

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perspektif ekonomi, bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Karena itu, peranan perbankan sangat memengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara. Dengan kata lain, kemajuan suatu bank di suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut. Artinya, dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakatnya. Berbeda dengan di negara-negara berkembang, seperti Indonesia pemahaman tentang bank di negeri ini belum utuh. Sebagian masyarakat hanya memahami bank sebatas tempat menyimpan dan meminjam uang belaka. Bahkan terkadang sebagian masyarakat sama sekali belum memahami fungsi bank seutuhnya, sehingga tidak heran apabila pandangan mereka tentang bank sering diartikan secara keliru. Selebihnya banyak masyarakat yang tidak paham sama sekali tentang dunia perbankan. Semua ini tentu dapat dipahami karena pengenalan dunia perbankan secara utuh terhadap masyarakat belumlah optimal terutama melalui ilmu pemasaran bank.

Keberadaan bank (konvensional dan syariah) secara umum memiliki fungsi strategis sebagai lembaga intermediasi dan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, namun karakteristik dari kedua tipe bank (konvensional dan syariah) dapat mempengaruhi perilaku calon nasabah dalam menentukan preferensi mereka terhadap pemilihan antara kedua tipe bank tersebut. Lebih lanjut, perilaku nasabah terhadap produk perbankan (bank konvensional dan bank syariah) dapat dipengaruhi oleh persepsi masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri.

Kehadiran bank Syari'ah dengan filosofi bebas bunga memiliki signifikansi sendiri sebagai upaya dari persepsi masyarakat dalam memilih bank syariah. Hal ini dikuatkan dengan adanya dalil atas pelarangan riba. Diantara ayat-ayat tentang larangan riba, salah satunya terdapat pada surat Al-

Baqarah Ayat 275 yang menjelaskan bahwa seseorang yang memakan riba diancam dengan neraka sebagai hukumannya.

Al-Qur'an telah melarang praktek riba dengan empat tahap. Pertama: harta ribawi tidak akan bertambah disisi Allah swt. Hal ini berdasarkan firman Allah yang tercantum dalam QS. Ar-Rum/30: 39. Kedua: Allah SWT. mengancam kepada mereka yang memakan harta riba Hal ini berdasarkan firman Allah yang tercantum dalam QS. An-Nisa/4: 161. Ketiga: mengharamkan riba karena memberatkan; Hal ini berdasarkan firman Allah yang tercantum dalam QS. Al-Imran/3: 130. Keempat: Allah dengan jelas dan tegas mengharamkan riba dalam jenis apa pun: Hal ini berdasarkan firman Allah yang tercantum dalam QS. Al-Baqarah/2: 278.

Selain itu diatur dalam Fatwa MUI tentang haramnya bunga bank merupakan faktor yang menyebabkan bank Syari'ah memperoleh apresiasi positif dari masyarakat luas. Fatwa tersebut menyebabkan melonjaknya dana pihak ketiga (DPK) lebih cepat dari pada pembiayaan. Di samping itu, karena keunikan yang dimiliki bank Syari'ah yaitu *profit and loss sharing system* yang diterapkan menjanjikan profit yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan sistem bunga dalam bank konvensional. Selisihnya sebagaimana diungkapkan Adi Warman Karim bisa mencapai 2-3 persen. Sementara bunga bank yang berlaku saat sekarang mencapai 6-7 persen. Sedangkan dalam sistem bagi hasil mencapai 8 sampai 9 persen.¹

Faktor-faktor yang menjadi daya pikat masyarakat dalam memilih perbankan bisa juga karena keamanan dan kenyamanan nasabah, mudah diakses, luasnya jaringan dan sebagainya. Bagaimanapun selera konsumen mesti menjadi pertimbangan utama. Pemuasan konsumen harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan dan keinginan mereka. Selain itu untuk mengantisipasi problem yang terkait dengan jaringan yang masih belum seluas bank konvensional, bank Syari'ah meramu produk-produknya secara moderen dengan memanfaatkan teknologi tinggi sehingga nasabah dapat melakukan transaksi dengan mudah.

¹Muhamad, *Bank Syariah Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 83.

Penelitian ini menempatkan mahasiswa sebagai sasaran dan obyek penelitian. Hal ini didukung secara konseptual bahwa mahasiswa merupakan anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran pada jalur pendidikan. Dari teori Essael dikatakan faktor individual konsumen yang didalamnya adalah pendidikan sangat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen yang berpendidikan tinggi mempunyai pandangan yang berbeda terhadap alternatif produk, informasi produk, dan penilaian terhadap sebuah produk dibandingkan dengan konsumen yang berpendidikan lebih rendah.² Meskipun belum banyak mahasiswa yang menjadi nasabah bank syariah.

