

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Maski (2010) dengan variabel yang terdiri dari variabel karakteristik bank, variabel pelayanan dan kepercayaan pada bank, variabel pengetahuan, dan variabel obyek fisik bank sebagai variabel independen serta variabel keputusan nasabah sebagai variabel dependen bertujuan untuk menelusuri tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah. Masalah yang mendasari dilakukannya penelitian tersebut adalah persaingan dalam dunia bisnis jasa yang semakin ketat yang menjadikan bank syariah harus meningkatkan kinerja operasionalnya dan berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh. *Grand Theory* dalam penelitian ini adalah menggunakan teori pengambilan keputusan yang menjelaskan bahwa pengambilan keputusan konsumen adalah suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Alat uji yang digunakan adalah dengan metode *Logistic Regression* atau Analisis Model Logistic (LOGIT). Dan hasilnya menunjukkan bahwa variabel karakteristik bank mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih atau tidak memilih bank syariah dengan memperhatikan prinsip syariah, produk-produk islami dan bagi hasil. Variabel pelayanan dan kepercayaan pada bank juga turut mempengaruhi keputusan nasabah dalam

memilih atau tidak memilih bank syariah dengan memperhatikan kepercayaan dan keyakinan, memberikan pelayanan secara cepat, tepat, sesuai, dan terpercaya dan memberikan pelayanan yang sopan, ramah, dan nyaman. Variabel pengetahuan juga mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih atau tidak memilih bank syariah. Hal ini ditunjukkan dengan responden yang senantiasa mencari informasi, saran, pengalaman orang lain, dan citra bank sebelum memutuskan untuk menabung di bank syariah. Begitu juga dengan variabel obyek fisik bank yang turut mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih atau tidak memilih bank syariah. Hal ini ditunjukkan bahwa responden sangat memperhatikan daya tarik fisik bank dan fasilitas yang ada serta tidak setuju akan lokasi bank yang kurang strategis. Namun yang memiliki pengaruh sangat banyak terhadap keputusan nasabah dalam menabung adalah variabel pelayanan dan kepercayaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Roziq dan Diptyanti (2013) dengan variabel yang terdiri dari variabel kepercayaan, pengembalian hasil, kesesuaian hukum syariah, dan promosi sebagai variabel independen serta variabel keputusan menabung sebagai variabel dependen bertujuan untuk mengetahui apakah kepercayaan, pengembalian hasil, kesesuaian hukum syariah, dan promosi berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam memilih tabungan *mudharabah* antara nasabah dan non nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Masalah yang mendasari dilakukannya penelitian tersebut adalah jumlah bagi hasil yang kecil atau mengecil dalam waktu yang cukup lama akan menjadi indikator yang menunjukkan bahwa pengelolaan bank merosot serta bank syariah senantiasa dituntut melakukan usaha untuk menarik dana dari masyarakat. *Grand*

Theory dalam penelitian ini adalah menggunakan teori kepercayaan yang disebutkan oleh Sirdesmukh (2002) bahwa kepercayaan merupakan harapan yang dipegang oleh konsumen bahwa penyedia jasanya dapat dipercaya dan dapat diandalkan untuk memberikan apa yang telah dijanjikan. Alat uji yang digunakan adalah analisis diskriminan. Dan hasilnya menunjukkan bahwa variabel kepercayaan mempengaruhi dalam membedakan keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan *mudharabah*. Hal ini ditunjukkan bahwa kepercayaan timbul sebagai hasil dari kehandalan dan integritas mitra yang ditunjukkan melalui berbagai sikap seperti konsistensi, kompeten, adil, tanggung jawab, suka menolong, dan memiliki kepedulian. Variabel tingkat pengembalian hasil mempengaruhi dalam membedakan keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan *mudharabah*. Hal ini ditunjukkan bahwa semakin tinggi nisbah yang diperoleh dan semakin beragam produk yang ditawarkan, maka akan semakin meningkat jumlah nasabah yang menabung di bank syariah. Variabel kesesuaian hukum syariah mempengaruhi dalam membedakan keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan *mudharabah*. Hal ini ditunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keyakinan yang dimiliki nasabah terhadap prinsip syariah secara emosional, maka akan semakin bertambah pula jumlah nasabah yang menabung di bank syariah. Begitu juga dengan variabel promosi yang turut mempengaruhi dalam membedakan keputusan nasabah dan non nasabah dalam memilih tabungan *mudharabah*. Hal ini ditunjukkan bahwa promosi adalah komunikasi dari penjual kepada pembeli untuk mempengaruhi pendapat mereka, hal tersebut juga mempengaruhi citra perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Arifin dan Khotimah (2014) dengan variabel yang terdiri dari variabel produk, pelayanan, promosi, dan lokasi sebagai variabel independen serta variabel keputusan masyarakat sebagai variabel dependen bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah di Surakarta. Masalah yang mendasari dilakukannya penelitian tersebut adalah kehadiran bank syariah belum dikenal secara luas, maka perlu upaya pemahaman dan sosialisasi kepada masyarakat tentang produk melalui promosi baik dari segi produk maupun eksistensinya (Kasmir, 2004). *Grand Theory* dalam penelitian ini adalah menggunakan teori pengambilan keputusan yang disebutkan oleh Maski (2010) bahwa keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian yaitu ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan yang diambil semakin mendekati tujuan tersebut. Alat uji yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Dan hasilnya menunjukkan bahwa variabel produk, promosi, dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Hal ini ditunjukkan bahwa masyarakat kurang mengetahui dan memahami tentang bank syariah dan produknya. Serta kurangnya intensifnya promosi yang dilakukan oleh bank syariah. Dan variabel yang mempengaruhi keputusan masyarakat memilih bank syariah adalah variabel pelayanan. Hal ini ditunjukkan bahwa nasabah akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yupitri dan Sari (2012) dengan variabel yang terdiri dari variabel fasilitas pelayanan, promosi, dan produk sebagai variabel

