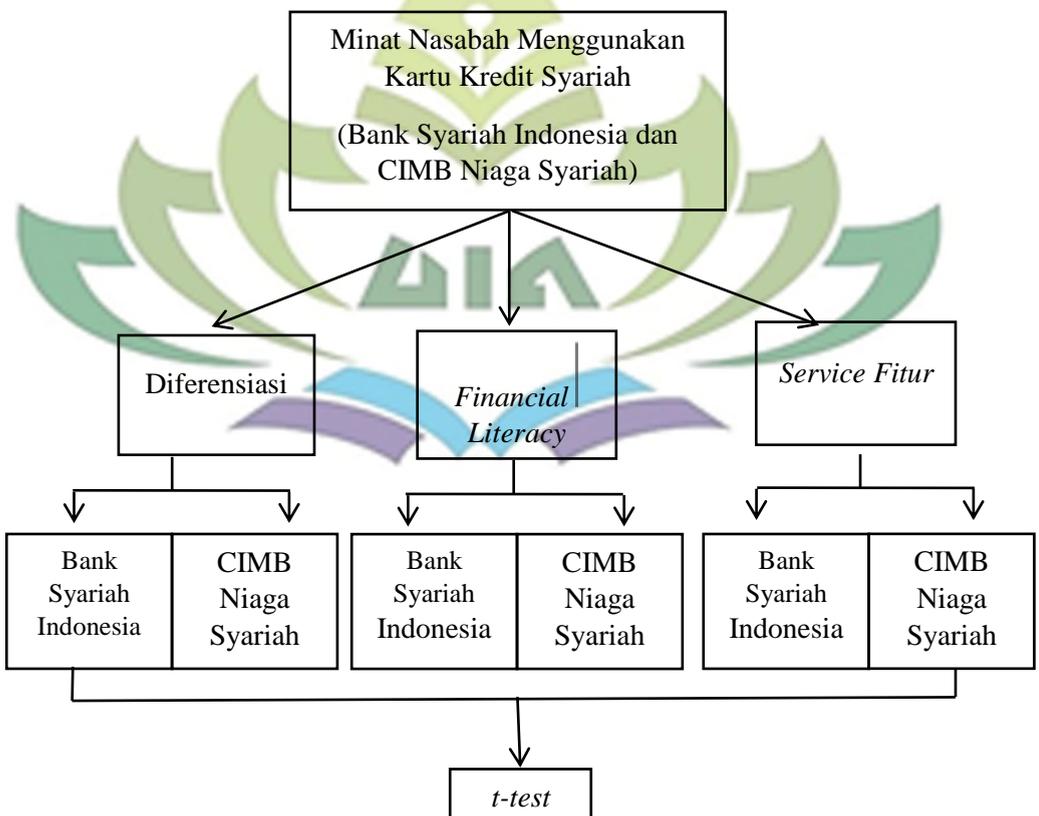
1. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu konseptual yang menjelaskan mengenai teori yang berhubungan dengan faktor-faktor yang diidentifikasi sebagai masalah serta

⁶⁰Dara Chairunnisa, Studi Diferensiasi Antar Kartu Kredit Syariah di Indonesia Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Medan dan CIMB Niaga Syariah Cabang Medan, Skripsi Minor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, (2018), h 15-24.

menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.⁶¹ Jika dilihat dari tujuan penelitian dan teori yang dipaparkan sebelumnya maka kali ini akan menjelaskan mengenai kerangka konseptual tentang pengaruh Diferensiasi, *Financial Literacy* dan *Service Fitur* terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah pada bank syariah Indonesia. Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



