

**PENGARUH REPUTASI DAN INOVASI PRODUK  
TABUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG  
NASABAH  
(Studi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat  
guna memperoleh  
Gelar Sarjana S1 Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**Oleh:  
IRVAN PUTRA DINATA  
NPM.1851020179**

**Program Studi: Perbankan Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN  
INTANLAMPUNG  
1445 H/2024 M**

**PENGARUH REPUTASI DAN INOVASI PRODUK  
TABUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG  
NASABAH**  
**(Studi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:  
**IRVAN PUTRA DINATA**  
**NPM. 1851020179**

**Program Studi: Perbankan Syariah**

Dosen Pembimbing 1: Prof. Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag  
Dosen Pembimbing 2: Gustika Nurmalia, M.Ek.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN  
INTANLAMPUNG  
1445 H/2024 M**

## ABSTRAK

Perkembangan Bank Syariah yang berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam menjalankan aktivitasnya telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Namun hal tersebut tidak diimbangi dengan ketersediaan sumberdaya manusia (SDM) yang handal dan professional dibidangnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian secara kuantitatif. Dilihat dari sifatnya penelitian ini bersifat asosiatif. Sumber data menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi yang dimaksud adalah jumlah nasabah Bank Syariah di Liwa Lampung Barat yang berjumlah 1.243 orang. jumlah sampel untuk nasabah Bank Syariah di Liwa Lampung Barat adalah 96 responden. Analisis data menggunakan Regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel reputasi mempunyai nilai koefisien sebesar 0,641 dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat. Variabel inovasi produk mempunyai nilai koefisien sebesar 0,838 dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat. Hasil uji F di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa ada pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat.

**Kata Kunci: Reputasi, Inovasi produk, Tabungan dan Keputusan Menabung.**

## ABSTRACT

The development of Sharia Banks which are based on sharia economic principles in carrying out their activities has experienced very rapid development. However, this is not balanced by availability resource reliable human resources (HR).professional in the field. The aim of this research is to determine the influence of reputation and savings product innovation on savings decisions at Sharia Banks in Liwa, West Lampung.

This research uses quantitative research methods. Judging from its nature, this research is associative. Data sources use datafirst. The data collection technique uses a questionnaire. The population in question is the number of Sharia Bank customers in Liwa, West Lampung, totaling 1,243 people. The sample size for Sharia Bank customers in Liwa, West Lampung was 96 respondents. Data analysis uses multiple linear regressions.

The results of the research show that the reputation variable has a coefficient value of 0.641 with a significance of  $0.000 < 0.05$ , which means that reputation has a positive and significant effect on the decision to save at the Sharia Bank in Liwa, West Lampung. The product innovation variable has a coefficient value of 0.838 with a significance of  $0.000 < 0.05$ , which means that product innovation has a positive and significant effect on the decision to save at the Sharia Bank in Liwa, West Lampung. From the F test results above, a significance value of  $0.000 < 0.05$  was obtained, which means that there is an influence of reputation and savings product innovation on the decision to save at the Sharia Bank in Liwa, West Lampung.

**Keywords: Reputation, Product Innovation, Savings and Saving Decisions.**

## MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ ۗ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ  
نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إَصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا  
تَحْمِلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ ۗ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا ۗ أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى  
الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ □

Artinya: Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan dia mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya. (Mereka berdoa), “Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami melakukan kesalahan. (Q.S. Al-Baqarah ayat 286)





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

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar Lampung 35131

**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

**Nama** : Irvan Putra Dinata  
**NPM** : 1851020279  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis Islam  
**Jurusan** : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul, “Pengaruh Reputasi Dan Inovasi Produk Tabungan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat).” adalah benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun plagiat dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* 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.

Bandar Lampung, 2023

**Irvan Putra Dinata**  
**NPM. 1851020179**





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

**Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmim, Sukarame, Kota Bandar  
Lampung 35131**

**PERSETUJUAN**

<b>Judul Skripsi</b>	<b>Pengaruh Reputasi Dan Inovasi Produk Tabungan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat)</b>
<b>Nama NPM</b>	<b>Irvan Putra Dinata 1851020179</b>
<b>Program Studi Fakultas</b>	<b>Perbankan Syariah Ekonomi dan Bisnis Islam</b>

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqosahan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Prof. Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag**  
**NIP. 135808241989031003**

**Gustika Nurmalia, M. Ek.**  
**NIP. 201480919890708133**

**Ketua Jurusan**

**Any Eliza, M.S., M.Ak**

**NIP. 193308152006042004**



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

**Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar  
Lampung 35131**

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **"Pengaruh Reputasi Dan Inovasi Produk Tabungan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat)"** disusun oleh **Iryan Putra Dinata, NPM 1851020179**, Program Studi Perbankan Syariah Telah di Ujikan pada sidang munaqasyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Jumat/ 29 Desember 2023**

**Tim Penguji**

**Ketua : Dr. H. Ali Abdul Wakhid, M.Si.**

**Sekretaris : Andika Saputra, M.M.**

**Pengujian I : Any Eliza, M.S., M.Ak.**

**Pengujian II : Gustika Nurmalia, M.Ek.**

**Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Prof. Dr. Lulus Saryanto, S.E., M.M., AKA, CA.**

**NIP. 197009262008011008**



## PERSEMBAHAN

Dengan mengucap *Alhamdulillahirobbil alamin*, puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kesabaran untuk penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai. Dengan segenap kerendahan hati karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Kepada kedua orang tuaku tercinta, Ayah Edy Riswan, B.A dan Ibu Dewi Yati yang telah merawat dan membesarkanku hingga saat ini. Terimakasih atas lantunan doa-doa dan kasih sayang yang tiada batasnya. Terimakasih karena selalu memberiku semangat dan selalu menguatkanmu disaat mendengar keluh-kesahku. Dan terimakasih atas segala jerih payah dan pengorbanan yang tiada batas hingga aku berada dititik saat ini. Tidak ada kata selain kata terimakasih yang bisa kuucapkan dan aku sangat bersyukur sekali menjadi anak Ayah dan Ibu.
2. Kedua pembimbing saya Bapak Prof. Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag dan Ibu Gustika Nurmalia, M.Ek. yang bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan motivasi kepada saya dalam menyusun skripsi ini.

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Irvan Putra Dinata lahir di Way Empulau Ulu tanggal 26 April 2000. Pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis antara lain :

1. Sekolah Dasar di SD Negeri 2 Way Empulau Ulu dari tahun 2006-2012.
2. Sekolah Menengah Pertama di MTS Negri 1 Lampung Barat dari tahun 2012-2015.
3. Sekolah Menengah Akhir di SMA Negri 1 Liwa dari tahun 2015-2018.
4. Tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, tepatnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Perbankan Syariah.

Bandar Lampung, 29 Desember 2023



Irvan Putra Dinata  
NPM.1851020179

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirahiim*

Puji syukur kehadirat Allah SWT Tuhan semesta alam dengan segala limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga kita saat ini bisa menikmati kehidupan dengan sehat Iman dan Islam, rasa syukur kepada sang pemilik keagungan sehingga skripsi yang berjudul: **Pengaruh Reputasi Dan Inovasi Produk Tabungan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat)**, dapat terselesaikan, harapan besar skripsi ini bisa menambah pengetahuan serta kesadaran akan pentingnya menjaga diri baik dari segi keuangan maupun memanage waktu.

Shalawat beserta salam selalu tercurah limpahkan kehadirat Rasulullah baginda besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan semua para pengikutnya hingga akhir zaman yang semoga kita semua mendapatkan syafaat dari beliau kelak, aamiin. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E), atas bantuan dan dukungan semua pihak dalam proses penyelesaian Skripsi ini, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalam nya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara rinci penulis ucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., CA., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Any Eliza, M.S., M.Ak., Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Prof. Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag., selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan dan nasehat sedari penulis menjadi mahasiswa baru hingga di akhir perkuliahan terutama dalam proses penyusunan skripsi ini.

4. Gustika Nurmalia, M.Ek., selaku pembimbing II Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan banyak perhatian, arahan dan bimbingan selama proses penulis menyelesaikan skripsi ini berlangsung.
5. Segenap Dosen beserta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membekali ilmu pengetahuan baik didalam atau diluar jam perkuliahan kepada penulis.
6. Pimpinan dan Karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah membantu memberikan referensi dan informasi.
7. Seluruh keluarga besar Jurusan Perbankan Syariah Kelas C Angkatan 2018.
8. Kakak ku Eri Puspita S.Pd dan Lianti Isnani S.Pd. yang telah membantu, memotivasi, serta menemani dan mendoakan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Bandar Lampung, 29 Desember 2023

Irvan Putra Dinata  
NPM.1851020179

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>

### **BAB I. PENDAHULUAN**

A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	2
C. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	8
1. Identifikasi Masalah .....	8
2. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian .....	10
1. Manfaat Teoritis .....	10
2. Manfaat Praktis .....	10
G. Kajian Penelitian Terdahulu .....	11
H. Kerangka Teoritik .....	12
I. Sistematika Penulisan .....	13

### **BAB II. LANDASAN TEORI**

A. <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	14
B. Reputasi .....	15
1. Pengertian Reputasi.....	15

2. Indikator Reputasi Perusahaan .....	17
C. Inovasi Produk .....	20
1. Pengertian Produk .....	20
2. Produk Utama Bank .....	21
3. Indikator Pengukuran Produk.....	22
4. Inovasi Produk Tabungan Muamalat .....	23
D. Keputusan Konsumen (Menabung) .....	26
1. Pengertian Keputusan Menabung.....	26
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung di Bank Syariah.....	27
3. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan .....	28
E. Perbankan Syariah .....	30
1. Pengertian Bank Syariah .....	30
2. Fungsi Bank Syariah .....	32
3. Sumber-Sumber Dana Bank.....	35
F. Kerangka Berfikir .....	38
G. Hipotesis .....	39

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	42
B. Sumber Data .....	42
C. Metode Pengumpulan Data.....	43
D. Populasi dan Sampel.....	44
E. Metode Pengolahan Data .....	45
F. Metode Analisis Data.....	46

### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	51
B. Hasil Penelitian .....	52
C. Pembahasan .....	60

### **BAB V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

A. Kesimpulan.....	66
B. Rekomendasi.....	66

### **DAFTAR RUJUKAN**

## DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah Nasabah yang Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat .....	7
4.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner .....	52
4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
4.3 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	55
4.4 Uji Multikolinieritas .....	55
4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas-Uji Glejser .....	56
4.6 Analisis Regresi Berganda.....	57
4.7 Uji t.....	58
4.8 Uji F.....	59
4.9 Koefisien Determinasi Pengaruh Reputasi dan Inovasi Produk Tabungan Terhadap Keputusan menabung pada Bank Syariah.....	60