independen serta variabel keputusan nasabah non muslim sebagai variabel dependen bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri Medan. Masalah yang mendasari dilakukannya penelitian tersebut adalah perbankan konvensional maupun perbankan syariah bersaing bebas dalam pasar uang dengan memperebutkan jutaan nasabah menggunakan berbagai strategi. *Grand Theory* dalam penelitian ini adalah menggunakan teori ekonomi islam yang menjelaskan bahwa ekonomi islam adalah bagian dari ilmu ekonomi yang bersifat interdisipliner dalam arti kajian ekonomi syariah tidak dapat berdiri sendiri, tetapi perlu penguasaan yang baik dan mendalam terhadap ilmu-ilmu syariah dan ilmu-ilmu pendukungnya juga terhadap ilmu-ilmu yang berfungsi sebagai *tool of analysis* seperti matematika, statistik, logika, dan ushul fiqih. Alat uji yang digunakan adalah analisa non parametrik menggunakan *rank spearman test*, yaitu sebuah ukuran hubungan antara dua variabel. Dan hasilnya menunjukkan bahwa variabel fasilitas pelayanan mempengaruhi non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri. Hal ini ditunjukkan bahwa tempat bank menarik, nyaman dan menyenangkan menjadi daya tarik mereka untuk menjadi nasabah. Variabel promosi mempengaruhi non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri. Hal ini ditunjukkan bahwa dengan adanya sosialisasi Bank Syariah Mandiri, maka responden bisa mengenal bank Syariah Mandiri dan tertarik menjadi nasabahnya. Begitu juga dengan variabel produk mempengaruhi non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri. Hal ini ditunjukkan bahwa fitur pendukung keuntungan dalam produk Bank Syariah Mandiri menjadikan non muslim untuk memutuskan

menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri. Namun faktor yang paling besar dalam mempengaruhi non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri adalah promosi setelah itu produk dan yang terakhir adalah fasilitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Tambunan dan Nasution (2013) dengan variabel yang terdiri dari variabel produk, pelayanan, promosi, lokasi, dan kredibilitas sebagai variabel independen serta variabel keputusan nasabah menabung sebagai variabel dependen bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor produk, pelayanan, promosi, lokasi, kredibilitas terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan dan untuk mengetahui faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan. Masalah yang mendasari dilakukannya penelitian tersebut adalah semakin banyaknya jaringan, aset, banyaknya produk-produk yang ditawarkan dan banyaknya dana pihak ketiga yang dihimpun dari masyarakat. *Grand Theory* dalam penelitian ini adalah menggunakan teori JM Keynes yang mengatakan bahwa pengeluaran seseorang untuk konsumsi dan tabungan dipengaruhi oleh pendapatannya. Apabila pendapatan berubah, maka perubahan tersebut akan berpengaruh terhadap konsumsi dan tabungan. Alat uji yang digunakan adalah analisis statistik regresi linear berganda. Dan hasilnya menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel produk, pelayanan, promosi, lokasi, dan kredibilitas sangat mempengaruhi keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan. Secara terpisah atau sendiri-sendiri diketahui bahwa variabel produk, pelayanan, promosi, dan kredibilitas sangat mempengaruhi keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota

Medan. Variabel promosi dan lokasi juga berpengaruh tetapi tidak menjadi pengaruh utama dalam mempengaruhi keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan. Pelayanan memiliki pengaruh yang paling banyak dibandingkan dengan variabel lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Qomariah (2011) dengan variabel yang terdiri dari variabel karakteristik bank, variabel produk, harga, saluran distribusi, dan promosi sebagai variabel independen serta variabel keputusan konsumen sebagai variabel dependen bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor produk, harga, saluran distribusi, dan promosi secara simultan dan parsial terhadap keputusan konsumen dalam menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember dan untuk mengetahui faktor yang dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Masalah yang mendasari dilakukannya penelitian tersebut adalah persaingan yang sangat ketat untuk memperebutkan konsumen. *Grand Theory* dalam penelitian ini adalah menggunakan teori perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk didalamnya pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Basu Swastha, Hani Handoko, 2002: 3). Alat uji yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Dan hasilnya menunjukkan bahwa variabel produk tidak mempengaruhi keputusan konsumen menabung di Bank Syariah Mandiri Jember. Variabel harga tidak mempengaruhi keputusan konsumen menabung di Bank Syariah Mandiri Jember. Variabel tempat