⁶¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2012), 93

1. Pengaruh Diferensiasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah pada Bank Syariah Indonesia KC Lampung

Menurut *Theory of Reasoned Action* yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishben menyatakan bahwa perilaku individu berdasarkan minat dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari sikap dan norma subyektif. Variabel sikap dipengaruhi oleh hasil tindakan yang telah dilakukan sedangkan norma subyektif dipengaruhi oleh pendapat orang lain. Dan hal tersebutlah yang akan menentukan dilakukan atau tidak. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arif Muhtadi pada tahun 2020 dengan menggunakan variabel diferensiasi dan *word of mouth* sebagai variabel independen dan kepercayaan sebagai variabel intervening diperoleh hasil bahwa variabel diferensiasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan dan keputusan nasabah menabung di bank. Pada tahun 2015, Yoga Pratama dan Seno Andri juga melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Minat Konsumen Dalam Rangka Memenangkan Persaingan Bisnis Jasa Asuransi Pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru” dan memperoleh hasil bahwa variabel diferensiasi yang mengandung lima komponen, yaitu *the form, features, quality of performance, quality, relevance, and reliability process* masing-masing berpengaruh positif signifikan dalam rangka memenangkan persaingan bisnis. Pada tahun yang sama pula, Perengki Susanto dan Nella Rahmi menggunakan variabel diferensiasi dan harga pada penelitiannya dan setelah dilakukan uji hipotesis ditemukan bahwa diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada sepeda Fixie di Kota Padang, dengan nilai sig $0,000 < 0,05$.

Hasil berbeda didapatkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Nichy Oktaviani pada tahun 2018 yang mengatakan bahwa variabel diferensiasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Sejalan dengan beberapa penelitian lain, hasil yang mengatakan bahwa diferensiasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah Griya ib Hasanah Bank BNI Syariah dikemukakan oleh Muhammad Ibnu Azizan pada tahun 2017 dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Griya iB Hasanah Di PT. Bank Bni Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”. Jauh sebelum itu, pada tahun 2014 Thariz Baharmal Dewata telah melakukan penelitian dengan menggunakan variabel diferensiasi dan memperoleh hasil bahwa variabel diferensiasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $\text{sig } 0.773 < 0.05$. 4 tahun sesudahnya penelitian kembali dilakukan dengan variabel yang sama oleh Siti Aminah dan memperoleh hasil bahwa variabel diferensiasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah.

Secara umum, diferensiasi akan mempermudah nasabah untuk menentukan dan mempertimbangkan produk mana yang akan menjadi pilihannya. Semakin banyak diferensiasi yang dimiliki suatu produk menandakan keunggulan yang dimiliki produk tersebut lebih banyak dari produk pesaing. Keunggulan yang lebih tinggi akan mempengaruhi naiknya minat nasabah dalam memilih produk tersebut karena akan memberi manfaat yang lebih banyak. Berdasarkan hasil dari penelitian dan uraian yang telah diungkapkan diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Diferensiasi Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah pada Bank Syariah Indonesia KC Lampung

2. Pengaruh Diferensiasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah pada Bank CIMB Niaga Syariah Lampung

Menurut Eisenfuhr pengambilan keputusan adalah proses membuat pilihan dari sejumlah alternatif untuk mencapai hasil yang diinginkan. Definisi ini memiliki tiga kunci utama yaitu pengambilan keputusan yang melibatkan membuat pilihan dari sejumlah pilihan, pengambilan keputusan yang merupakan proses dengan melibatkan lebih dari sekedar pilihan akhir dari alternative yang ada, serta hasil yang diinginkan, yang merupakan tujuan utama dari pilihan tersebut melibatkan tujuan yang dihasilkan dari mental bahwa pembuat keputusan terlibat dalam mencapai keputusan akhir. Pembuatan keputusan ini terdiri dari beberapa pertimbangan dan penilaian. Proses inilah yang membutuhkan perhatian khusus terutama pada diferensiasi produk yang dihadirkan. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhadi (2009), menyatakan bahwa diferensiasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Arif Gunadi (2016), menyatakan bahwa diferensiasi yang terdiri dari bentuk, ukuran, biaya, dan layanan, memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pelanggan. Tetapi hasil berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ana Ashari (2019) yang menyatakan bahwa diferensiasi berpengaruh negatif terhadap minat nasabah.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Indira Lestari (2014), menyatakan bahwa variabel diferensiasi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah secara parsial. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Wildan Sudiro (2014) menyatakan bahwa diferensiasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H2 : Diferensiasi Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah pada Bank CIMB Niaga Syariah Lampung

3. Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah pada Bank Syariah Indonesia KC Lampung

Dalam *Theory Decision Making* yang dikemukakan oleh Leonard Savage pada tahun 1954, terdapat salah satu factor yaitu knowledge dimana teori ini mengatakan bahwa individu membuat keputusan berdasarkan pengetahuan yang dimiliki dan kenyataan yang terjadi. Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 76 tahun 2016, literasi keuangan (*Financial Literacy*) ialah pengetahuan, keterampilan dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Beberapa penelitian yang menunjang teori ini banyak dilakukan. Penelitian terkait salah satunya telah dilakukan oleh Asniyati dan Rizal Yaya pada tahun 2020 dengan judul “Analisis Pengaruh *Financial Literacy*, *Religiusitas*, *Mental Accounting*, dan Norma Subyektif Terhadap Minat Dosen Fakultas Ekonomi Menggunakan Kartu Kredit Syariah” memperoleh hasil bahwa berdasarkan analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa variabel *Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dosen menggunakan kartu kredit syariah. Kemudian pada tahun 2019, Ni Made Dwiyana Rasuma Putri dan Henny Rahyuda menggunakan variabel *Financial Literacy* sebagai salah satu variabel independen dan memperoleh hasil bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Ini menjelaskan bahwa pengetahuan seseorang untuk mengelola keuangan pribadinya merupakan factor

kunci dalam menentukan keputusan terkait permasalahan keuangan. penelitian lain yang dilakukan oleh Risa Nur Fauzi pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah” memperoleh hasil bahwa Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah.

Sebagai bahan pembandingan penelitian yang dilakukan oleh Fariqi Shulhan pada tahun 2020 memperoleh hasil yang berbeda yaitu variabel *Financial Literacy* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi galeri syariah. Namun, 3 tahun sebelumnya Susanti (2017) melakukan penelitian dan memperoleh hasil bahwa variabel *Financial Literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh Dita Listyani Ninda Pratiwi pada tahun 2020 dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Attitude* dan *Parental Income* Terhadap Personal Financial Management Behavior Pada Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan” diperoleh hasil bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Financial Literacy (X1), Financial Attitude (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Personal Financial Management Behavior, sedangkan Parental Income (X3) tidak berpengaruh terhadap Personal Financial Management Behavior. Penelitian lain dengan hasil serupa juga dilakukan pada tahun 2019 oleh Resti Fadhilah Nurrohmah dan Radia Purbayati dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah” dengan hasil menunjukkan bahwa variabel tingkat literasi keuangan syariah dan kepercayaan masyarakat berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Temuan pada penelitian ini memberikan referensi pada bank syariah, bahwa tingkat literasi dan kepercayaan

masyarakat mempengaruhi minat menabung, maka dari itu bank syariah harus terus melakukan sosialisasi pada masyarakat.

Pada umumnya tingkat pengetahuan seseorang akan suatu bidang ilmu akan menambah referensi pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Semakin baik tingkat pengetahuan seseorang maka dapat meningkatkan ketepatan dalam pengambilan keputusan dengan risiko sekecil mungkin. Hal sama berlaku pada tingkat literasi keuangan individu, semakin tinggi tingkat literasi keuangan seorang individu maka semakin baik pula keputusan yang dapat diambil untuk mengatur keuangan baik dalam pengelolaan pendapatan maupun pemilihan layanan keuangan yang terbaik. Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Financial Literacy Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah pada Bank Syariah Indonesia KC Lampung

4. Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah pada Bank CIMB Niaga Syariah Lampung