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran ..... 39





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal untuk memahami judul skripsi ini, dan untuk menghindari kesalahpahaman, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan beberapa istilah dalam skripsi ini. Adanya pembatasan terhadap arti kalimat dalam skripsi ini dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud. Adapun judul skripsi ini adalah, “**Pengaruh Reputasi dan Inovasi Produk Tabungan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat)**”. Untuk itu perlu diuraikan pengertian dari istilah-istilah yang terdapat dalam judul tersebut sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah daya yang ada dari sesuatu (benda, orang, dsb) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.<sup>1</sup>
2. Reputasi merupakan penghargaan yang didapat oleh perusahaan karena adanya keunggulan-keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut.<sup>2</sup>
3. Inovasi adalah ide atau produk apa pun yang dirasakan oleh calon adopter sebagai sesuatu yang baru.<sup>3</sup>
4. Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.<sup>4</sup>
5. Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak

---

<sup>1</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa Edisi Keempat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011),58

<sup>2</sup> Rofifah Mau'idzah Hasanah, “Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking”, *Skripsi*, (Jakarta: 2015, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2015),24

<sup>3</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi Cetakan Ke 5*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 322

<sup>4</sup> Philip kotler, A.B.Susanto, *Manajemen pemasaran Di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 560.

bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>5</sup>

6. Keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.<sup>6</sup>
7. Menabung adalah menyimpan uang dalam celengan, pos, bank dan sebagainya yang dimaksud oleh penulis disini adalah menabung pada bank syariah.<sup>7</sup>
8. Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.<sup>8</sup>
9. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.<sup>9</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diperjelas kembali bahwa yang dimaksud dalam judul skripsi ini adalah suatu kajian tentang Pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung nasabah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat).

## **B. Latar Belakang Masalah**

Lahirnya bank syariah pertama di Indonesia, yaitu Bank Muamalat Indonesia, adalah sebelum lahirnya undang-undang yang memungkinkan pendirian bank yang sepenuhnya melakukan kegiatan yang berdasarkan prinsip syariah. Bank Muamalat Indonesia lahir

---

<sup>5</sup> Afnil Guza, SS, *Undang-Undang Perbankan Syariah UU RI No.21 Tahun 2008*, (Jakarta: Asa Mandiri, 2008), 5.

<sup>6</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 332.

<sup>7</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan Edisi Revisi 9*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 1372

<sup>8</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta.2010), 189.

<sup>9</sup> Ahmad Ifham Sholihin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia, 2010), 2-3

pada tahun 1991 sebelum diundangkannya undang-undang tentang perbankan yang baru, yaitu Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 itu, dimungkinkan bagi bank untuk melakukan kegiatan usahanya bukan berdasarkan bunga tetapi berdasarkan bagi hasil.

Setelah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, secara tegas disebutkan dimungkinkannya pendirian bank berdasarkan prinsip syariah dan dimungkinkannya bank konvensional untuk memiliki *Islamic windows*, dengan mendirikan unit usaha syariah. Sejak waktu itu, Indonesia menganut *dual banking system*, yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Indonesia mengikuti langkah Malaysia yang sudah sejak 1973 menganut *dual banking system* dengan berlakunya *Islamic Banking Act* yang mulai berlaku pada 1 April 1973.<sup>10</sup>

Setelah diundangkannya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tersebut, yaitu setelah diberikannya dasar hukum yang lebih kuat bagi eksistensi sistem perbankan syariah, maka perbankan syariah di Indonesia makin berkembang pesat. Di antara tahun 1998 sampai 2001, sistem perbankan syariah berkembang jumlah asetnya lebih dari 74% per tahun. Menyusul Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, diterbitkan undang-undang khusus mengatur perbankan syariah yang sebelumnya tunduk pada undang-undang perbankan tersebut. Undang-undang perbankan syariah yang dimaksud adalah Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang terbit Tanggal 16 Juli 2008. Dengan dikeluarkannya undang-undang itu, pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang lebih tegas dan diharapkan dapat mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat.<sup>11</sup>

Adanya perkembangan lembaga perbankan secara signifikan setelah diberlakukannya Undang-Undang perbankan No. 20 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Pada tahun 2011 bank umum syariah

---

<sup>10</sup> Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah produk-produk dan Aspek hukumnya*, (Jakarta: Kencana, 2014), 97.

<sup>11</sup> *Ibid.*

berjumlah 11 yang beroperasi di Indonesia dan 23 unit usaha syariah serta 150 bank pembiayaan rakyat syariah. Perkembangan lembaga perbankan syariah menunjukkan bahwa adanya sambutan baik dari para pelaku industri dan dukungan dari pemerintah yang membantu pertumbuhan lembaga perbankan tersebut hingga tahun 2015 tercatat 12 bank umum syariah, 22 unit usaha syariah serta 165 bank pembiayaan rakyat syariah yang beroperasi di Indonesia yang semakin menunjukkan peningkatan pada setiap tahunnya.

Pertumbuhan perbankan syariah di Provinsi Lampung cukup signifikan. Dimana aset perbankan syariah di Provinsi Lampung ini tumbuh 45,5 persen. Hingga Agustus 2012 aset perbankan syariah Provinsi Lampung mencapai Rp2,2 triliun. Tahun lalu aset perbankan syariah provinsi ini hanya tumbuh sekitar 42%, pangsa pasar asetnya 4,8% dari total nasional. Berdasarkan segi dana pihak ketiga (DPK) pada tahun 2012, perbankan syariah di Provinsi Lampung juga meningkat cukup signifikan, yaitu 40% dengan nilai saat ini mencapai Rp 1,1 triliun, sedangkan pada tahun 2011 tumbuh 30 persen. Pembiayaan sendiri tumbuh 34%. Tahun lalu hanya tumbuh 25%. Pada Agustus 2012 pembiayaan mencapai posisi Rp. 1,3 triliun. Dari seluruh sektor pembiayaan, sektor lain-lain menyumbang porsi paling besar, yaitu Rp. 767 miliar. Kemudian ada jasa umum sebesar Rp. 582 miliar dan konstruksi Rp. 192 miliar.<sup>12</sup>

Seiring dengan perkembangan bank syariah dan bank konvensional yang begitu pesat, hal ini juga diiringi dengan persaingan produk-produk bank syariah dan bank konvensional yang sangat kompetitif. Sehingga Bank Syariah perlu terus melakukan inovasi produk tabungan dan dapat mengeksplorasi kekayaan skema keuangan yang variatif dan sekaligus bisa menunjukkan perbedaan dengan bank konvensional. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Adi Setia Putra tentang “Pengaruh Atribut Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Pewangi Stella di Wilayah Summersari Kabupaten Jember”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dapat memprediksi terhadap

---

<sup>12</sup> [https://www.syahiahmandiri.co.id/2012/bank\\_syariah\\_tumbuh\\_pesat\\_dilampung/](https://www.syahiahmandiri.co.id/2012/bank_syariah_tumbuh_pesat_dilampung/) diakses 15 Desember 2022 Pukul 11.30 WIB.

keputusan pembelian ulang. Agus Rahayu, Gita Anggraini tentang “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Audio Sony”. Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Selain dari segi produk, bank syariah juga perlu memperhatikan risiko yang mungkin akan terjadi pada bank. Menurut PBI No. 13/25/PBI/2011 tentang penerapan manajemen risiko bagi BUS dan UUS. Risiko adalah potensi kerugian akibat terjadinya suatu peristiwa tertentu.<sup>13</sup> Salah satu manajemen risiko yang harus dikelola dengan baik oleh bank adalah risiko reputasi. Aeker dan Keller menyatakan bahwa reputasi perusahaan (*corporate reputation*) adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas yang dihubungkan dengan nama perusahaan. Ini berarti nama perusahaan atau bank memberi pengaruh positif pada respon nasabah terhadap produk maupun jasa yang diberikan oleh bank.<sup>14</sup> Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Roy Marthin Tarigan tentang “Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Perkembangan Bank Syariah yang berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam menjalankan aktivitasnya telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Namun hal tersebut tidak diimbangi dengan ketersediaan sumberdaya manusia (SDM) yang handal dan professional dibidangnya. Oleh karena itu, tuntutan tenaga ahli dan professional dalam bidang perbankan syariah semakin dibutuhkan dan meningkat setiap waktunya. Selain keuntungan lapangan pekerjaan yang disediakan oleh bidang perbankan syariah terhitung sangat luas, keuntungan lainnya untuk kuliah pada jurusan perbankan syariah

---

<sup>13</sup> Bambang Rianto Rustam, *Manajemen Risiko Perbankan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 30.

<sup>14</sup> Rofifah Mau'idzah Hasanah, “Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi.Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Bogor”, *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015, 1-2.

adalah banyaknya lembaga-lembaga usaha kecil dan besar mulai menerapkan sistem ekonomi syariah dalam menjalankan bisnisnya.<sup>15</sup>

Besarnya minat masyarakat terhadap jurusan perbankan syariah, sejalan dengan berkembangnya perbankan di Indonesia saat ini. Tingginya angka pertumbuhan bank syariah tentu saja diikuti pula dengan tingginya kebutuhan akan sumber daya manusia pada perbankan syariah. Berdasarkan minat masyarakat terhadap jurusan Perbankan Syariah itulah peneliti juga ingin melihat apakah peningkatan minat masyarakat tersebut akan berdampak terhadap keputusan mahasiswa untuk menabung pada bank syariah.

Menabung merupakan hal yang dianjurkan oleh Islam, Allah berfirman dalam surat Al Baqarah 266:

أَيُّودُ أَحَدِكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِّنْ نَّخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَّةٌ ضِعْفًا فَأَصَابَهَا إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ ۗ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ □

Artinya: “Apakah ada salah seorang di antaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; Dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya.”<sup>16</sup>

Pada ayat tersebut diperintahkan kepada kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/takwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu langkah perencanaan adalah dengan menabung.

Salah satu Bank Syariah yang ada Liwa Lampung Barat adalah Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Syariah telah berjalan selama lebih dari dua puluh tahun, namun bank syariah belum menjadi pilihan utama masyarakat dalam mengelola keuangannya. Untuk mencapai keberhasilan dalam persaingan, bank harus memenuhi

<sup>15</sup> <http://googleweblight.com/detail-berita-artikel/kenapa-kuliah-perbankan-syariah> diakses 15 Desember 2022 Pukul 11.30 WIB.