mempengaruhi keputusan konsumen menabung di Bank Syariah Mandiri Jember dikarenakan nasabah akan mencari bank yang lokasinya mudah dijangkau dengan fasilitas apapun. Variabel promosi mempengaruhi keputusan konsumen menabung di Bank Syariah Mandiri Jember dikarenakan semakin banyak masyarakat yang mengenal produk bank, maka semakin banyak pula nasabah yang memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Anisah dan Mizan (2012) dengan variabel yang terdiri dari variabel sistem bagi hasil sebagai variabel independen dan variabel keinginan menabung sebagai variabel dependen bertujuan untuk mengetahui pengaruh sistem *profit sharing* terhadap keinginan nasabah untuk berinvestasi pada Baitul Maal Tamwil (BMT) di Kota Banda Aceh. Masalah yang mendasari dilakukannya penelitian tersebut adalah adanya praktik spekulasi dan gejolak moneter. *Grand Theory* dalam penelitian ini adalah menggunakan teori investasi yang menjelaskan bahwa sebagai suatu kewajiban bagi pihak yang kelebihan dana untuk menyalurkan hartanya ke dalam kegiatan yang bersifat produktif dan memberikan kesempatan kerja baru serta memperlancar arus barang dan jasa (Mafruhah, 2002: 196). Alat uji yang digunakan adalah analisis *corellation product moment*. Dan hasilnya menunjukkan bahwa sistem bagi hasil di lembaga keuangan syariah mempengaruhi minat para nasabah untuk menanamkan menabung di lembaga keuangan syariah BMT. Hal ini juga terbukti dengan penambahan jumlah nasabah terus menerus dari tahun ketahun.

Penelitian yang dilakukan oleh Khasanah dan Gunawan (2014) dengan variabel yang terdiri dari variabel bagi hasil sebagai variabel independen dan

variabel keputusan menjadi nasabah sebagai variabel dependen bertujuan untuk mengetahui pengaruh sistem bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah di kota Cirebon. Masalah yang mendasari dilakukannya penelitian tersebut adalah para nasabah belum mengetahui betul seperti apa sistem bagi hasil yang terdapat pada bank syariah serta kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pihak bank syariah. *Grand Theory* dalam penelitian ini adalah menggunakan teori pengambilan keputusan yang menjelaskan bahwa keputusan adalah pilihan dari dua lebih yang akan diputuskan kemungkinan melalui sebuah pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen. Alat uji yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Dan hasilnya menunjukkan bahwa sistem bagi hasil mempunyai pengaruh positif dan memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan menjadi nasabah, semakin besar sistem bagi hasil pada bank syariah, maka semakin besar pula keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Bank Syariah

2.2.1.1. Pengertian Bank Syariah

Menurut UU Nomor 21 tahun 2008 Pasal 1, Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah sendiri adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank Umum Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan

jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Syariah adalah peraturan dan hukum yang telah digariskan oleh Allah SWT untuk dipatuhi oleh kaum muslimin. Syariah ini merupakan salah satu penghubung antara Allah SWT dengan umat manusia, maka jelas bahwa bank syariah merupakan bank yang berdasarkan aturan-aturan yang ada pada diri Islam (Syaiikh Mahmud Syalthut dalam Pratiwi, 2010).

Sedangkan Bank Indonesia memberikan pengertian bahwa bank syariah merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, khususnya yang bebas dari bunga (*riba*), bebas dari kegiatan spekulatif yang non produktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*), berprinsip keadilan dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal (Pratiwi, 2010).

2.2.1.2.Prinsip Bank Syariah

Secara garis besar, hubungan ekonomi berdasarkan syariah Islam ditentukan oleh hubungan akad yang terdiri dari lima konsep dasar akad. Bersumber dari kelima konsep dasar inilah dapat ditemukan produk-produk lembaga keuangan bank syariah dan lembaga keuangan bukan syariah untuk dioperasionalkan. Kelima konsep tersebut adalah: sistem simpanan, bagi hasil, margin keuntungan, sewa, fee/jasa (Muhammad, 2005 : 176-177).

1) Prinsip Simpanan Murni (*al-Wadi'ah*)

Prinsip simpanan murni merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank Islam untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk *al-wadi'ah*. Fasilitas *al-wadi'ah* biasa diberikan untuk tujuan investasi guna mendapatkan keuntungan seperti halnya tabungan dan deposito. Dalam dunia perbankan konvensional *al-wadi'ah* identik dengan giro.

2) Bagi Hasil (*Syirkah*)

Sistem ini adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana, maupun antar bank dengan nasabah penerima dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah *mudharabah* dan *musyarakah*. Lebih jauh prinsip *mudharabah* dapat dipergunakan sebagai dasar baik untuk produk pendanaan (tabungan dan deposito) maupun pembiayaan, sedangkan *musyarakah* lebih banyak untuk pembiayaan.

3) Prinsip Jual Beli (*at-Tijarah*)

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (*margin*).

4) Prinsip Sewa (*al-Ijarah*)

Prinsip ini secara garis besar terbagi kepada dua jenis: (1) Ijarah, sewa murni, seperti halnya penyewaan traktor dan alat-alat produk lainnya (*operating lease*). Dalam teknis perbankan, bank dapat membeli dahulu *equipment* yang dibutuhkan nasabah kemudian menyewakan dalam waktu dan hanya yang telah disepakati kepada nasabah. (2) *Bai al takjiri* atau *ijarah al muntahiyah bittamlik* merupakan penggabungan sewa dan beli, dimana si penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa (*financial lease*).

5) Prinsip fee/jasa (*al-Ajr Wal Umulah*)

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini antara lain Bank Garansi, Kliring, Inkaso, Jasa Transfer, dan lain-lain. Secara syariah prinsip ini pada konsep *al-ajr wal umulah*.