Lusardi dan Mitchell mengatakan bahwa pengetahuan keuangan atau disebut dengan literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengelola informasi ekonomi, membuat perencanaan keuangan, dan membuat keputusan yang lebih baik tentang akumulasi kekayaan, pension dan juga hutang. Hal ini mempengaruhi pemikiran individu atas penilaian terhadap keputusan yang akan dibuatnya. Individu menilai berdasarkan ilmu pengetahuan yang dimilikinya demi membuat keputusan

terbaik yang memberinya keuntungan terbanyak.⁶² Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dinda (2016) yang meneliti tentang pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan nasabah, menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah bank syariah. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Budi Adji (2016) menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Tetapi hasil berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Arum dan Riga Chaniago (2019). menyatakan bahwa pengetahuan nasabah tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yogi Aprizon (2019), memberi pernyataan bawasannya ada pengaruh positif pada *financial literacy* dengan keputusan konsumen. selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Saputra Adi (2018). Yang menunjukkan bahwa pengetahuan individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk keuangan. dari penelitian diatas menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki nasabah maka akan menciptakan keputusan yang terbaik dalam pemilihan produk.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H4 : *Financial Literacy* Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah pada Bank CIMB Niaga Syariah Lampung

⁶² Fatihudin, Didin dan Anang Firmansyah. 2018. Pemasaran (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). Yogyakarta: Deepublish.

5. Pengaruh *Service Fitur* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah pada Bank Syariah Indonesia KC Lampung

Berdasarkan *Rational Choice Theory* yang dikemukakan oleh Adam Smith menyatakan bahwa individu menggunakan kepentingan pribadi mereka untuk membuat suatu pilihan yang akan memberi mereka manfaat besar dan individu akan menimbang terlebih dahulu pilihan yang paling baik untuk mereka. Fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi secara online atau tidak. Menurut Steward, dkk., (2001) dalam Pavlou (2001) faktor kepercayaan dalam *e-commerce* adalah perkiraan subyektif dimana konsumen percaya mereka dapat melakukan transaksi online secara konsisten dan lebih lengkap sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan. Konsep kepercayaan disini adalah kepercayaan pada penyelenggara transaksi online (banking/retailer/ produsen) dan kepercayaan pada kelengkapan fitur layanan yang terdapat di dalam internet banking.

Beberapa penelitian terkait variabel fitur layanan telah dilakukan, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Chitra Laksmi Rithmaya pada tahun 2016 dengan judul “Pengaruh Kemudahan Menggunakan, Kemanfaatan, Sikap dan Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA dalam Menggunakan *Mobile Banking*” dan diperoleh hasil bahwa secara parsial variabel fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang. Dengan objek penelitian yang berbeda, Wibowo dkk pada tahun 2015 juga telah melakukan penelitian dengan hasil bahwa pernyataan hipotesis ketiga (H3) dapat diterima, maka variabel fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk *e-money card* secara signifikan,

dengan nilai t_{hitung} 8.537 dan signifikansi 0.000 (kurang dari 0.05). Kemudian pada tahun 2020, seorang mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung bernama Syafitri juga melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan, Kepercayaan, Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Pada Aplikasi Ovo (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UPGRIS Angkatan 2016-2019)” dan diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara fitur layanan terhadap minat. didapatkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,793 atau 79,3 persen. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kemudahan menggunakan, kepercayaan, fitur layanan adalah sebesar 79,3 persen. Sedangkan sisanya sebesar 0,207 atau 20,7 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian pada tahun 2018 oleh Wahyu Prastiwi Umaningsih dan Dewi Kusuma Wardani dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan *E-Money*” dengan 114 sampel data diperoleh hasil bahwa dari uji regresi memperlihatkan bahwa persepsi kemudahan dan fitur layanan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan *emoney*. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Gilang Rizky Amijaya pada tahun 2010 memperoleh hasil bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi teknologi, kemudahan dalam menggunakan, resiko, dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Di tahun 2020, Rina Sari Lubis

juga melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Fitur Layanan, Pengetahuan, dan Keamanan Terhadap Menggunakan Kartu Debit Ber-GPN (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara)” dan setelah

melakukan tehnik analisis regresi linear berganda diperoleh hasil menunjukkan dari tiga variabel yang diuji yaitu fitur layanan, pengetahuan dan keamanan, semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap menggunakan kartu debit.