<sup>16</sup> Q.S al Baqarah [266]: 45.

kebutuhan, khususnya dengan segala upaya dalam mencapai tujuan mempertahankan atau memperluas pelanggan. Menjaga pelanggan artinya perusahaan harus memiliki strategi untuk memenuhi apa yang klien butuhkan dan inginkan melebihi apa yang diberikan oleh pesaing, sementara untuk memperluas pelanggan artinya perusahaan harus mampu memanfaatkan setiap peluang yang ada.<sup>17</sup>

Jumlah nasabah yang diperoleh oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat yang menabung dari tahun 2020-2022, sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah yang Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat

<b>Tahun</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>Total</b>
Jumlah Nasabah yang menabung	1.087	1.210	2.134	4.431

*Sumber: Costumer Service Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat*

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 terlihat bahwa dari tahun ketahun jumlah nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat yang mengalami kenaikan setiap tahunnya. Jumlah nasabah mengalami kenaikan dari tahun 2020-2022, pada tahun 2022 jumlah nasabah mengalami kenaikan yang signifikan yaitu berjumlah 2.134. Jumlah keseluruhan nasabah pada tahun 2020-2022 yaitu 4.431. Namun dengan melihat fenomena tersebut jumlah nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat yang mengalami rendahnya jumlah nasabah yang menggunakan produk/jasa dari Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa sedangkan jika dibandingkan dengan jumlah masyarakat Kabupaten Lampung Barat yang begitu banyak dengan mayoritas agama yang dianut adalah Islam, oleh sebab itu upaya memuaskan pelanggan sangat penting untuk diperhatikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa mempertahankan pelanggan jauh lebih sulit. Pemahaman terhadap kebutuhan, keinginan dan perilaku konsumen juga sangat penting agar perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka untuk memuaskan pelanggannya, sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang

---

<sup>17</sup> Taktik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implementasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 1-2.

yang ada.

Permasalahan yang ada pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat saat ini yakni kurangnya masyarakat Lampung Barat yang menggunakan produk/jasa dari Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat. Hasil observasi awal dari beberapa nasabah yang telah diwawancarai mengenai alasan dalam membuat keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat, salah satunya yaitu Nur Anisa menyatakan bahwa alasannya membuat keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa karena menabung Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa lebih aman dan terjamin.<sup>18</sup>

Pada dasarnya masyarakat akan memilih bank yang memberikan kemudahan serta keuntungan, sehingga bank harus memperhatikan apa yang menjadi keinginan serta kebutuhan masyarakat dari waktu ke waktu. Reputasi bank yang baik dan produk yang sesuai keinginan serta kebutuhan masyarakat dapat menjadi pendorong masyarakat untuk membuat keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat. Dengan demikian, penting bagi bank untuk menjaga reputasi perusahaannya serta mengembangkan produk/jasanya menjadi lebih baik.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti sangat tertarik untuk melakukan pembahasan dan penelitian secara lebih mendalam mengenai gambaran “Pengaruh Reputasi dan Inovasi Produk Tabungan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat)”.

## **C. Identifikasi dan Batasan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di dalam latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan beberapa identifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Permasalahan yang ada pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat saat ini yakni kurangnya masyarakat Lampung

---

<sup>18</sup> Hasil wawancara dengan Nur Anisa, selaku salah satu nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat, Tanggal 9 Agustus 2023



Barat yang menggunakan produk/jasa dari Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat.

- b. Hasil wawancara dari beberapa nasabah yang telah diwawancarai mengenai alasan dalam membuat keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat, salah satunya yang menyatakan bahwa alasan nasabah membuat keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa adanya kerjasama instansi yang membayarkan gaji karyawannya melalui rekening Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa.

## **2. Batasan Masalah**

Dalam hal ini penulis membatasi masalah yang dibahas dalam ruang lingkup penelitian. Batasan tersebut dibuat agar peneliti dapat fokus terhadap hal-hal yang dibahas mengenai pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung nasabah. Peneliti menggunakan data primer, adapun objek penelitian yang digunakan adalah data pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung nasabah.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah reputasi berpengaruh terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat?
2. Apakah inovasi produk tabungan berpengaruh terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat?
3. Apakah reputasi dan inovasi produk tabungan berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat?

## **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh reputasi terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat.

## **F. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Secara Teoritis**

Dapat menambah pengetahuan di bidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah dari penulis maupun pembaca tentang pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung nasabah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat) dan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber masukan bagi penulis secara pribadi dan mahasiswa secara umum tentang pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung nasabah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat), khususnya bagi lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan atau sumbangan pemikiran bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam menghadapi masalah pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung nasabah dan bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan peneliti selanjutnya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini juga merupakan bahan informasi tentang analisis pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung nasabah.

## G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian ini anatar lain:

1. Novian Ekawaty dengan judul Dampak Inovasi Produk dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Menabung (Survei pada Nasabah Bank Muamalat Karawang), tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan Inovasi Produk dan Reputasi Merek terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Cabang Karawang. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Penelitian ini digunakan dengan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik nonprobability sampling dengan sampel berjumlah 68 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Inovasi Produk dan Reputasi Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung dan mempengaruhinya secara bersama-sama sebesar 77,1%.<sup>19</sup>
2. Penelitian Ayun Sekar Widowati, Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah, Hasil dari penelitian menunjukkan: (1) Pengetahuan Produk Tabungan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah, (2) Reputasi Bank berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah, (3) Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah, (4) Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Novian Ekawaty, "Dampak Inovasi Produk Dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Menabung (Survei pada Nasabah Bank Muamalat Karawang)", *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 7, No. 1 (2020) Maret, 11.

<sup>20</sup> Ayun Sekar Widowati, "Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah", *Jurnal Nominal/Volume Vii Nomor 2 / Tahun 2018*

3. Muhammad Arief Firmansyah Syarifuddin tentang Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Variabel promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Variabel pengetahuan, kualitas produk dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung dan memiliki koefisien determinasi sebesar 91,2% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya diluar penelitian ini. Yang terakhir, variabel kualitas produk memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan nasabah menabung.<sup>21</sup>
4. Muhlis tentang analisis faktor pengetahuan produk dan reputasi bank terhadap preferensi menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI), hasil penelitian menginformasikan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia (KC Pettarani), yang berarti bahwa semakin baik pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah maka akan mempengaruhi peningkatan minat menjadi nasabah. Kemudian pada variabel reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia.<sup>22</sup>

Berdasarkan uraian di atas diketahui perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelum terletak pada subjek dan objek penelitian yaitu pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung. Sedangkan persamaan penelitian ini adalah

---

<sup>21</sup> Muhammad Arief Firmansyah Syarifuddin, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar", *IBEF: Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 2020.

<sup>22</sup> Muhlis, "Analisis Faktor Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank Terhadap Preferensi Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)", *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika*, Vol 20 No 2 Oktober 2023, 185.

sama-sama membahas mengenai keputusan menabung dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

## **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini bertujuan untuk memudahkan dalam memahami gambaran secara umum agar dapat memberikan kerangka dan garis besar pembahasan materi. Untuk memudahkan dalam memahami penelitian, peneliti mengemukakan sistematika pembahasan penelitian ini yang terdiri dari:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab ini terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

Pada Bab ini terdiri dari teori yang digunakan dan pengajuan hipotesis

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada Bab ini terdiri dari 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 prasyarat analisis dan uji hipotesis.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab ini terdiri dari deskripsi data dan pembahasan hasil penelitian dan analisis

### **BAB V PENUTUP**

Pada Bab ini terdiri dari simpulan dan rekomendasi

### **DAFTAR RUJUKAN**

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### **A. Theory of Planned Behavior**

Teori keputusan investasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Theory of Planned Behavior* yang dikembangkan oleh Ajzen. Ajzen menyatakan bahwa teori ini merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action* (teori tindakan beralasan). Pengembangan *Theory of Planned Behavior* dilakukan dengan menambahkan satu konstruk yaitu kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Teori ini menjelaskan manusia cenderung bertindak sesuai dengan intensi dan persepsi pengendalian melalui perilaku tertentu, dimana intensi dipengaruhi oleh tingkah laku, norma subjektif serta pengendalian perilaku.<sup>23</sup>

Inti dari *Theory of Planned Behavior* mencakup tiga hal yaitu: (1) keyakinan tentang kemungkinan hasil dan evaluasi dari perilaku tersebut (*behavioral beliefs*). (2) keyakinan tentang norma yang diharapkan dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut (*normative beliefs*). (3) keyakinan tentang adanya faktor yang dapat mendukung atau menghalangi perilaku dan kesadaran akan kekuatan faktor tersebut (*control beliefs*).<sup>24</sup>

*Theory of Planned Behavior* menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi intensi atau minat yaitu sebagai berikut: Sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), pengaruh sosial atau norma subyektif (*subjective norm*) dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*).<sup>25</sup>

Berdasarkan pemaparan *Theory of Planned Behavior* maka dapat ditarik hubungan antara teori tersebut dengan variabel-variabel pada penelitian ini yaitu bahwa dalam melakukan sesuatu yang akan

---

<sup>23</sup> Jogiyanto, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi Ketujuh*, (BPFE. Yogyakarta, 2010): 392.

<sup>24</sup> Brigham dan Houston, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014): 184

<sup>25</sup> Jama'an, *Pengaruh Mekanisme Corporate Governance dan Kualitas Kantor Akuntan Publik Terhadap Integritas Informasi Laporan Keuangan (Studi Pada Perusahaan Publik di BEJ)*, Universitas Diponegoro Semarang, 2008, hlm. 5

dilakukan pasti diawali dengan adanya minat serta keyakinan. Seseorang yang apabila di dalam dirinya sudah terdapat minat dan keyakinan untuk memulai menanamkan kelebihan dana yang dimiliki untuk diinvestasikan, maka aktivitas investasi tersebut akan dilakukan. Seseorang yang memiliki sikap yang positif pada investasi, mendapat dukungan dari orang disekitarnya dan adanya kontrol perilaku persepsian untuk meningkatkan literasi investasi dan uang saku sebagai sarana edukasi tentang investasi untuk mahasiswa yang kemudian diharapkan akan meningkatkan keputusan investasi mahasiswa di pasar modal syariah.