2.2.1.3. Produk Bank Syariah

Secara umum, produk Bank Syariah terdiri dari tiga bagian (Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, 2008), yaitu :

a) Penghimpunan Dana

1. Giro Syariah
2. Tabungan Syariah
3. Deposito Syariah

b) Penyaluran Dana

1. Pembiayaan Atas Dasar Akad *Mudharabah*

2. Pembiayaan Atas Dasar Akad *Musarakah*
 3. Pembiayaan Atas Dasar Akad *Murabahah*
 4. Pembiayaan Atas Dasar Akad *Salam*
 5. Pembiayaan Atas Dasar Akad *Istishna'*
 6. Pembiayaan Atas Dasar Akad *Ijarah*
 7. Pembiayaan Atas Dasar Akad *Qardh*
 8. Pembiayaan Multijasa
- c) Pelayanan Jasa
1. *Letter of Credit (L/C)* Impor Syariah
 2. Bank Garansi Syariah
 3. Penukaran Valuta Asing (*Sharf*)

2.2.1.4.Nasabah

Menurut UU Nomor 21 Tahun 2008 pasal 1 Tentang Perbankan Syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan/atau UUS. Nasabah dibedakan menjadi tiga yaitu nasabah penyimpan, nasabah investor, dan nasabah penerima fasilitas. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah dan/atau UUS dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara bank syariah atau UUS dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah investor adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah dan/atau UUS dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara bank syariah atau UUS dan nasabah yang bersangkutan. Sedangkan nasabah penerima fasilitas adalah nasabah yang memperoleh fasilitas dana atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan prinsip syariah.

2.2.2. Bagi Hasil

2.2.2.1. Pengertian Bagi Hasil

Bagi hasil yang terdapat dalam system perbankan syariah adalah prinsip kegiatan usaha yang didasarkan pembagian hasil dalam perjanjian pembagian keuntungan atau kerugian dengan besar pembagian tertentu dari sejumlah dana antara pihak pemilik dana (shahibul maal) dengan pihak yang menggunakan dana (mudharib) dimana keuntungan tersebut dibagi menurut kesepakatan bersama (Khasanah dan Gunawan, 2014)

Sistem bagi hasil diterapkan pada suatu pembiayaan dari pemilik dan kepada pengelola dana. Sistem ini berlaku pada nasabah penabung dan bank. Pihak nasabah penabung memperoleh bagi hasil dari keuntungan usaha peminjaman dana bank (Harahap, 2004 : 111).

Secara umum, bagi hasil dalam perbankan dapat dilakukan dalam empat akad utama, yaitu *al-musyarakah*, *al-mudharabah*, *al-muzara'ah*, dan *al-musaqah*. Namun prinsip yang paling banyak dipakai adalah *al-musyarakah* dan *al-mudharabah* (Antonio, 2001 : 90).

Adapun empat akad bagi hasil dalam perbankan syariah adalah sebagai berikut:

1. *Al-Musyarakah*

Menurut Atzalur Rahman dalam Nurhayati dan Wasilah (2013 : 150) secara bahasa *syirkah* berarti *al-ikhtilat* pencampuran atau persekutuan dua orang atau lebih sehingga antara masing-masing sulit dibedakan atau tidak dapat dipisahkan. Istilah lain dari *musyarakah* adalah *sharikah* atau *syirkah* atau *kemitraan*. Menurut PSAK 106 mendefinisikan musyarakah sebagai akad

kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan sedangkan kerugian berdasarkan pada kontribusi dana.

Terdapat dua jenis *al-musyarakah* yaitu *musyarakah pemilikan* dan *musyarakah akad* (kontrak). *Musyarakah pemilikan* tercipta karena warisan, wasiat atau kondisi lainnya yang mengakibatkan pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih. *Musyarakah akad* tercipta dengan cara kesepakatan dimana dua orang atau lebih setuju bahwa setiap orang dari mereka memberikan modal *musyarakah* (Antonio, 2001 : 91-92).

Aplikasi *al-musyarakah* dalam perbankan (Antonio, 2001 : 93) :

a. Pembiayaan Proyek

Al-musyarakah biasanya diaplikasikan untuk pembiayaan proyek dimana nasabah dan bank sama-sama menyediakan dana untuk membiayai proyek tersebut. Setelah proyek itu selesai, nasabah mengembalikan dana tersebut bersama bagi hasil yang telah disepakati untuk bank.

b. Modal Ventura

Pada lembaga keuangan khusus yang dibolehkan melakukan investasi dalam kepemilikan perusahaan, *al-musyarakah* diterapkan dalam skema modal ventura. Penanaman modal dilakukan untuk jangka waktu tertentu dan setelah itu bank melakukan divestasi atau menjual bagian sahamnya, baik secara singkat maupun bertahap.