Selain itu Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon adalah mayoritas yang beragama Islam yang memegang teguh ajaran Islam dalam setiap aktivitasnya. Mereka mengetahui bahwa riba diharamkan dalam Islam, namun pada realita dilapangan sebagian masih menjadi nasabah bank konvensional yang jelas menggunakan sistem riba dalam mencari keuntungan. Kejelasan aturan-aturan dalam Syariah Islam antara yang haq dan yang bathil, antara yang halal dan yang haram tidak sepenuhnya diikuti oleh efek positif di kalangan masyarakat muslim itu sendiri karena, ternyata masih banyak opini yang berkembang di kalangan masyarakat khususnya di kalangan Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon terdapat berbagai pendapat yang berbeda dalam memilih bank syariah atau konvensional yang didominasi sistem bunga karena bagi sebagian besar masyarakat kelas menengah kebawah merupakan permasalahan yang krusial, karena dibebani oleh pikiran bukan saja pada pengembalian modal pinjaman pokok, tetapi juga pada pengembalian bunga.

Faktor-faktor yang menjadi daya pikat masyarakat dalam keputusan memilih lembaga keuangan syariah diantaranya dapat terwakili dengan pandangan atau pemikiran masyarakat terhadap perbankan syariah meliputi persepsi kognitif, persepsi afektif dan persepsi konatif. Struktur pemahaman dan persepsi mahasiswa yang sudah terbangun sekian lama terhadap bank

² Luthfi Effendi, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat Malang", *Skripsi* (Malang: Fakultas Ekonomi UIN Malang, 2009), 20.

konvensional tentu saja tidak mudah untuk diarahkan kepada perbankan yang berasaskan syariah Islam. Perbedaan persepsi atas pemahaman perbankan yang belum optimal, selain itu kecenderungan emosional suka atau tidak suka, ataupun persepsi atas kecenderungan terhadap keyakinan agama terhadap bagi hasil, bunga dan produk sangat berpotensi mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah dengan adanya perbedaan pandangan tersebut peneliti merasa perlu mengkaji lebih dalam terkait “Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Prespektif Hukum Islam (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon).”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah penelitian dapat dijelaskan pada tiga hal berikut:

1. Identifikasi Masalah

a. Wilayah Kajian

Penelitian ini mengkaji tentang persepsi mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah prespektif hukum Islam (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon). Penelitian ini tergolong dalam wilayah kajian lembaga keuangan bank dan non bank dengan topik kajian persepsi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah.

b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian yang menggunakan angka dalam penyajian data dan analisis yang menggunakan uji statistik. Dalam penelitian ini penulis akan mengolah data atas “Pengaruh Persepsi Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Prespektif Hukum Islam (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)” langsung kepada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon dengan cara membuat dan menyebarkan daftar

pertanyaan kepada responden dengan penetapan skor nilai-nilai pada tiap-tiap pertanyaan.

c. Jenis Masalah

Jenis masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai Pengaruh Persepsi Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Prespektif Hukum Islam (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonsoms Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon). Apakah presepsi mahasiswa terhadap bank syariah memiliki pengaruh yang signifikan dalam keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah ataukah presepsi mahasiswa terhadap bank syariah tidak memiliki pengaruh sama sekali. Apakah persepsi yang dibentuk atas dasar pengetahuan dan keyakinan berpengaruh secara positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah ataukah tidak berpengaruh sama sekali. Apakah persepsi yang dibentuk factor emosional seperti suka atau tidak suka berpengaruh secara positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah ataukah tidak berpengaruh sama sekali. Apakah factor persepsi keyakinan keagamaan terhadap objek persepsi berpengaruh secara positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.

d. Pembatasan Masalah

Penulis membatasi masalah yang diteliti agar tidak terjadi perluasan masalah yang dibahas dan memberikan kemudahan dalam proses penelitian. Oleh karena itu, pembatasan masalah pada penelitian ini hanya pada presepsi Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Prespektif Hukum Islam (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon).

e. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

- a. Apakah ada pengaruh persepsi kognitif Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah?