Menganalisis perilaku konsumen akan berhasil apabila pemasar dapat memahami aspek-aspek psikologis manusia secara keseluruhan. Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas seseorang yang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Dengan demikian perilaku konsumen perlu dianalisis untuk mengetahui kebutuhan yang diinginkan. Kerangka teoritik yang digunakan dalam penelitian tentang Pengaruh Reputasi dan Inovasi Produk Tabungan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat) adalah Teori Perilaku Konsumen, adapun beberapa teori perilaku konsumen yaitu sebagai berikut:

a. Teori Ekonomi Mikro

Teori ini beranggapan bahwa setiap konsumen akan berusaha memperoleh kepuasan maksimal. Mereka akan bergaya meneruskan pembeliannya terhadap suatu produk apabila memperoleh kepuasan dari produk yang telah dikonsumsi, di mana kepuasan sebanding atau lebih besar dengan *marginal utility* yang diturunkan dari pengeluaran yang sama untuk beberapa produk yang lain.

b. Teori Psikologis

Teori ini mendasarkan diri pada faktor-faktor psikologis individu yang dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan. Bidang psikologis ini sangat kompleks dalam menganalisis perilaku konsumen, karena proses mental tidak dapat diamati secara langsung.

### c. Teori Antropologis

Teori ini menekankan perilaku pembelian dari suatu kelompok masyarakat yang ruang lingkungannya sangat luas, seperti kebudayaan, kelas-kelas sosial dan sebagainya. Perilaku konsumen akan mudah berubah-ubah ketika di adakan promosi yang gencar terhadap suatu produk karena tidak sedikit konsumen yang selalu ingin mencoba hal baru disekitarnya baik dalam pemakaian suatu produk baru.<sup>26</sup>

## B. Reputasi

### 1. Pengertian Reputasi

Reputasi perusahaan merupakan sikap terhadap penyedia layanan yang kemudian didirikan dan dikembangkan dalam pikiran konsumen melalui komunikasi dan pengalaman. Ketika konsumen puas dengan layanan yang diberikan, sikap mereka terhadap perusahaan pun meningkat.<sup>27</sup>

Menurut Herbig, Millewicz, Golden dalam jurnal Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, pada dasarnya reputasi perusahaan merupakan penghargaan yang diperoleh perusahaan karena adanya keunggulan-keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut, yaitu kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga perusahaan terus dapat mengembangkan dirinya untuk terus dapat menciptakan hal-hal baru bagi pemenuhan kebutuhan konsumen. Disamping itu juga adanya integritas yang tinggi dari pihak penyedia jasa atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar perusahaan tersebut dapat memberikan pelayanan terbaik dan kemampuan dari penyedia jasa untuk dapat menjalin hubungan kedekatan dengan konsumen agar perusahaan tersebut dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan konsumen yang bermacam-macam.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2009), 49

<sup>27</sup> Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi Islam* 10, no. 1 (Mei, 2019), 22.

<sup>28</sup> Eka Fitriawati, "*Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Reputasi Perusahaan*", Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2001, 68.



Menurut Weiss dalam jurnal Pursetyaningsih, reputasi merupakan kepercayaan menyeluruh atau kepuasan mengenai tingkat sebuah perusahaan atau organisasi yang diberi penghargaan tinggi dan terhormat. Mengelola reputasi perusahaan yang wajib dalam hal ini menjadi tanggung jawab bersama seluruh bagian dalam perusahaan, maka dari itu pihak perusahaan pun bekerja keras membangun citra atau reputasi perusahaan (bank) agar baik di mata masyarakat. Reputasi perusahaan menjadi pegangan bagi banyak orang dalam mengambil berbagai macam keputusan penting, seperti keputusan untuk berinteraksi atau membeli suatu produk atau jasa yang ada pada perusahaan, berlangganan atau merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain, sehingga perusahaan pasti akan memiliki reputasi dipandangan masyarakat.<sup>29</sup>

Menurut Fombrun dalam jurnal Rani Sherly Fajriani, reputasi merupakan wujud dari pengalaman seseorang terhadap produk ataupun layanan yang mereka dapatkan.<sup>30</sup> Reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas, membuat konsumen lebih percaya diri bahwa mereka akan mendapatkan apa yang telah dijanjikan kepada mereka. Reputasi menjadi sebuah jaminan bahwa yang konsumen dapatkan akan sesuai dengan ekspektasi yang mereka pikir. Reputasi perusahaan berasal dari beberapa hal antara lain: kemampuan secara langsung dalam mengelola kesan, kemampuan untuk membangun hubungan yang kuat dengan konstituen (konsumen, pegawai, investor, komunitas), dan isu tidak langsung berasal dari pedagang yang terlibat melalui pengamat yang tertarik, seperti analis dan reporter.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> Pursetyaningsih, "Pengaruh Harga, Reputasi, Kualitas Jasa, Promosi Keterpaksaan Berpindah, dan Rekomendasi pada Perilaku Nasabah Berpindah Bank", *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, No. 3, (Desember, 2008), 192.

<sup>30</sup> Rani Sherly Fajriani. *Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Komunikasi Word-Of-Mouth Terhadap Pembuatan Keputusan Melamar Kerja* Jurnal, (Jakarta: Universitas Indonesia, Manajemen Komunikasi Kekhususan Manajemen Korporasi, 2012), 27.

<sup>31</sup> Hanifah Jasin, Siti Mujiatun, Muis Fauzi Rambe dan Rahmad Bahagia Siregar, "Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention", *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 22, No. 1 (April 17, 2021): 90, <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/download/5630/5492>.

Reputasi yang baik akan tercipta jika konsumen atau pelanggan merasa puas terhadap produk atau jasa dari perusahaan. Salah satu yang perlu diperhatikan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, produk atau jasa yang diberikan harus memiliki keunggulan tersendiri serta memiliki banyak manfaat. Tujuan dari hal tersebut tentu tak lain agar konsumen atau pelanggan semakin puas akan produk tersebut dan konsumen juga akan lebih mudah untuk mengingatnya. Islam mengajarkan kepada umatnya untuk selalu memberikan suatu kabar berita kepada orang lain dengan benar dan jelas yang berdasarkan Al-qur'an surah al-Ahzab:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.<sup>32</sup>

Ayat di atas dapat dijelaskan bahwa Allah SWT menyuruh hamba-hambanya yang beriman untuk bertaqwa kepada-Nya serta hendaklah mereka mengatakan hal yang baik dan benar (yang tidak menyimpang). Adapun kaitannya dengan reputasi perusahaan ialah reputasi perusahaan yang dapat dibangun dengan baik hendaknya seseorang apabila memberikan informasi antara seseorang dengan orang lain itu dengan baik dan orang yang memberikan informasi tersebut pernah menikmati atau menggunakan produk/jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut.

## 2. Indikator Reputasi Perusahaan

Menurut Fombrun dalam jurnal Hanifah Jasin, Siti Mujiatun, Muis Fauzi Rambe dan Rahmad Bahagia Siregar, terdapat empat elemen reputasi perusahaan yang dapat membangun reputasi menjadi lebih baik dan kuat, antara lain:

- 1) Kredibilitas, faktor ini berkaitan dengan citra dari perusahaan yang telah mendapat kepercayaan konsumen, konsumen menghargai dan menghormati eksistensi perusahaan secara emosional. Adapun faktor ini mencakup beberapa karakteristik diantaranya perasaan positif terhadap perusahaan, mengagumi dan menghormati perusahaan dan mempercayai kinerja

---

<sup>32</sup> Q.S al-Ahzab [70]: 341.

perusahaan. Kredibilitas dalam hal ini juga merupakan kualitas, kapabilitas dan kekuatan yang dimiliki suatu bank untuk menimbulkan kepercayaan para nasabah. Kredibilitas berhubungan dengan pengakuan atau kesaksian dari seseorang atau suatu lembaga, dengan pengakuan yang kompeten dan kredibel harus sesuai dengan bukti agar mendapatkan sebuah kepercayaan. Perusahaan yang dapat dipercaya akan dipandang baik dalam apa yang dilakukannya. Kredibilitas suatu bank memiliki peran yang cukup penting dalam mempengaruhi sikap atau keputusan seseorang dalam membeli atau menggunakan produk/jasa dari bank tersebut.

- 2) Terpercaya, faktor ini berkaitan dengan citra perusahaan menurut pandangan konsumen, yang mana perusahaan tersebut mampu menawarkan produk-produk yang berkualitas tinggi yang dikelola dengan lebih baik sehingga konsumen merasa bangga terhadap kepemilikan produk perusahaan. Karakteristik untuk dimensi ini yaitu menawarkan kualitas dari produk dan jasa yang tinggi, perusahaan dikelola secara profesional, perusahaan yang memiliki produk dan jasa yang berkualitas. Keyakinan masyarakat terhadap suatu Bank dapat diukur dalam hubungan.
- 3) Keterandalan, faktor ini berkaitan dengan citra perusahaan untuk membangun *image* yang baik untuk kalangan konsumen, keterandalan artinya perusahaan mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dalam hal ini juga dilakukan melalui kegiatan tetap selalu menjaga kualitas produk atau jasa, yang selalu menjamin terlaksananya kualitas pelayanan prima dan selalu menunjukkan fasilitas-fasilitas yang handal dalam kebutuhan konsumen. Konsumen dapat melihat dan memberikan kesan positif secara spontan atas kinerja jasa yang diberikan oleh organisasi yang terjamin, tepat, dan konsumen akan merasa diberi kemudahan.
- 4) Tanggungjawab Sosial, faktor ini berkaitan dengan citra terhadap masyarakat sekitar seberapa banyak atau berarti organisasi/perusahaan membantu dalam pengembangan masyarakat sekitar, seberapa peduli organisasi/perusahaan terhadap masyarakat dan menjadi perusahaan yang ramah

lingkungan. Adapun karakteristiknya yaitu perusahaan selalu mendukung tujuan dari aktivitas kegiatan masyarakat, bertanggung jawab terhadap lingkungan dan selalu memperlakukan konsumennya secara baik.<sup>33</sup> Tanggung jawab sosial perusahaan juga dapat diartikan dalam komitmen perusahaan untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan bisnis dengan sumber daya yang dikelola perusahaan.<sup>34</sup>

## C. Inovasi Produk

### 1. Pengertian Produk

Produk merupakan suatu yang bersifat kompleks yang dapat ditawarkan di pasaran agar mendapatkan perhatian yang diterima oleh konsumen yang bisa memenuhi keinginan atau kebutuhan manusia. Contoh inovasi produk tabungan adalah: buku, tabungan, deposito, kredit, dan lain-lainnya. Dalam manajemen pemasaran, terdapat tiga (3) konsep tingkatan produk yaitu: produk inti (*core product*), produk berwujud (*tangible product*), dan produk tambahan (*augmented product*).<sup>35</sup> Produk-produk tabungan yang ditawarkan oleh masing-masing bank yang semakin bertambah seiring dengan banyaknya pula lembaga perbankan yang telah ada, hingga masyarakat harus lebih mengenali kebutuhan dan seluk-beluk produk yang ditawarkan dengan lebih baik. Produk biasanya digunakan untuk konsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani.<sup>36</sup>

Menurut Kotler dan Armstrong dalam jurnal Abdul Samad dan Imam Wibowo, produk merupakan segala sesuatu yang dapat

---

<sup>33</sup> Hanifah Jasin, Siti Mujiatun, Muis Fauzi Rambe dan Rahmad Bahagia Siregar, "Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention", *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 22, no. 1 (April 17, 2021): 90, <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/download/5630/5492>.