2. *Al-Mudharabah*

Mudharabah berasal dari kata *adhdharby fl ardhi* yaitu bepergian untuk urusan dagang. Disebut *al qiradh* yang berasal dari kata *alqardhu* yang berarti potongan karena pemilik memotong sebagian hartanya untuk diperdagangkan dan memperoleh sebagian keuntungan. Menurut PSAK 105 mendefinisikan mudharabah sebagai akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (pemilik dana/*shahibul maal*) menyediakan seluruh dana, sedangkan pihak kedua (pengelola dana/*mudharib*) bertindak selaku pengelola, dan keuntungan dibagi diantara mereka sesuai dengan kesepakatan sedangkan kerugian finansial hanya ditanggung oleh pemilik dana. Kerugian akan ditanggung pemilik dana sepanjang kerugian itu tidak diakibatkan oleh kelalaian pengelola dan, apabila kerugian yang terjadi diakibatkan oleh pengelola dana maka kerugian ini ditanggung oleh pengelola dana (Nurhayati dan Wasilah, 2013 : 128).

Seperti halnya *al-musyarakah*, *al-mudharabah* pun terbagi menjadi dua yaitu *mudharabah muthlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. *Mudharabah muthlaqah* adalah bentuk kerjasama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis. Sedangkan pada *mudharabah muqayyadah* si *mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, atau tempat usaha.

Menurut Antonio (2001:97) aplikasi *al-mudharabah* dalam perbankan biasanya diterapkan pada produk-produk pembiayaan dan pendanaan. Pada sisi penghimpunan dana, *al-mudharabah* diterapkan pada:

- a. Tabungan berjangka, yaitu tabungan yang dimaksudkan untuk tujuan khusus, seperti tabungan haji, tabungan kurban, dan sebagainya.
- b. Deposito spesial, dimana dana yang dititipkan nasabah khusus untuk bisnis tertentu, misalnya *murabahah* saja atau *ijarah* saja.

Adapun pada sisi pembiayaan, *mudharabah* diterapkan untuk :

- a. Pembiayaan modal kerja, seperti pembiayaan modal kerja perdagangan dan jasa
- b. Investasi khusus, disebut juga *mudharabah muqayaadah*, dimana sumber dana khusus dengan penyaluran yang khusus dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh *shahibul maal*.

3. *Al-Muzara'ah*

Al-muzara'ah adalah kerja sama pengolahan pertanian antara pemilik lahan dan penggarap, dimana pemilik lahan memberikan lahan pertanian kepada si penggarap untuk ditanami dan dipelihara dengan imbalan bagian tertentu (persentase) dari hasil panen (Fiqh Sunnah III dalam Antonio, 2001 : 99).

Al-muzara'ah seringkali diidentikkan dengan *mukhabarah* (Qal'aji dalam Antonio, 2001 : 99). Diantara keduanya tersebut terdapat sedikit perbedaan sebagai berikut :

Muzara'ah : benih dari pemilik lahan

Mukhabarah : benih dari penggarap

4. *Al-Musaqah*

Al-musaqah adalah bentuk yang lebih sederhana dari *muzara'ah* dimana si penggarap hanya bertanggung jawab atas penyiraman dan pemeliharaan.

Sebagai imbalan si penggarap berhak atas nisbah tertentu dari hasil panen (Asy-syarbasi dalam Antonio, 2001 : 100).

2.2.2.2.Prinsip Bagi Hasil

Menurut Antonio dalam Septiarini (2011), secara syariah prinsip bagi hasil (*profit sharing*) berdasarkan pada kaidah *mudharabah*. Dengan menabung, bank akan bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana) sementara penabung sebagai *shahibul maal* (penyandang dana) Di sisi lain, dengan meminjam dana, bank islam akan bertindak sebagai *shahibul maal* sementara peminjam akan berfungsi sebagai *mudharib*.

Adapun ketentuan prinsip bagi hasil terdiri atas (Wirosa dalam Daulay, 2010):

- a. Penentuan besarnya resiko bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
- b. Besarnya nisbah bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
- c. Jumlah pembagian hasil meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
- d. Tidak ada yang meragukan keuntungan bagi hasil.
- e. Bagi hasil tergantung kepada keuntungan proyek yang dijalankan. Jika proyek itu tidak mendapatkan keuntungan maka kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.

2.2.2.3. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank syariah dengan bank konvensional sangatlah berbeda. Berikut adalah perbedaannya.

Tabel 2.1
Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

No	Bank Syariah	Bank Konvensional
1.	Melakukan investasi-investasi yang halal saja.	Investasi yang halal dan haram.
2.	Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual-beli, atau sewa.	Memakai perangkat bunga.
3.	Profit dan falah oriented.	Profit oriented.
4.	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan.	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk debitor-debitor.
5.	Penghimpunan dana dan penyaluran dana sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.	Tidak terdapat dewan sejenis.

Sumber: Antonio (2001 : 34)

Dan jika dilihat lebih spesifik dari segi sistem yang dipakai, bank syariah menggunakan sistem bagi hasil, sedangkan bank konvensional menggunakan sistem bunga. Adapun perbedaannya adalah sebagai berikut.

Tabel 2.2
Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil

No	Bunga	Bagi Hasil
1.	Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan pada asumsi harus selalu untung	Penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil dibuat waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi
2.	Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh
3.	Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi	Bagi hasil tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Jika usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak

4.	Jumlah pembayaran bunga tidakmeningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang 'booming'	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan penigkatan jumlah pendapatan
5.	Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama termasuk Islam	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil

Sumber: Antonio (2001 : 61)

Tabel diatas menunjukkan bahwa pada dasarnya sistem bagi hasil dan sistem bunga merupakan kedua hal yang berbeda. Dalam Islam mensyaratkan nisbah bagi hasil untung maupun rugi harus seimbang dan adil antara kedua belah pihak. Hal ini merupakan penghargaan Islam terhadap waktu yang diwujudkan melalui bagi hasil, mengingat faktor ketidakpastian usaha dimasa yang akan datang.