Seorang yang menggunakan sebuah produk, umumnya akan memilih produk terbaik dengan mengedepankan jumlah manfaat yang diterima. Fitur layanan yang baik dan bervariasi akan lebih menarik minat menggunakan karena dianggap dapat memenuhi kebutuhan menggunakan lebih baik dari produk lainnya. Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H5 : *Service Fitur* Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah pada Bank Syariah Indonesia KC Lampung

6. Pengaruh *Service Fitur* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah pada Bank CIMB Niaga Syariah Lampung

Teori Parasuraman, Zeithaml, dan Berry menunjukkan bahwa Kualitas layanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) pelanggan harus sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan tersebut akan dianggap baik dan memuaskan. Hal ini menunjukkan jika kualitas layanan yang diberikan dan dirasakan pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan maka kualitas layanan dianggap baik. Sebaliknya jika kualitas layanan yang diberikan dan dirasakan pelanggan tidak sesuai dengan harapan pelanggan maka kualitas layanan dianggap buruk. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusdianto dan Adi Purbaya (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa dimensi kualitas pelayanan pada perbankan syariah yang terdiri dari variabel kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empaty*), bukti fisik (*tangibles*) dan kepatuhan (*compliance*) memberikan pengaruh yang positif terhadap minat pelanggan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh

Mutmainnah (2017) menyatakan bahwa Kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan baik terhadap kepuasan maupun loyalitas nasabah tabungan. Tetapi hasil berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmad Hidayat (2009) menyatakan bahwa Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Handinita (2017) dengan hasil penelitian adalah variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. selanjutnya penelitian oleh Syafira Ulfa (2018), hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H6 : *Service Fitur* Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah Pada Bank CIMB Niaga Syariah Lampung.

7. Perbedaan Diferensiasi Kartu Kredit Syariah Antara Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan CIMB Niaga Syariah Lampung.

Menurut Anas Sudijono menjelaskan penelitian komparasi adalah membandingkan persamaan pandangan dengan perubahan pandangan orang, grup, negara terhadap kasus, ide, dan peristiwa.⁶³ Menurut Endang dan Zubaedi studi komparasi adalah kajian, telaah, penelitian, yang berdasarkan perbandingan.⁶⁴

Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuni Agustina pada tahun 2019 dengan menggunakan variabel diferensiasi dan *word of mouth* sebagai variabel independen diperoleh hasil bahwa terdapat perbedaan diferensiasi terhadap kepercayaan dan keputusan nasabah menabung di bank. Pada tahun 2017, Bagas Adi juga melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Diferensiasi

⁶³Anas Sudijono, Pengantar Statistik Pendidikan (Depok: Raja Grafindo Persada, 2014), 274.

⁶⁴ Endang Kartikowati dan Zubaedi, Psikologi Agama & Psikologi Islam (Jakarta: Kencana, 2016), 10.

Produk Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Produk Bank Syariah” dan memperoleh hasil bahwa variabel diferensiasi mempunyai perbedaan pengaruh yang signifikan dalam rangka mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk bank syariah. Pada tahun yang sama pula, Sintia Bela menggunakan variabel diferensiasi dan harga pada penelitiannya dan setelah dilakukan analisis t-test dengan hasil nilai t hitung $(-2,704) < t \text{ table } (-1,048)$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan berdasarkan variabel diferensiasi.

Hasil berbeda didapatkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Adi Sugiantoro pada tahun 2020 yang mengatakan bahwa tidak terdapat perbedaan pada variabel diferensiasi terhadap keputusan konsumen. Sejalan dengan beberapa penelitian lain, hasil yang mengatakan bahwa variabel diferensiasi mempunyai perbedaan yang signifikan terhadap minat nasabah dikemukakan oleh Ahmad Ma'rif pada tahun 2019 dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Nasabah”. Jauh sebelum itu, pada tahun 2016 Mona Adhana telah melakukan penelitian dengan menggunakan variabel diferensiasi dan memperoleh hasil bahwa variabel diferensiasi mempunyai perbedaan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sig $0.793 < 0.01$. Selanjutnya, penelitian kembali dilakukan dengan variabel yang sama oleh Risqa Aprilia dan memperoleh hasil bahwa terdapat perbedaan pada variabel diferensiasi terhadap minat nasabah. Berdasarkan hasil dari penelitian dan uraian yang telah diungkapkan diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H7 : Terdapat Perbedaan Diferensiasi Kartu Kredit Syariah Antara Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan CIMB Niaga Syariah Lampung

8. Perbedaan *Financial Literacy* Antara Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan CIMB Niaga Syariah Lampung.