<sup>34</sup> Reza Mulyani, "Pengaruh Reputasi dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Membuka Tabungan Haji pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh", Skripsi sarjana prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019.

<sup>35</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 88-89.

<sup>36</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank Syariah*, Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana, 2004), 136.

ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau dikonsumsi yang bisa memuaskan keinginan dan juga kebutuhan seseorang. Dengan kata lain, produk adalah pemahaman subjektif dari produsen sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Secara terperinci, konsep produk (*product concept*) bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan fitur inovatif yang terbaik sehingga produk akan dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam mengambil keputusan pembelian.<sup>37</sup> Menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam jurnal Dyah Ayu Annurfa dan Aris Sunindyo, produk merupakan keseluruhan dari konsep objek suatu yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen.<sup>38</sup> Oleh karena itu pelaku usaha harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang ditawarkan, karena dengan adanya keragaman produk akan memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memilih dan melakukan pembelian sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

## **2. Produk Utama Bank**

Produk utama perbankan dari bank sebagai perusahaan jasa adalah penghimpun dana, penyaluran dana, dan layanan/jasa perbankan.

### **1) Produk penghimpun dana**

Penghimpunan dana di Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan adalah prinsip titipan (*wadi'ah*) dan investasi (*mudharabah*). Adapun yang dimaksud oleh hadist di atas bahwa apabila kita menyerahkan barang yang kita miliki kepada orang yang kita percaya maka orang tersebut harus menjaga barang yang kita miliki tanpa imbalan. Karena barang tersebut merupakan amanah yang harus dijaga dengan baik, meski orang tersebut tidak menerima imbalan apapun.

---

<sup>37</sup> Abdul Samad and Imam Wibowo, "Pengaruh Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Specs di Kota Bekasi", *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 4, No. 3, (September, 2016): 3-4.

<sup>38</sup> Dyah Ayu Annurfa dan Aris Sunindyo, "Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Jateng Cabang Ungaran", *Keunikan Majalah Ilmiah* 8, No. 2 (Juli 8, 2020), 98.

## 2) Produk penyaluran dana

Penyaluran dana bank syariah terdiri atas jual beli (*Bai' al-mudharabah*), bagi hasil (*al-musyarakah dan al-mudharabah*), pembiayaan, pinjaman, dan investasi khusus.

## 3) Jasa perbankan

Selain menjalankan fungsinya sebagai intermediasi, bank syariah juga melakukan berbagai jasa perbankan pada nasabah. Jasa perbankan syariah meliputi transfer, kliring, inkaso, titipan *letter of credit*, dan lain-lain. Bank syariah mendapatkan *fee* dari layanan/jasa tersebut.<sup>39</sup>

### 3. Indikator Pengukuran Produk

Menurut Lupiyoadi & Hamdani dalam jurnal Dyah Ayu Annurfa dan Aris Sunindyo, terdapat tiga indikator dari produk yaitu:

- 1) Produk yang beragam, pengembangan produk strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk-produk yang beragam untuk menarik perhatian konsumen agar menggunakan produk tersebut. Salah satu kunci dalam persaingan yaitu ragam produk yang disediakan oleh perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang disediakan, dengan adanya keragaman produk yang dibuat dengan memperhatikan kualitas maka akan memudahkan konsumen untuk memilih dan menggunakan produk yang sesuai dengan keinginan mereka.
- 2) Produk yang mampu bersaing dengan bank lain, produk yang memiliki kualitas tinggi yang dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah ialah produk yang mampu bersaing dengan bank lain, dengan produk kualitas tinggi dapat menjadi suatu keunggulan terhadap perusahaan tersebut. Persaingan merupakan penentu dalam meningkatkan tingkat kualitas output perusahaan, semakin tinggi tingkat persaingan maka akan memberikan pengaruh terhadap perusahaan untuk menciptakan produk yang berkualitas.

---

<sup>39</sup> Gita Danupramata, *Buku Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), 42- 43.

- 3) Produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, kemampuan suatu produk dalam mencukupi kebutuhan nasabah. Produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah adalah produk yang baik, maka perlu adanya riset dan marketing strategi serta produk yang terhindar dari riba maupun maysir yang harus dilakukan oleh suatu bank.<sup>40</sup>

#### 4. Inovasi Produk Tabungan Muamalat

Inovasi produk tabungan Muamalat berbagai macam yaitu:

- 1) Program perencanaan haji

Program perencanaan haji memiliki keuntungan dan kemudahan calon Jemaah Haji melalui program perencanaan haji, sesuai akad syariah yang sudah desetujui Dewan Pengawas Syariah (DPS), yaitu *Wakalah bil Ujroh* dan *Qardh*. Kenyamanan yang diberikan yaitu calon Jemaah Haji dapat mengajukan *Al-Haji*, sehingga dapat pergi haji bersama keluarga. Adapun kemudahannya bagi calon Jemaah haji cukup datang 1 kali ke Cabang dan Kemenag untuk pendaftaran porsi haji.

- 2) Tabungan

Produk tabungan ini terbagi, antara lain:

- a) Tabungan IB Hijrah

Jenis tabungan ini memberikan ketenangan batin dari tabungan yang lebih berkah dan dilengkapi keleluasaan akses internet ke seluruh dunia serta bebas biaya layanan, ada pun akad yang digunakan yaitu akad Wadiah, tabungan ini diperuntukkan untuk perorangan saja. Pembukaan rekening jenis ini untuk setoran awal dan saldo minimumnya Rp25,000.

- b) Tabungan Ib Hijrah Rencana

Tabungan ini mewujudkan rencana hasil kerja keras anda melalui jalan syariah. Adapun indikasi perolehan dana-dana saat jatuh tempo dengan asumsi nisbah 30%. Tabungan iB Hijrah Rencana dilengkapi dengan asuransi jiwa syariah dari perusahaan asuransi yang

---

<sup>40</sup> Dyah Ayu Annurfa dan Aris Sunindyo, "Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Jateng Cabang Ungaran", *Keunis Majalah Ilmiah* 8, No. 2 (2020), 98.

ditunjuk oleh Bank secara gratis tanpa perlu melakukan *medical checkup*, dengan biaya premi ditanggung oleh Bank sepenuhnya.

c) Tabungan iB Hijrah Prima

Jenis tabungan ini memberikan keuntungan bebas biaya tarik tunai di ATM Bersama atau Prima apabila saldo setelah penarikan kurang lebih Rp10 juta (maksimum 10 kali perbulan). Bebas biaya transfer antar bank melalui semua *channel* Bank Muamalat apabila saldo rata-rata (SRR) kurang lebih Rp25 juta atau setara 10 kali *realtime* transfer atau 22 kali SKN atau 2 kali RGTS (maksimum *budget* Rp 65,000 perbulan), dan bebas biaya *airport lounge* khusus nasabah Muamalat Prioritas.

d) Tabungan iB Hijrah Haji

Jenis tabungan ini diperuntukkan perorangan dan dapat pula atas nama anak (di bawah 17 tahun), tersedia dalam pilihan mata uang rupiah atau US dollar. Akad yang digunakan yaitu akad *Wadiah* (akad penitipan dan dari nasabah sebagai pemilik dana, kepada bank selaku penyimpanan dana). Syarat pembukaan rekening untuk orang dewasa hanya memerlukan fotokopi KTP/SIM & NPWP, untuk anak-anak memerlukan identitas orangtua (KTP & NPWP) serta akta kelahiran/kartu keluarga. Biaya layanannya tidak dikenakan biaya.

e) Tabungan iB Hijrah Valas

Jenis tabungan ini dijadikan transaksi valuta asing dalam dan luar negeri yang sesuai dengan syariah. Tersedia pilihan mata uang US dollar dan Singapore dollar dengan akad *Wadiah*. Dapat melakukan cek saldo dan mutasi rekening dimana saja dan kapan saja melalui layanan Mobil Banking Muamalat, Internet Banking Muamalat dan Sala Muamalat1500016.

f) TabunganKu

Jenis tabungan ini untuk para pemula yang ingin membiasakan diri menabung. Tabungan yang bebas biaya administrasi dan menggunakan akad titipan (*wadiah*). Untuk setoran awal dan saldo minimum Rp20,000. Namun untuk fasilitas kartu ATMnya tidak disediakan.

g) Tabungan iB SimPel



Tabungan ini adalah tabungan untuk siswa dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Keuntungan yang ditawarkan yaitu bebas biaya administrasi bulanan, bebas biaya kartu ATM, mendapatkan bagi hasil, setoran awal pembukaan rekening mulai dari Rp1,000., dapat digunakan sebagai rekening sumber dana untuk perencanaan karyawisata, umrah, haji, kursus, dan lain-lain. Adapun akad yang digunakan yaitu akad *Mudharabah*.

h) Kartu *Shar-E Debit Muamalat*.

Tabungan ini memberikan keamanan dalam bertransaksi dengan teknologi chip berstandar nasional dan internasional. Berbagai fitur dan program menarik khusus bertransaksi menggunakan Kartu *Shar-E Debit*. Jenis kartu yang ditawarkan yaitu kartu *Shar-E Debit Reguler GPN*, kartu *Shar-E Debit Classic*, kartu *Shar-E Debit Prioritas*, kartu *Shar-E Debit Ihram*.

3) Pembiayaan

a) KPR iB Hijrah Muamalat Angsuran Super Ringan

Jenis pembiayaan ini untuk pembelian property (rumah tinggal, apartemen, dan ruko), *take over*, *top up*, pembiayaan konsumsi beragun property, pembangunan rumah, dan renovasi. Akad yang digunakan yaitu akad *murabahah* (jual-beli), mendapatkan kepastian total angsuran hingga akhir periode pembiayaan. Angsuran yang super ringan setara 5% p.a selama 6 tahun pertama (untuk jangka waktu 10 tahun) yang akan memudahkan dan meringankan mengatur *cashflow* keuangan. Bebas biaya pelunasan sebagian, fleksibel sesuai dengan kemampuan.

b) KPR iB Hijrah Muamalat Fix & Fix

Dengan skema akad *murabahah* (jual-beli), nasabah akan mendapatkan kepastian total angsuran hingga akhir periode pembiayaan. Kenaikan angsuran yang sudah ditetapkan sejak awal, bebas biaya pelunasan sebagian, fleksibel sesuai dengan kemampuan nasabah.