2.2.3. Promosi

Menurut Yupitri dalam Chotimah (2014), promosi merupakan usaha-usaha yang dilakukan oleh bank untuk lebih memperkenalkan bank tersebut kepada masyarakat luas baik melalui media elektronik maupun media cetak.

Oleh sebab itu promosi sangatlah diperlukan dalam menarik nasabah untuk menjadikan Bank syariah sebagai sarana tempat pemutaran dana masyarakat. Promosi menjadi media untuk memperkenalkan dan memberitahukan suatu produk agar nasabah menggunakan produk yang dipromosikan tersebut. Dalam dunia perbankan, agar masyarakat tertarik akan produk yang telah dipromosikan maka masyarakat perlu tahu akan manfaat, harga, dan keunggulan produk tersebut dibandingkan dengan pesaing.

Kategori promosi menurut Roziq dan Diptyanti (2013) terdiri dari :

1. Periklanan

Merupakan promosi dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, atau radio.

2. Promosi Penjualan

Merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.

3. Publisitas

Merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau kegiatan sosial.

4. Penjualan Pribadi

Merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.

2.2.4. Lokasi

Jarak tempat tinggal nasabah dengan lokasi bank sangatlah bervariasi mulai dari yang hanya beberapa meter saja hingga puluhan kilometer. Untuk menuju lokasi bank, para nasabah dan calon nasabah terkadang berjalan kaki untuk jarak yang terdekat, ada juga yang menggunakan sepeda motor, mobil, bahkan angkutan umum untuk jarak yang jauh. Disinilah pihak bank harus memikirkan lokasi yang strategis untuk mendirikan bank syariah dikarenakan jika lokasi bank syariah semakin dekat dengan tempat tinggal masyarakat maka semakin banyak pula masyarakat yang terdorong untuk menggunakan bank syariah.

2.2.5. Tingkat Kepercayaan

Menurut Moorman dalam Septiarini (2011) mendefinisikan kepercayaan sebagai: *“Trust is defined as a willingness to rely on an exchange partner in whom an has confidence”*. Artinya kepercayaan adalah kemampuan untuk bergantung kepada pihak lain (mitra penukarannya) dimana satu pihak memiliki keyakinan. Sedangkan menurut Sirdeshmukh dalam Roziq dan Diptyanti (2013) mendefinisikan *customer trust* sebagai *“The expectation held by the consumer that the service provider is dependable and can be relied on to deliver on its promises”*. Yang artinya kepercayaan merupakan harapan yang dipegang oleh konsumen bahwa penyedia jasanya dapat dipercaya dan dapat diandalkan untuk memberikan apa yang telah dijanjikan.

Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan sangatlah penting bagi perusahaan jasa dalam membina hubungan panjang dengan mitra kerja. Karena kepercayaan merupakan keyakinan dan harapan mitra kerja yang diberikan untuk perusahaan khususnya perusahaan jasa yang penuh dengan ketidakpastian untuk menggunakan jasa dan produknya.

Selain itu timbulnya kepercayaan adalah reputasi atau citra bank yang merupakan suatu keunggulan atau atribut yang dapat menjadi daya tarik bagi nasabah. Reputasi yang dimiliki oleh perbankan syariah menjadi penting untuk membangun kepercayaan karena dengan label syariah akan menimbulkan sikap percaya terhadap profesionalisme perbankan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya (Lestari, 2015).

2.2.6. Keputusan Menabung Nasabah

2.2.6.1. Menabung

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan Islam karena dengan menabung berarti seseorang telah mempersiapkan dirinya untuk menjalani perencanaan masa depan sekaligus mengantisipasi keadaan yang tidak diinginkan. Islam mengajarkan kepada umatnya untuk mempersiapkan hari esok sebagaimana yang tercantum dalam surat Al-Hasyr ayat 18 dan Al-Furqan ayat 67 yang berbunyi:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok, dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”(Al-Hasyr : 18).

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) ditengah-tengah antara yang demikian”(Al-Furqaan : 67).

Dapat disimpulkan dari kedua ayat diatas bahwa ayat tersebut menganjurkan untuk mempersiapkan diri guna menjalani hari esok, serta tidak pula bersikap berlebihan (boros) dan kikir. Bersikap tidak boros diartikan sebagai anjuran untuk menyisihkan sebagian hartanya guna mempersiapkan masa depan.

2.2.6.2. Jenis Tabungan di Bank Syariah

Antonio (2001 : 155-157) menjelaskan bahwa jenis tabungan di bank syariah terdiri tiga jenis produk yaitu :

a. Giro

Pada umumnya, bank syariah menggunakan akad *al-wadi'ah* pada rekening giro. Nasabah membuka rekening giro berarti melakukan akad *wadi'ah* 'titipan'.

b. Tabungan

Bank syariah menerapkan dua akad dalam tabungan, yaitu *wadi'ah* dan *mudharabah*. Tabungan yang berdasarkan akad *wadi'ah* ini tidak mendapatkan keuntungan dari bank karena sifatnya titipan. Akan tetapi, bank tidak dilarang jika ingin memberikan semacam bonus/hadiah. Sedangkan tabungan yang menerapkan akad *mudharabah* mengikuti prinsip-prinsip akad *mudharabah*.

c. Deposito

Bank syariah menerapkan akad *mudharabah* untuk deposito. Seperti dalam tabungan, dalam hal ini nasabah (deposan) bertindak sebagai *shahibul maal* dan bank selaku *mudharib*. Penerapan *mudharabah* terhadap deposito dikarenakan kesesuaian diantara keduanya. Misalnya, seperti akad *mudharabah* mensyaratkan adanya tenggang waktu antara penyeteroran dan penarikan agar dana itu bisa diputar. Tenggang waktu ini merupakan salah satu sifat deposito, bahkan deposito terdapat pengaturan waktu, seperti 30 hari, 90 hari, dan seterusnya.