Nofsinger (2001) mendefinisikan perilaku keuangan yaitu mempelajari bagaimana manusia secara actual berperilaku dalam sebuah penentuan keuangan (*financial setting*). Khususnya, mempelajari bagaimana psikologi mempengaruhi keputusan keuangan, perusahaan dan pasar keuangan. Kedua, konsep yang diuraikan secara jelas menyatakan bahwa perilaku keuangan merupakan sebuah pendekatan yang menjelaskan bagaimana manusia melakukan investasi atau berhubungan dengan keuangan dipengaruhi oleh factor Beberapa penelitian yang menunjang teori ini banyak dilakukan. Penelitian terkait salah satunya telah dilakukan oleh Amrizal pada tahun 2020 dengan judul “Analisis Pengaruh *Financial Literacy* terhadap minat nasabah dalam memilih jenis kartu kredit (studi komparasi kartu kredit syariah dan kartu kredit konvensional)” memperoleh hasil bahwa berdasarkan analisis yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa terdapat perbedaan pada variabel *Financial Literacy* terhadap minat nasabah memilih jenis kartu kredit. Kemudian pada tahun 2018, Indah Agustina menggunakan variabel *Financial Literacy* dan diferensiasi sebagai variabel independen dan memperoleh hasil bahwa variabel tersebut memiliki perbedaan terhadap keputusan investasi. Ini menjelaskan bahwa pengetahuan seseorang untuk mengelola keuangan pribadinya merupakan faktor kunci dalam menentukan keputusan terkait permasalahan keuangan. penelitian lain yang dilakukan oleh Eliza pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *word of mouth*, Dan Harga Terhadap Minat Nasabah (Studi Kasus Antar Bank Syariah di Indonesia)” memperoleh hasil bahwa Literasi Keuangan mempunyai perbedaan yang signifikan terhadap Minat Nasabah Bank Syariah.

Sebagai bahan pembanding penelitian yang dilakukan oleh Bayu pada tahun 2018 memperoleh hasil yang berbeda yaitu pada variabel *Financial Literacy* tidak terdapat perbedaan terhadap minat nasabah. Namun, Wildan Handoko (2018) melakukan penelitian dan memperoleh hasil bahwa variabel *Financial Literacy* mempunyai perbedaan yang signifikan terhadap keputusan pelanggan. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh Ayu Andira Putri pada tahun 2019 diperoleh hasil bahwa variabel *Financial Literacy* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pemilihan produk keuangan. Penelitian lain dengan hasil serupa juga dilakukan pada tahun 2019 oleh Helmi Saputra dengan hasil menunjukkan bahwa variabel tingkat literasi keuangan mempunyai perbedaan pengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Temuan pada penelitian ini memberikan referensi pada bank syariah, bahwa tingkat literasi dan kepercayaan masyarakat mempengaruhi minat menabung, maka dari itu bank syariah harus terus melakukan sosialisasi pada masyarakat.

Pada umumnya tingkat pengetahuan seseorang akan suatu bidang ilmu akan menambah referensi pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Semakin baik tingkat pengetahuan seseorang maka dapat meningkatkan ketepatan dalam pengambilan keputusan dengan risiko sekecil mungkin. Hal sama berlaku pada tingkat literasi keuangan individu, semakin tinggi tingkat literasi keuangan seorang individu maka semakin baik pula keputusan yang dapat diambil untuk mengatur keuangan baik dalam pengelolaan pendapatan maupun pemilihan layanan keuangan yang terbaik. Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H8 : Terdapat Perbedaan *Financial Literacy* Antara Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan CIMB Niaga Syariah Lampung.