#### **D. Keputusan Konsumen (Menabung)**

## 1. Pengertian Keputusan Menabung

Menurut Anton Priyo N dalam jurnal Toni Prasetyo Utomo, keputusan merupakan suatu hal yang berhubungan dengan putusan yang telah ditetapkan (setelah dipertimbangkan, dipikirkan, dan sebagainya). Menurut pemahaman yang paling umum, suatu keputusan adalah seleksi bagi seseorang dalam mengambil keputusan. Keputusan atau disebut juga sebagai perilaku yang berhubungan dengan sikap perilaku, norma subyektif, kontrol perilaku berperan penting terhadap keputusan atau perilaku seseorang untuk menggunakan perbankan. Prajudi Atmosudirjo dalam jurnal Toni Prasetyo Utomo, mendefinisikan keputusan sebagai suatu akhir dari proses pemikiran tentang suatu masalah atau problem untuk menjawab pertanyaan apa yang harus dilakukan guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.<sup>41</sup>

Menurut Kotler, keputusan merupakan sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui oleh konsumen. Suatu keputusan akan melibatkan antara dua pilihan atau lebih alternatif pilihan tindakan. Dalam sebuah proses pengambilan keputusan penggunaan produk, konsumen akan dihadapkan pada situasi pilihan menggunakan atau tidak suatu produk yang ditawarkan dengan berbagai karakteristik.<sup>42</sup>

Menurut Kotler, keputusan merupakan sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui oleh konsumen. Suatu keputusan akan melibatkan antara dua pilihan atau lebih alternatif pilihan tindakan. Dalam sebuah proses pengambilan keputusan penggunaan produk, konsumen akan

---

<sup>41</sup> Toni Prasetyo Utomo, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Kantor Cabang Malang)", *Jurnal Ilmiah*, (Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Brawijaya Malang., 2014), 9.

<sup>42</sup> Toni Prasetyo Utomo, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Kantor Cabang Malang)", *Jurnal Ilmiah*, (Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Brawijaya Malang., 2014), 9.

dihadapkan pada situasi pilihan menggunakan atau tidak suatu produk yang ditawarkan dengan berbagai karakteristik.<sup>43</sup>

Pandangan Islam mengenai pengambilan keputusan yang berdasarkan Al-Qur'an terdapat pada Q.S. Al-Maidah (5): 100:

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

Artinya: *Katakanlah (Nabi Muhammad), "Tidaklah sama yang buruk dengan yang baik meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu. Maka, bertakwalah kepada Allah wahai orang-orang yang berakal sehat agar kamu beruntung."*<sup>44</sup>

Berdasarkan ayat di atas dapat disimpulkan bahwasanya mengenai pengambilan suatu keputusan terdapat positif dan negatif. Maka, sebelum mengambil keputusan ada baiknya memikirkannya terlebih dahulu dengan matang. Karena kadang yang baik menurut kita tetapi tidak baik menurut Allah dan yang buruk menurut kita bisa jadi itu adalah yang terbaik menurut Allah Subhanahu Wata'ala.

## **2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung di Bank Syariah**

Menurut Zulpahmi dalam jurnal Evi Yupita dan Raina Linda Sari mengemukakan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nasabah menggunakan jasa bank syariah adalah tidak adanya sistem bunga (riba). Seluruh produk yang sesuai dengan syariah, sistem bagi hasil yang adil dan menentramkan, diinvestasikan pada pekerjaan yang halal dan berkah, diinvestasikan untuk meningkatkan ekonomi *dhuafa* (lemah), pelayanan yang cukup cepat dan efisien, sumber daya manusia yang profesional dan transparan, perilaku dan sikap karyawan yang ramah dan sopan, adanya jaminan keamanan dana nasabah, produk yang beragam, menarik dan inovatif, lokasi yang lebih dijangkau dan strategis, proses bagi hasil yang saling menguntungkan, fasilitas ATM dan cabang yang mudah ditemukan, pelayanan yang mudah dan tidak berbelit-belit, bangunan dan ruangan bank yang bersih dan juga nyaman, promosi dari bank yang dilakukan,

<sup>43</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi II, Jilid I; (Jakarta: Erlangga, 2008), 190.

<sup>44</sup> Q.S. Al-Maidah: [100]: 124.

adanya dukungan dari pihak lain, sosialisasi melalui tokoh masyarakat dan ulama, adanya konsep yang saling menguntungkan kepada nasabah dan sebagainya.<sup>45</sup>

Dalam pandangan Islam konsep menabung terdapat dalam ayat Al-Qur'an yaitu pada surah Al-Isra: 26-27.

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”.<sup>46</sup>

Dari ayat di atas Allah SWT mengarahkan manusia sebagai hambanya untuk selalu membelanjakan harta dengan baik atau seperlunya. Dari ayat ini juga mengajarkan manusia untuk hidup dengan hemat. Kaitannya dengan keputusan menabung artinya dengan harta yang kita miliki kita diarahkan untuk menyisihkan sebagian dari harta yang kita miliki agar tidak menjadi boros dan berlebih-lebihan dalam berbelanja, dengan membuat keputusan menabung akan lebih *manage* keuangan yang dimiliki.

### 3. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan

Menurut Kotler proses pengambilan keputusan tersebut merupakan sebuah pendekatan masalah yang terdiri dari beberapa tahap, sebagai berikut:

- a. Pengenalan kebutuhan, proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan. Nasabah merasa adanya perbedaan antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkannya. Permintaan kebutuhan ialah topik baru diantara pelanggan yang dapat dipicu oleh stimulasi internal maupun eksternal.

<sup>45</sup> Evi Yupita dan Raina Linda Sari, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 1, no. 1 (Desember, 2012): 50,

<sup>46</sup> Q.S. Al-Isra: [26-27]: 388.

- b. Pencarian informasi, nasabah yang terangsang akan kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Sumber informasi konsumen yaitu: sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga dan kenalan). Sumber Komersial (iklan, wiraniaga, kemasan dan penjualan). Sumber Publik (media masa). Sumber pengalaman (penanganan, pemeriksaan dan menggunakan produk). Dalam hal ini konsumen akan mencari informasi mengenai bank atau produk yang dapat memenuhi kebutuhannya, pencarian informasi ini didorong oleh rangsangan dari pengaruh eksternal untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Adapun untuk akses informasi tergantung pada kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pelanggan.
- c. Evaluasi alternatif, nasabah memproses informasi untuk sampai pada pilihan merek sikap beragam dalam memandang atribut yang relevan dan penting menurut manfaat yang mereka cari. Sebagian nasabah berdasarkan dorongan dan bergantung pada intuisi. Informasi yang tersedia bagi para nasabah dapat berguna untuk memperjelas suatu keputusan yang akan di ambil.
- d. Keputusan menabung, dalam tahap evaluasi, para nasabah membentuk preferensi atas produk-produk yang ada di dalam kumpulan pilihan. Faktorsikap orang lain dan situasi yang tidak dapat diantisipasi dapat mengubah niat dalam mengambil keputusan.
- e. Perilaku pasca penggunaan produk, pihak bank harus memantau kepuasan nasabah pasca penggunaan produk. Tindakan pasca penggunaan produk yang tujuan utamanya adalah agar nasabah merasa puas menggunakan produk tersebut dan memberikan pesan-pesan yang baik terhadap bank.<sup>49</sup> Apabila produk yang telah digunakan tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka konsumen pasti akan berubah sikap terhadap produk tersebut menjadi negatif, dan ada kemungkinan akan menolak penggunaan produk yang sama dikemudian hari, sebaliknya apabila konsumen mendapatkan kepuasan dari penggunaan

produk maka keinginan untuk mempertahankan produk dalam hal menggunakan akan cenderung menjadi lebih kuat.<sup>47</sup>

## **E. Perbankan Syariah**

### **1. Pengertian Bank Syariah**

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Bank sebagai lembaga keuangan berfungsi untuk menghimpin dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam rangka pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>48</sup>

Bank Islam atau disebut dengan Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis Nabi Saw. Atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.<sup>49</sup> Bank Islam dan Bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam.' Bank Islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadis; Sementara bank yang beroperasi sesuai prinsip syariah Islam adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara

---

<sup>47</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 186.

<sup>48</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), 24.

<sup>49</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 29

bermuamalat secara Islam. Dikatakan lebih lanjut, dalam tata cara bermuamalat itu dijauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.<sup>50</sup>

Bank syariah memiliki sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Dalam sistem operasional bank syariah, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Bank syariah tidak mengenal sistem bunga, baik bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada penyimpan dana di bank syariah.<sup>51</sup>

Bank Islam lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba. Dengan demikian, kerinduan umat Islam Indonesia yang ingin melepaskan diri dari persoalan riba telah mendapat jawaban dengan lahirnya bank Islam. Bank Islam lahir di Indonesia, yang gencarnya, pada sekitar tahun 90-an atau tepatnya setelah ada Undang-Undang No. 7 Tahun 1992, yang direvisi dengan Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, dalam bentuk sebuah bank yang beroperasi dengan sistem bagi hasil atau bank syariah. Keberadaan bank syariah semakin mapan setelah diundangkannya UU No. 21 Tahun 2010 tentang Perbankan Syariah.<sup>52</sup>

Kaitan antara bank dengan uang dalam suatu unit bisnis adalah penting, namun di dalam pelaksanaannya harus menghilangkan adanya ketidakadilan, ketidakjujuran dan "penghisapan" dari satu pihak ke pihak lain (bank dengan nasabahnya). Kedudukan bank Islam dalam hubungan dengan para kliennya adalah sebagai mitra investor dan pedagang, sedang dalam hal bank pada umumnya, hubungannya adalah sebagai kreditur atau debitur. Sehubungan dengan jalinan investor dan pedagang tersebut, maka dalam menjalankan pekerjaannya, bank Islam menggunakan berbagai teknik dan metode

---

<sup>50</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafik, 2008), 27

<sup>51</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 29.

<sup>52</sup> Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Islam* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), 545.

investasi seperti kontrak *Mudharabah*. Di samping itu, bank Islam juga terlibat dalam kontrak murabahah. Mekanisme perbankan Islam yang berdasarkan prinsip mitra usaha, adalah bebas bunga. Oleh karena itu, soal membayarkan bunga kepada para depositor atau pembebanan suatu bunga dari para klien tidak timbul.<sup>53</sup>

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa bank Syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan bank syariah yang diterima maupun yang dibayarkan pada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian yang dilakukan oleh pihak nasabah dan pihak bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariat Islam.