2.2.6.3. Teori Pengambilan Keputusan (*Theory of Decision Making*)

Keputusan adalah kesepakatan yang kita buat menurut keyakinan dan tanpa dorongan dari pihak lain (Ernawati, 2015).

Keputusan dapat diartikan pula sebagai pemilihan diantara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian, yaitu: (1) Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, (2) Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik, (3) Ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini makin mendekati pada tujuan tersebut (Maski, 2010).

Charles Lindblom, 1965 (Ahli Ekonomi dan Matematika) yang menyatakan bahwa pengambilan keputusan itu sebenarnya tidak berhadapan dengan masalah-masalah yang konkrit akan tetapi mereka seringkali mengambil keputusan yang kurang tepat terhadap akar permasalahan (Mulyono, 2009).

Sedangkan menurut Salusu dalam Efendi (2009) pengambilan keputusan ialah proses memilih suatu alternatif cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai situasi. Pengambilan keputusan memerlukan satu seri tindakan, membutuhkan beberapa langkah. Dapat saja langkah-langkah itu terdapat dalam pikiran seseorang yang sekaligus mengajaknya berpikir sistematis.

Dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses memilih yang terbaik dari sekian banyak alternatif dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi seefisien dan seefektif mungkin menurut keyakinan diri sendiri.

2.2.6.4.Unsur-unsur Keputusan

Menurut Maski (2010), agar keputusan yang diambil bisa terarah, maka terdapat unsur-unsur pengambilan keputusan yang harus diperhatikan. Unsur-unsur dari pengambilan keputusan tersebut adalah sebagai berikut: (1) Tujuan dari pengambilan keputusan adalah, mengetahui lebih dahulu apa tujuan dari pengambilan keputusan itu, (2) Identifikasi alternatif-alternatif keputusan untuk memecahkan masalah, adalah mengadakan identifikasi alternatif-alternatif yang akan dipilih untuk mencapai tujuan tersebut, (3) Perhitungan mengenai faktor-faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya atau diluar jangkauan manusia, yaitu suatu keadaan yang dapat dibayangkan sebelumnya, namun manusia tidak sanggup atau tidak berdaya untuk mengatasinya, (4) Sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari suatu pengambilan keputusan, adalah adanya sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari pengambilan keputusan itu.

2.2.6.5.Proses Keputusan Nasabah

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Muchlis (2013) dalam proses keputusan nasabah terdapat tindakan pengambilan keputusan yang terdiri dari tiga tahap, yaitu: (1) Pengenalan kebutuhan, (2) Penelitian sebelum membeli, dan (3) Penilaian berbagai alternatif.

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam perbankan syariah sebelum memutuskan suatu pilihan, nasabah dihadapkan pada suatu tindakan yang mana tindakan tersebut adalah langkah-langkah untuk memilih suatu produk atau

jasa yang dianggap paling menguntungkan. Oleh karena itu informasi yang lengkap serta terpercaya sangat dibutuhkan dalam proses pengambilan keputusan.

2.3. Hipotesis

2.3.1. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Gresik

Nasabah dalam memilih bank syariah sebagai sarana untuk menyimpan dananya pasti berdasarkan keuntungan dan manfaat yang diperoleh. Dalam bank konvensional, nasabah diuntungkan dengan memperoleh bunga, sedangkan dalam bank syariah nasabah diuntungkan bagi hasil atas dana yang telah disimpan. Prosentase bagi hasil tidak ditentukan di awal perjanjian layaknya sistem bunga melainkan ditentukan berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh. Jika usaha merugi, maka kerugian ditanggung kedua belah pihak yaitu *mudharib* dan *shahibul maal*. Begitu juga jika usaha mendapat keuntungan, maka pembagian laba juga berdasarkan jumlah pendapatan yang telah disepakati persentasenya antara kedua belah pihak. Dengan begitu bagi hasil lebih menguntungkan dan lebih adil bagi nasabah untuk memutuskan bank syariah sebagai tempat menabung mereka.

H₁ : Bagi Hasil Berpengaruh Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Gresik

2.3.2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Gresik

Promosi adalah salah satu cara untuk memasarkan suatu produk atau jasa kepada masyarakat luas. Dengan promosi masyarakat akan mendapatkan informasi

tentang produk atau jasa yang dipasarkan. Promosi bisa menggunakan banyak media mulai dari online maupun offline, secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini salah satu perusahaan yang menggunakan promosi untuk memasarkan produknya adalah bank syariah. Dengan promosi, masyarakat akan mengetahui produk apa saja yang ditawarkan oleh bank syariah sehingga masyarakat memutuskan menyimpan dananya di bank syariah dengan segala keunggulannya.