9. Perbedaan *Service* Fitur Kartu Kredit Syariah Antara Antara Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan CIMB Niaga Syariah Lampung.

Teori Kotler dan Keller menjelaskan bahwa pelanggan yang mempersepsikan kualitas layanan yang baik maka akan merasa puas. Hal ini menunjukkan jika kualitas yang diberikan suatu perusahaan tidak sesuai dengan yang dirasakan pelanggan maka kualitas layanan bisa dikatakan kurang baik karena tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas layanan bisa dikatakan baik apabila dapat memenuhi harapan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lina Handayani (2019) menyatakan bahwa pelayanan (X3) berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang membangun minat nasabah. Sama halnya penelitian yang dilakukan oleh Ivana Alfita Syarief (2019) menyatakan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pelayanan terhadap minat Nasabah Tetapi hasil berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Bima Akasa (2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tidak berpengaruh langsung terhadap minat nasabah. sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Arsim Alvian (2018), hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap minat pelanggan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Kevin Ardito (2020), hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H9 : Terdapat Perbedaan *Service* Fitur Kartu Kredit Syariah Antara Antara Bank Syariah Indonesia KC Lampung dan CIMB Niaga Syariah Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Muhith, Sejarah Perbankan Syariah, Attanwir Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan, Vol. 1, No. 2, 2012, h. 72. Akses, Vol. 12 No. 24 (Oktober 2017), h. 122.
- Al Ries & Jack Trout, 22 Hukum Tetap Pemasaran,(Jakarta: Gramedia,1994) h 31.
- Aprillia Russetyowati, “Peningkatan Minat Menggunakan Kartu Kredit Syariah Melalui Pendekatan Kepercayaan, Sikap dan Pendapatan”, Journal of Finance and Islamic Banking, (2018), h 39.
- Ascarya, Diana Yumanita, Bank Syariah: Gambaran Umum, Seri Kebanksentralan; 14, (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia, 2005), h. 1.
- Asniyati dan Rizal Yaya,”Analisis Pengaruh Financial Literacy, Religiusitas, Mental Accounting dan Norma Subyektif Terhadap Minat Dosen Fakultas Ekonomi Menggunakan Kartu Kredit Syariah”, Jurnal Review Akuntansi dan Bisnis Indonesia, Vol 4 No.2, (2020), h 1.
- Ayu, K, Rofi, R, Maya S, S, Analisis Tingkat Literasi kwuangan mahasiswa dan faktor-faktor mempengaruhinya (Survey Pada mahasiswa, Universitas pendidikan Indonesia) (2010), h 12.
- Babadu, J.S dan Zain, Kamus Umum Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2001), h. 131.
- Bambang Hariadi, Strategi Manajemen:Strategi Memenangkan Perang Bisnis, (Malang:Bayupedia Publishing, 2005), h 108.

Bernard Edwin Silaban, Analisis Strategi Pt.Xyz Dengan Model Michael Porter (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nusantara : Journal ESENSI,2006), Vol. No.1, h 2.

Buku Undang-Undang Perbankan No.10,1998.

[Chamberlin, Edward](#). *The Theory of Monopolistic Competition: A Re-orientation of the Theory of Value*. [Harvard University Press](#). ISBN 978-0674881259.

Chen, H, dan Volpe, An Analisis of Personal Financial Literacy Among College Student. *Financial Services Review*, (2008) h, 107-128.

Dara Chairunnisa, Studi Diferensiasi Antar Kartu Kredit Syariah di Indonesia Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Medan dan CIMB Niaga Syariah Cabang Medan, Skripsi Minor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, (2018), h 15-24.

Drs Cholid Narbuko, Drs. Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, PT. Bumi Aksara, Jakarta: 2012, h. 44.

Etta Mamang Sabgadji, dan Sopiah, *Metode Penelitian*, (Bandung: C.V ANDI Alfabeta, 2011), h. 28.