## 2. Fungsi Bank Syariah

Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah, berikut penjelasannya.

- a. Menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Bank syariah mengumpulkan atau menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad al-wadiah dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad al-*Mudharabah*.<sup>54</sup>
- b. Penyalur Dana kepada Masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan. Masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank syariah asalkan dapat memenuhi semua ketentuan dan persyaratan yang berlaku. Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank syariah. Dalam hal ini bank syariah akan memperoleh *return* atas dana yang disalurkan. *Return* atau pendapatan yang diperoleh bank

---

<sup>53</sup> Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, ed. by muhamad, 1st edn (Depok: Muhamad, 2017).

<sup>54</sup> Hani Handoko dan Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPEE, 2000), 10.



syariah atas penyaluran dana ini tergantung pada akadnya. Bank syariah menyalurkan dana kepada masyarakat dengan menggunakan bermacam-macam akad, antara lain akad jual beli dan akad kemitraan atau kerjasama usaha. Dalam akad jual beli, maka *return* yang diperoleh bank atas penyaluran dananya dapat dalam bentuk margin keuntungan. Margin keuntungan merupakan selisih antara harga jual kepada nasabah dan harga beli bank. Pendapatan yang diperoleh dari aktivitas penyaluran dana kepada nasabah yang menggunakan akad kerja sama usaha adalah bagi hasil.<sup>55</sup>

- c. Pelayanan Jasa Bank, memberikan pelayanan jasa perbankan kepada nasabahnya. Pelayanan jasa bank syariah ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Pelayanan jasa kepada nasabah merupakan fungsi bank syariah yang ketiga. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank syariah antara lain jasa pengiriman uang, pemindahbukuan, penagihan surat berharga dan lain sebagainya. Aktivitas pelayanan jasa merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank syariah untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari *fee* atas pelayanan jasa bank. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang memuaskan nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah ialah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank ialah kecepatan dan keakuratannya. Bank syariah berlomba-lomba untuk berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk layanan jasanya. Dengan pelayanan jasa tersebut, maka bank syariah mendapat imbalan berupa *fee* yang disebut *fee based income*.<sup>56</sup>
- d. Fungsi bank syariah memperoleh keuntungan, Fungsi bank syariah adalah sebagai perantara yang membutuhkan dana dari pihak yang memiliki dana. Masyarakat yang memiliki dana akan membutuhkan bank syariah sebagai tempat untuk menyimpan

---

<sup>55</sup> Soeharno, *Ekonomi Manajerial*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), 41.

<sup>56</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen; Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 5.

dananya. Dalam menghimpun dana masyarakat, bank syariah akan bagi biaya dan bagi hasil atau bonus atas simpanan dana dari masyarakat. Pembayaran bonus dan atau bagi hasil kepada pihak ketiga tergantung pada akad antara pemilik dana nasabah dan pengguna dana bank syariah.<sup>57</sup>

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa bank syariah secara umum memiliki fungsi yang sama dengan bank konvensional, yaitu sebagai lembaga intermediasi keuangan dengan menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya untuk mendukung sektor riil atau kepada kelompok masyarakat lain yang membutuhkan pembiayaan.

Jenis simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat diberikan imbalan berupa bonus yang besarnya tergantung pada penghasilan yang diperoleh bank syariah. Jenis simpanan yang sifatnya hanya dapat ditarik sesuai dengan jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian antara bank dan nasabah, maka akad yang sesuai syariah adalah akad *Mudharabah*. Dalam akad *Mudharabah*, pihak pemilik dana disebut *shahibul maal* dan bank syariah yang mengelolah dana nasabah disebut dengan *mudharib*. Dalam menyalurkan dana kepada masyarakat, bank syariah akan memperoleh balas jasa yang berupa margin keuntungan atau bagi hasil.<sup>58</sup>

Pendapatan margin keuntungan atau bagi hasil yang diperoleh bank dari nasabah yang memperoleh pembiayaan akan dibandingkan dengan bonus dan bagi hasil yang dibayar oleh bank kepada nasabah yang menyimpan atau menginvestasikan dananya di bank syariah. Perbedaan antara pendapatan yang diterima oleh nasabah pengguna dana atau nasabah pembiayaan dengan biaya yang dibayar kepada nasabah disebut dengan *spread* dalam bank syariah, pendapatan bagi hasil dan atau margin keuntungan akan selalu lebih besar dibandingkan dengan biaya bagi hasil dan bonus yang dibayarkan

---

<sup>57</sup> Fauzie Rahman, *Pengukuran Evaluasi Terhadap Input, Proses, Output Dan Outcome*, Bagian Administrasi Kebijakan Kesehatan Dan Promosi Kesehatan. Universitas Lambung Mangkurat. 2015.

<sup>58</sup> C.S.T Kamsil, dkk, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2002), 311.

kepada nasabah investor. Dengan demikian bank syariah tidak akan mengalami negatif *spread*.<sup>59</sup>

Bank syariah juga menawarkan produk jasa perbankan. Dengan menawarkan produk jasa perbankan, bank syariah dapat meningkatkan pendapatannya berupa *fee* atas jasa yang diberikan. Pendapatan *fee* atas jasa pelayanan bank kepada nasabah disebut dengan *fee based income*. Meskipun secara total, *fee based income* belum mampu menyaingi total pendapatan margin keuntungan dan pendapatan bagi hasil, namun *fee based income* sangat diperlukan oleh bank syariah untuk meningkatkan pendapatan. Beberapa bank meningkatkan pelayanan jasa dengan meningkatkan teknologi dan sistem informasi. Salah satu pelayanan jasa yang dikembangkan bank syariah antara lain ATM bersama, RTGS, Interciti Kliring, SKN (Sistem Kliring Nasional), *Internet Banking*, *SMS Banking*, dan Produk Pelayanan jasa lainnya.<sup>60</sup>

### 3. Sumber-Sumber Dana Bank

Sumber dana bank merupakan usaha bank dalam menghimpun dana untuk membiayai kegiatan operasinya. Hal ini sesuai dengan fungsi bank dalam lembaga keuangan yang kegiatannya adalah dalam bidang jual beli uang. Sebagai lembaga keuangan, maka dana merupakan persoalan bank yang paling penting, tanpa dana bank tidak akan dapat berbuat apa-apa dan tidak dapat berfungsi sama sekali. Dana bank adalah uang tunai yang dimiliki bank ataupun aktiva lancar yang dikuasai bank dan setiap waktu dapat diuangkan. Uang tunai yang dimiliki ataupun yang dikuasai bank tidak berasal dari bank itu sendiri, tapi juga orang lain, uang pihak lain yang “dititipkan” pada bank dan sewaktu-waktu akan diambilnya kembali baik sekaligus maupun secara berangsur-angsur. Sumber dana yang dapat dipilih sesuai dengan penggunaan dana. Sumber-sumber dana yang ada dapat diperoleh dari sumber modal sendiri atau modal pinjaman dari masyarakat luas atau lembaga keuangan lainnya.

---

<sup>59</sup> A. Djazuli dan Yadli Yanuari, *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*, (Jakarta: Rajawali Press, 2001), 53.

<sup>60</sup> Subaidi, ‘Peran Dan Fungsi Perbankan Syariah’, *Jurnal Istidlal*, 2.2 (2018), 110–19.

a. Pengertian Sumber Dana Bank

Pengertian sumber dana bank adalah usaha bank dalam menghimpun dana dari masyarakat. Perolehan dana ini tergantung dari bank itu sendiri, apakah dari simpanan masyarakat atau dari lembaga lainnya. Kemudian untuk membiayai operasinya, dana dapat pula diperoleh dari modal sendiri, yaitu dengan mengeluarkan atau menjual saham.<sup>61</sup> Perolehan dana disesuaikan pula dengan tujuan dari penggunaan dana tersebut. Pemilihan sumber dana akan menentukan besar kecilnya biaya yang ditanggung. Oleh karena itu, pemilihan sumber dana harus dilakukan secara tepat. Jika tujuan perolehan dana untuk kegiatan sehari-hari, jelas berbeda sumbernya, dengan jika bank hendak melakukan investasi baru atau untuk melakukan perluasan suatu usaha. Kebutuhan dana untuk kegiatan utama bank diperoleh dalam berbagai simpanan, sedangkan jika kebutuhan dana digunakan untuk investasi baru atau perluasan usaha, maka diperoleh dari modal sendiri.<sup>62</sup>

Secara garis besar sumber dana bank dapat diperoleh dari:

- 1) Bank itu sendiri;
- 2) Masyarakat luas;
- 3) dan lembaga lainnya.<sup>63</sup>

Yang paling penting bagi bank adalah bagaimana memilih dan mengelola sumber dana yang tersedia. Bagi bank pengelolaan sumber dana dari masyarakat luas, terutama dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito adalah sangat penting. Dalam pengelolaan sumber dana dimulai dari perencanaan akan kebutuhan dana, kemudian pelaksanaan pencarian sumber dana dan pengendalian terhadap sumber-sumber dana yang tersedia.<sup>64</sup>

b. Dana Yang Bersumber dari Bank Itu Sendiri

Perolehan dana dari sumber bank itu sendiri (modal sendiri) maksudnya adalah dana yang diperoleh dari dalam bank.

<sup>61</sup> Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 68.

<sup>62</sup> Ahmad Ifham, *Logika Fikih Bank Syariah* (Depok: Herya Media, 2015), 73.

<sup>63</sup> Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), 7.

<sup>64</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 114.

Perolehan dana ini biasanya digunakan apabila bank mengalami kesulitan untuk memperoleh dana dari luar. Nanti dana ini bisa pula dicari sesuai dengan tujuan bank. Misalnya ,apabila bank hendak melakukan perluasan usaha atau mengganti berbagai prasarana yang lama dengan yang baru.<sup>65</sup>

Salah satu jenis dana yang bersumber dari bank itu sendiri adalah modal setor dari para pemegang sahamnya. Apabila saham yang terdapat dalam portepel belum habis terjual, sedangkan kebutuhan dana masih perlu, pencariannya dapat dilakukan dengan menjual saham kepada pemegang saham lama. Akan tetapi, jika tujuan perusahaan untuk melakukan ekspansi, maka perusahaan dapat mengeluarkan saham baru di pasar modal. Di samping itu, dana yang bersumber dari bank itu sendiri dapat pula berupa cadangan laba, atau laba yang belum dibagi.<sup>66</sup>

c. Dana yang Berasal dari Masyarakat Luas

Untuk memperoleh dana dari masyarakat luas bank dapat menggunakan tiga macam jenis simpanan (rekening). Masing-masing jenis simpanan memiliki keunggulan tersendiri sehingga bank harus pandai dalam menyiasati pemilihan sumber dana. Sumber dana yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- 1) Simpanan Giro
- 2) Simpanan Tabungan
- 3) Simpanan Deposito.<sup>67</sup>

Pembagian jenis simpanan ke dalam beberapa jenis dimaksudkan agar para penyimpan mempunyai pilihan sesuai dengan tujuan masing-masing. Tiap pilihan mempunyai pertimbangan tertentu dan adanya suatu pengharapan yang ingin

---

<sup>65</sup> Gita Danupranata, *Manajemen Perbankan Syariah* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 92-93.