H₂ : Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Gresik

2.3.3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Gresik

Lokasi strategis merupakan hal penting yang selalu diperhatikan oleh setiap perusahaan. Karena lokasi bisa menentukan jalannya suatu usaha. Semakin dekat lokasi dengan pusat kota, semakin banyak pula masyarakat yang mengetahui dan menggunakan produk atau jasa suatu perusahaan. Begitu juga dengan nasabah, jika lokasi bank syariah terletak dengan tempat tinggal nasabah, maka semakin banyak pula nasabah yang mengetahui, memilih dan menggunakan produk atau jasa bank syariah untuk menyimpan dananya.

H₃ : Lokasi Berpengaruh Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Gresik

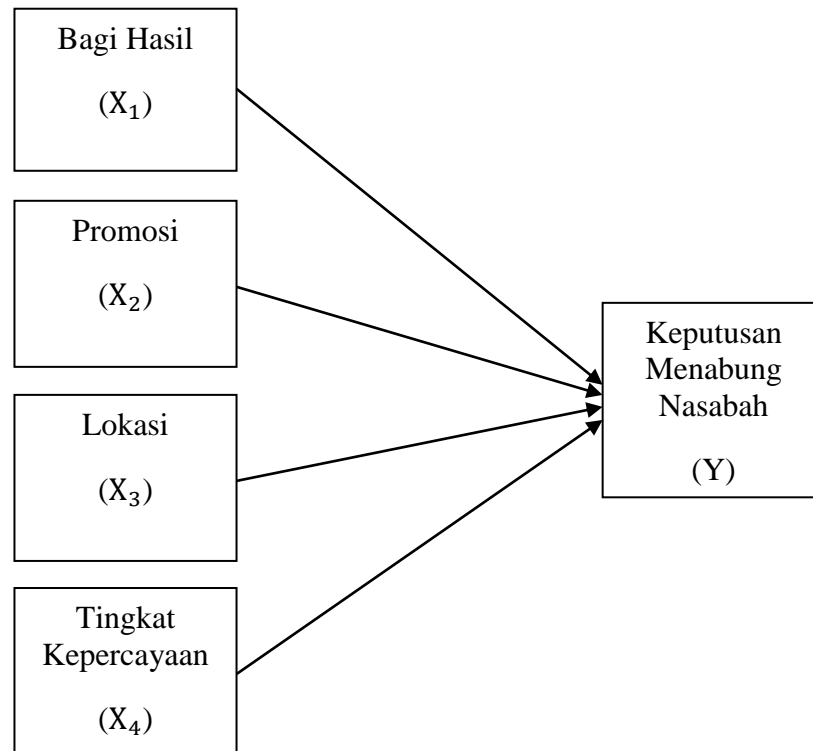
2.3.4. Pengaruh Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Gresik

Keyakinan dan keandalan merupakan bagian dari kepercayaan. Semakin dapat diandalkan suatu bank syariah, maka semakin nasabah akan tetap memilih bank syariah sebagai tempat menyimpan dananya. Setiap nasabah selalu mengharapkan keuntungan dari dananya yang tersimpan dan tidak mau kehilangan akan dananya, maka dari itu bank syariah harus menjaga amanah yang diberikan oleh nasabah agar nasabah merasa aman dalam menyimpan dananya di bank. Selain itu, pelayanan karyawan suatu bank syariah juga akan mempengaruhi kepercayaan nasabah terhadap bank syariah. Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin tumbuh pula kepercayaan nasabah untuk selalu bertransaksi di bank syariah.

H₄ : Tingkat Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Gresik

2.4. Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori, tujuan penelitian, dan hasil penelitian sebelumnya serta permasalahan yang telah dikemukakan, maka sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis dalam penelitian ini, berikut disajikan kerangka pemikiran yang disusun dalam bagan/skema kerangka konseptual pada gambar 2.1 berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran tersebut menunjukkan pengaruh variabel dependen, yaitu keputusan menabung nasabah dan variabel independen yaitu, bagi hasil, promosi, lokasi, dan tingkat kepercayaan.

Indikator bagi hasil bisa berupa nisbah keuntungan yang tidak ditentukan berdasarkan porsi setoran modal melainkan pembagian berdasarkan keuntungan yang didapat, transaksi yang lebih adil dan lebih menguntungkan. Sehingga membuat nasabah untuk memutuskan memilih bank syariah sebagai tempat menabung.

Indikator promosi bisa berupa hadiah yang diberikan bank syariah guna menarik masyarakat untuk bergabung dengan bank syariah. Iklan yang dilakukan

bank syariah melalui banyak media seperti koran, televisi, internet dan lain sebagainya. Dan motivasi yang diberikan sales ataupun orang lain yang sudah menjadi nasabah bank syariah bisa membuat masyarakat untuk memutuskan menabung di bank syariah.

Indikator lokasi bisa berupa lokasi bank yang mudah dijangkau, terletak di daerah yang aman, serta gedung bank yang menarik dan nyaman membuat nasabah memutuskan untuk menabung di bank syariah.

Indikator tingkat kepercayaan bisa berupa rasa aman, kinerja, dan pelayanan. Karena dengan adanya rasa aman maka nasabah akan percaya pada bank syariah dalam menyimpan dan mengolah dananya. Kinerja serta pelayanan juga turut mempengaruhi rasa percaya nasabah terhadap bank syariah dalam memutuskan bank syariah sebagai tempat mereka menabung.