- b. Apakah ada pengaruh persepsi afektif Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah?
- c. Apakah ada pengaruh persepsi konatif Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah?
- d. Bagaimana pandangan mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon terhadap Bank Syariah Prespektif Hukum Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kognitif Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah
- b. Untuk mengetahui pengaruh persepsi afektif Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah
- c. Untuk mengetahui pengaruh persepsi konatif Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah
- d. Untuk mengetahui pandangan mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon terhadap Bank Syariah Prespektif Hukum Islam

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan (Bank Syariah)

Penelitian ini diharapkan kepada pengambil kebijakan terutama pada bank syariah untuk membuat keputusan atau inovasi produk dan promosi terhadap perkembangan perbankan syariah supaya diminati oleh masyarakat.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat memberikan masukan agar dapat menganalisis keputusan masyarakat yang belum menggunakan jasa perbankan syariah dan memberikan wawasan akademisi untuk semakin meningkatkan peranan perbankan syariah dalam meningkatkan ekonomi nasional. Sehingga diharapkan penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagi Penulis

Penulis mendapatkan pengetahuan tentang persepsi masyarakat terhadap keputusan memilih menjadi nasabah bank syariah dan pengetahuan tentang permasalahan yang selama ini terjadi dikalangan masyarakat tentang perbankan syariah.

4. Bagi Masyarakat/pembaca

Sebagai sumbangan pemikiran bagi khalayak umum dalam menambah wawasan dan dapat dijadikan sebagai acuan penelitian di masa yang akan datang mengenai masalah yang sama dengan penambahan variabel.



E. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No .	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Abimantra, A.,Maulina a. A. R., dan Agustianingsih.E., (2013). ³	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah.	Penelitian ini menemukan bahwa Pengetahuan, Religiusitas, Produk, Reputasi dan Pelayanan di Bank Syariah memiliki Pengaruh Positif terhadap Keputusan memilih Bank Syariah.	Menitikberatkan pada bagaimana pengetahuan, religious, produk, reputasi dan pelayanan mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah sedangkan pada penelitian ini focus yang dikaji lebih luas yakni meliputi persepsi kognitif, afektif dan konatif masyarakat terhadap keputusan menjadi nasabah bank syaria	Meneliti pengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah
2.	Gaffar (2014). ⁴	Pengaruh Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan	Pengetahuan Konsumen yang terdiri dari Pengetahuan Produk (X1), Pengetahuan	Menitikberatkan pada bagaimana pengetahuan dan pembelian	Meneliti pengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah

³ Abimantra, Maulina dan Agustianingsih, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam memilih Menabung pada Bank Syariah”, *Jurnal Proceeding Pesat (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil*, Vol. 2, No. 5, (Maret, 2013): 170-177.

⁴ Gaffar, “Pengaruh Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah”, *Skripsi* (Makasar: Universitas Hasanudin Makasar, 2014), 95.

		Nasabah dalam memilih Bank Syariah.	Pembelian (X2), Pengetahuan Pemakaian (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Makasar.	dam pemakaian mahasiswa mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah sedangkan pada penelitian ini focus yang dikaji lebih luas yakni meliputi persepsi kognitif, afektif dan konatif masyarakat terhadap keputusan menjadi nasabah bank syaria	
3.	Vony Octaviany Silviyanti (2020). ⁵	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Komparatif Mahasiswa Perguruan Tinggi Keagamaan dan	Reputasi, tingkat pendidikan, dan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan menjadi Nasabah Perbankan Syariah	Menitikberatkan pada bagaimana tingkat pendidikan, dan pengetahuan mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah sedangkan pada penelitian ini focus yang dikaji lebih luas yakni meliputi	Meneliti pengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah

⁵ Vony Octaviany Silviyanti, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Komparatif Mahasiswa Perguruan Tinggi Keagamaan dan Mahasiswa Perguruan Tinggi Non Keagamaan di Cirebon)", *Skripsi* (Cirebon: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati, 2020), 34-39.

		Mahasiswa Perguruan Tinggi Non Keagamaan di Cirebon)		persepsi kognitif, afektif dan konatif masyarakat terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah	
4.	Erma Ardhiyanti (2016). ⁶	Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga pada Bank Syariah.	Variabel Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI IAIN Salatiga pada Bank Syariah.	Menitikberatkan pada bagaimana pengetahuan dan kualitas pelayanan dan promosi mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah sedangkan pada penelitian ini focus yang dikaji lebih luas yakni meliputi persepsi kognitif, afektif dan konatif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah	Meneliti pengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah
5.	Nurngaeni (2018) ⁷	.Pengaruh Pengeahuan Dan	Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t) menunjukan	Menitikberatkan pada bagaimana	Meneliti pengaruh terhadap

⁶ Erma Ardhiyanti, "Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga pada Bank Syariah", *Skripsi* (Salatiga: IAIN Salatiga, 2016), 112.