<sup>66</sup> Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), 46-49.

<sup>67</sup> Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Perbankan Syariah* (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006), 98.

diperolehnya. Pengharapan yang ingin diperoleh dapat berupa keuntungan dari bunga dan kemudahan atau keamanan uangnya.<sup>68</sup>

d. Dana yang Bersumber dari Lembaga Lain

Merupakan tambahan jika bank mengalami kesulitan dalam pencarian sumber dana pertama dan kedua di atas. Pencarian dari sumber dana ini relatif lebih mahal dan sifatnya hanya sementara waktu saja. Dana yang diperoleh dari sumber ini digunakan untuk membiayai atau membayar transaksi-transaksi tertentu.<sup>69</sup>

Perolehan dana dari sumber ini antara lain dapat diperoleh dari:

- 1) Bantuan Likuiditas Bank Indonesia (BLBI), merupakan kredit yang diberikan Bank Indonesia kepada bank-bank yang mengalami kesulitan likuiditasnya. Kredit likuiditas ini juga diberikan kepada pembiayaan sektor-sektor usaha tertentu.
- 2) Pinjaman antarbank (*Call Money*). Biasanya pinjaman ini diberikan kepada bank-bank yang mengalami kalah kliring di dalam lembaga kliring dan tidak mampu untuk membayar kekalahannya. Pinjaman ini bersifat jangka pendek dengan bunga yang relatif tinggi jika dibandingkan dengan pinjaman lainnya
- 3) Pinjaman dari bank-bank luar negeri. Merupakan pinjaman yang diperoleh perbankan dari pihak luar negeri.<sup>70</sup>

## F. Kerangka Berfikir

Mengetahui masalah yang hendak diulas membutuhkan suatu pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu penelitian. Kerangkapemikiran merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan.

---

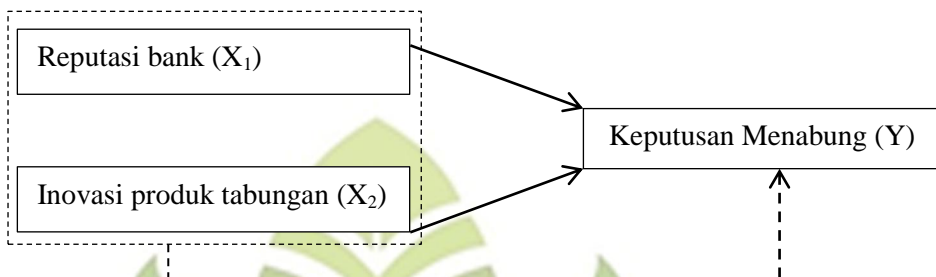
<sup>68</sup> Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 83.

<sup>69</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Depok: Gema Insani, 2015), 153.

<sup>70</sup> M.M. Dr. Kasmir, S.E., *Manajemen Perbankan*, 4th edn (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), 69.

Jadi kerangka pikir adalah sintesa mengenai hubungan antara variabel yang disusun dari berbagai macam teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang telah di deskripsikan tersebut, kemudian di analisis secara kritis dan sistematis, sehingga menciptakan sintesa mengenai hubungan antara variabel yang diteliti.

Berdasarkan kajian pustaka di atas, maka dapat disusun suatu kerangka pikir penelitian yang disajikan dalam gambar berikut ini:



Keterangan:

—→ = Pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen

---→ = Pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen

Berdasarkan kerangka pikir di atas dapat dijelaskan bahwa suatu keputusan menabung dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya reputasi dan inovasi produk tabungan. Dari alur kerangka pikir penelitian ini, bahwa kemudian reputasi dan produk merupakan variabel independen yang akan memberikan pengaruh atau tidak adanya pengaruh yang menjadi sebab dari variabel dependen yaitu keputusan menabung.

## G. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat tanya. Dinyatakan sementara karena jawaban yang diberikan berdasarkan teori yang relevan, bukan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis dapat juga dikatakan

sebagai jawaban teoritis dari rumusan masalah penelitian, belum jawaban empiris dengan data.

Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa hipotesis memberikan jawaban untuk sementara dari rumusan masalah penelitian, yang kebenarannya harus diuji terlebih dahulu yang berfungsi sebagai pengarah yang jelas terhadap penelitian yang akan dilakukan.

Reputasi Bank Syariah terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah, reputasi merupakan perwujudan dari pengalaman seseorang dengan produk, ataupun pelayanan yang mereka dapatkan. Dimana reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas, membuat konsumen lebih percaya diri bahwa mereka akan mendapatkan apa yang dijanjikan kepada mereka. Reputasi menjadi sebuah jaminan bahwa yang konsumen dapatkan akan sesuai dengan ekspektasi yang mereka miliki. Artinya ketika reputasi yang dimiliki Bank Syariah baik, hal itu menunjukkan bahwa pengaruh reputasi Bank Syariah terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah akan meningkat.

Muhlis tentang analisis faktor pengetahuan produk dan reputasi bank terhadap preferensi menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI), hasil penelitian menginformasikan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia (KC Pettarani), yang berarti bahwa semakin baik pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah maka akan mempengaruhi peningkatan minat menjadi nasabah. Kemudian pada variabel reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia.<sup>71</sup>

**H<sub>1</sub>:** Terdapat pengaruh reputasi terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat.

Inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah, inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang mempengaruhi antara satu dengan yang lainnya. Inovasi

---

<sup>71</sup> Muhlis, "Analisis Faktor Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank Terhadap Preferensi Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)", Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika, Vol 20 No 2 Oktober 2023, 185.



produk juga merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pelanggan. Artinya ketika inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan itu dianggap berhasil oleh mahasiswa hal itu akan berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.

Penelitian Ayun Sekar Widowati, Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah, Hasil dari penelitian menunjukkan: (1) Pengetahuan Produk Tabungan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah, (2) Reputasi Bank berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah, (3) Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah, (4) Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah.<sup>72</sup>

**H<sub>2</sub>:** Terdapat pengaruh inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat.

. Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas seseorang yang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Dengan demikian perilaku konsumen perlu dianalisis untuk mengetahui kebutuhan yang diinginkan. Novian Ekawaty dengan judul Dampak Inovasi Produk dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Menabung (Survei pada Nasabah Bank Muamalat Karawang), Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Inovasi Produk dan Reputasi Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung dan mempengaruhinya secara bersama-sama sebesar 77,1%.<sup>73</sup>

**H<sub>3</sub>:** Terdapat pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat

---

<sup>72</sup> Ayun Sekar Widowati, "Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah", *Jurnal Nominal*/Volume VII Nomor 2 / Tahun 2018

<sup>73</sup> Novian Ekawaty, "Dampak Inovasi Produk Dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Menabung (Survei pada Nasabah Bank Muamalat Karawang)", *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 7, No. 1 (2020) Maret, 11.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa

1. Variabel reputasi mempunyai nilai koefisien sebesar 0,641 dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat.
2. Variabel inovasi produk mempunyai nilai koefisien sebesar 0,838 dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat.
3. Hasil uji F di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa ada pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah:

1. Diharapkan Bank Syariah di Liwa Lampung Barat untuk mendekati diri ke masyarakat sehingga dapat meningkatkan perasaan senang atau suka masyarakat terhadap perbankan syariah, dan melakukan inovasi produk serta layanan jasa yang sesuai dengan identitas bank syariah, agar dapat meningkatkan reputasi yang dimiliki bank syariah menjadi lebih baik.
2. Inovasi produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, bank diharapkan dapat menciptakan produk dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah dan tetap menerapkan prinsip-prinsip syariah didalamnya. Bank juga bisa mengeluarkan produk yang belum pernah dibuat oleh bank konvensional dengan ciri yang berbeda

dan bank syariah memunculkan beragam pilihan produk kepada nasabah.

3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel independen lainnya selain reputasi dan inovasi produk tabungan yang tentunya dengan hasil yang memberikan pengaruh terhadap variabel dependen keputusan menabung untuk lebih bisa melengkapi penelitian, karena masih banyak variabel-variabel yang dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan menabung.



## DAFTAR RUJUKAN

Afnil Guza, SS, *Undang-Undang Perbankan Syariah UU RI No.21 Tahun 2008*, (Jakarta: Asa Mandiri, 2008), h 5.

Ahmad Ifham Sholihin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia, 2010), h.2-3

Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 158

Ayun Sekar Widowati, "Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah" *Jurnal Nominal*/Volume Vii Nomor 2 / Tahun 2018

Bambang Rianto Rustam, *Manajemen Risiko Perbankan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013).

Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (cet XIII) (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), h. 70.

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta: CV J-Art, 2004), h. 45

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa Edisi Keempat*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2011, h. 58

<http://googleweblight.com/detail-berita-artikel/kenapa-kuliah-perbankan-syariah> diakses 15 Desember 2022 Pukul 11.30 WIB.

<https://www.syariahmandiri.co.id/2012/bank-syariah-tumbuh-pesat-dilampung/> diakses 15 Desember 2022 Pukul 11.30 WIB.

Kasmir, *Manajemen Perbankan Edisi Revisi 9*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 1372

Moh. Prabundu Tika, *Metodelogi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 10

Muhammad Arief Firmansyah Syarifuddin, “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar”, *Skripsi*, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, 2020.

Novian Ekawaty, “Dampak Inovasi Produk dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Menabung (Survei pada Nasabah Bank Muamalat Karawang)”, *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol. 7, No. 1 (2020) Maret, h. 11.

Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen Edisi Revisi cetakan ke 5*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 322

Philip kotler, A.B.Susanto, *Manajemen pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001, h.560.

Rofifah Mau'idzah Hasanah, “Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking”, *Skripsi*, (Jakarta: 2015, Universitas Islam Negeri Syarief Hidayatullah, 2015), h. 24

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2016), h. 8

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 225.

Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah produk-produk dan Aspek hukumnya*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 97.

V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian-Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta:Pustaka Baru Press,2015), h. 10.