Fatwa DSN No.54/DSN-MUI/X/2006 tentang Syariah Card, h 1-2.

Forgue, M, J, A, M, Garman, H, M, K, R, Hasan A,N dan Sahri, “ Financial Literacy: A study among university student” *Interdisiplinary Journal of Contemporary Research in Business* (2010)

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang: 2013, h. 52.

Hermansyah,SH. M.Hum, Hukum Perbankan Nasional Indonesia, (Jakarta :Kencana Prenada Media Group,2007), h 90.

Hermawan Kartajaya, Positioning, Diferensiasi dan Brand, (Jakarta: Gramedia, 2005), h 161.

Husein Umar, Research Methods In Finance And Banking, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 82.

Ibrahim,Johannes. Kartu Kredit :Dilematis Antara Kontrak dan Kejahatan. (Bandung: PT.Refika Aditama,2004), h 11.

Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariat Dengan program SpSS,(Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro,2009), h 52

Jill Griffin, Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan, (Jakarta: Airlangga,2003), h 357.

John A Pearce dan Richard B Robinson, Manajemen Strategi: Formulasi, Implementasi dan pengendalian, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h 247.

Kaetsner, A, S, Nurfadhilah A. H, Ramesh K, M, Mior A.J, Financial Literacy: a study among the university Students, (2008), h 5.

Kusumah,Wijaya,"Mengenal Penelitian Tindakan Kelas" (Jakarta: PT Indeks,2009), h 22

MacMilan, Ian C. dan Rita Gunther McGrath, Discovering New Points of Differentiation, (Harvard Business Review,1997) h 137.

Munir Baalbaki dan Rohi Baalbaki, Kamus AlMaurid, (Surabaya : Halim Jaya,2006), h 509.

Nababan dan Sadalia, Analisis Personal Financial Literacy dan Personal Behavior Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Sumatera Utara, Universitas Sumatera Utara, (2012), h 23.

Ni Made Dwiyana Rasuma Putri dan Henny Rahyuda, “Pengaruh Tingkat Financial Literacy dan Faktor Sociodemografi Terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, (2017), h 3407.

Novia Ari Panghayo dan Musdholifah Musdholifah, “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pemilihan Layanan Keuangan Syariah”, Jurnal Al-Uqud:Journal Of Islamic Economics Vol 2 No. 3, (2018) h. 152.

Pahmi Nur Utami, Anwar Rahim dan Abdullah Fathoni, “Pengaruh Persepsi Masyarakat terhadap Permintaan Kartu Kredit Syariah”, Journal of Islamic Economy Vol 11 No. 1, (2018), h 20.

Pankow, C, dan James, R, N, Associations between individuals characteristics and financial knowledge among college students *Journal of personal Finance*, (2008), h 170-184

Philip Kotler dan Keller, *Marketing Management* (Prentice Hall: Pearson Education International edisi 13, 2009), h 139.

Rahmawaty, Anita. “Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat

Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h 59.

Retang B H W, Skripsi Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Studi Kasus: Mahasiswa S1 Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, (2016)

Robbins L, A, The financial knowledge of Canadians. Canadian Social Trend, (2008), h 30-39.

Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2012), 93

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung:CV Alfabeta, 2005), h 88

Sujarweni, V Wiratna, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Bary Press, 2015), h. 80.

Sumyoto, *Analisis regresi dan Uji Hipotesis*, (Yogyakarta: Media Pressindo,2009), h 194

Syifa, Sofian Muhsin dan Sahlan Hasbi, "Analisis Perbandingan Kartu Kredit Konvensional dan Kartu Kredit Syariah Ditinjau dari Perspektif Tujuan Menggunakan", *Jurnal Nisbah* Vol 5 No 1, (2019), h 55.

Veithzal Rivai et.al *Commercial Bank Management: manajemen perbankan dari teori ke praktik*, (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2013), h. 1

Yepri Endika, "Analisis Deposito Mudharabah di Indonesia Tahun 2012-2016". *Jurnal*