⁷ Nurngaeni, "Pengaruh Pengeahuan Dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)", *Skripsi* (Purwokerto: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2018), 97.

		Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)	variabel pengetahuan persepsi mahasiswa berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah	pengetahuan mahasiswa mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah sedangkan pada penelitian ini focus yang dikaji lebih luas yakni meliputi persepsi kognitif, afektif dan konatif masyarakat terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah	keputusan memilih bank syariah
6.	Nina Ismayanti Eva (2019). ⁸	Persepsi Dan Minat Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Palangkaraya	pertama, persepsi masyarakat pada bank syariah tinggi. karena masih minimnya pemahaman, pengetahuan masyarakat tentang produk yang ditawarkan oleh bank syariah Kedua, tingkat pemahaman masyarakat pada perbankan syariah di Kota Palangka Raya sedang, karena masih kurangnya promosi dan pemahaman	pembahasan yang dikaji lebih luas meliputi tingkat persepsi, tingkat pemahaman dan minat masyarakat terhadap perbankan syariah, strategi serta faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan minat masyarakat	Meneliti pengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah

⁸ Nina Ismayanti Eva, "Persepsi dan Minat Masyarakat terhadap Perbankan Syariah di Kota Palangkaraya", *Tesis* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019), 65.

			yang diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat. Ketiga, Faktor yang berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap persepsi dan minat masyarakat pada bank syariah di Kota Palangka Raya secara berurutan adalah variabel produk terhadap persepsi memiliki pengaruh.	sedangkan, pada penelitian ini hanya memfokuskan terhadap persepsi yang meliputi persepsi kognitif, afektif dan konatif masyarakat terhadap bank syariah saja.	
7.	Eva Yasika Wijayati (2019). ⁹	Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponogoro	secara simultan atau bersama-sama variabel persepsi (X1) dan pengetahuan (X2) masyarakat tentang perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah (Y). Hal tersebut dapat diketahui dengan melihat nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H0 ditolak dan H3 diterima. Sedangkan persentase pengaruh persepsi masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah sebesar	Pada penelitian terdahulu menitikberatkan hanya pada bagaimana pengetahuan mempengaruhi minat menabung di bank syariah sedangkan pada penelitian ini memfokuskan terhadap pengaruh persepsi kognitif, persepsi afektif, persepsi konatif terhadap keputusan menjadi	Meneliti pengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah

⁹ Eva Yasika Wijayati, "Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponogoro", *Skripsi* (Ponoro: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponogoro, 2019), 13.

			79,8% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.	nasabah bank syariah.	
8.	Ayun dan Indah (2018). ¹⁰	Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah.	Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung Nasabah dengan memberikan kontribusi 49,6 % dan sisanya 50,4 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.	Kajian yang diteliti pada penelitian terdahulu lebih luas yakni bagaimana pengetahuan, produk reputasi, dan persepsi mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah sedangkan pada penelitian ini fokus yang dikaji lebih luas yakni meliputi persepsi kognitif, afektif dan konatif masyarakat terhadap keputusan menjadi nasabah bank syaria	Meneliti pengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah

¹⁰ Ayun dan Indah, "Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah", *Jurnal Penelitian* Vol. 7, No. 2, (Maret, 2018): 56.

9.	Fitria Sapta Riani (2019) ¹¹	Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung)	Berdasarkan hasil penelitian mengatakan bahwa persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk Bank Syariah	Meninjau segala segi faktor faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat Kecamatan Kemiling terhadap minat memilih produk Bank Syariah sedangkan pada penelitian ini hanya memfokuskan terhadap persepsi afektif, konatif, dan kognitif saja.	Meneliti pengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah
10	Indra Siswanti (2015) ¹²	Pengaruh Pengetahuan, Agama, Iklan/Informasi, dan Pengalaman Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN).	Pengetahuan, Agama, Iklan/Informasi, dan Pengalaman Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Salatiga tentang Sistem Perbankan Syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.	Pada penelitian ini meneliti Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Mahasiswa menjadi Nasabah di Perbankan Syariah sedangkan pada	Meneliti pengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah

¹¹ Fitria Sapta Riani, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung)", *Skripsi* (Lampung: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019), 39.

¹² Indra Siswanti, "Pengaruh Pengetahuan, Agama, Iklan/Informasi, dan Pengalaman Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Slatiga tentang Sistem Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah", *Skripsi* (Salatiga: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Salatiga, 2015), 41.

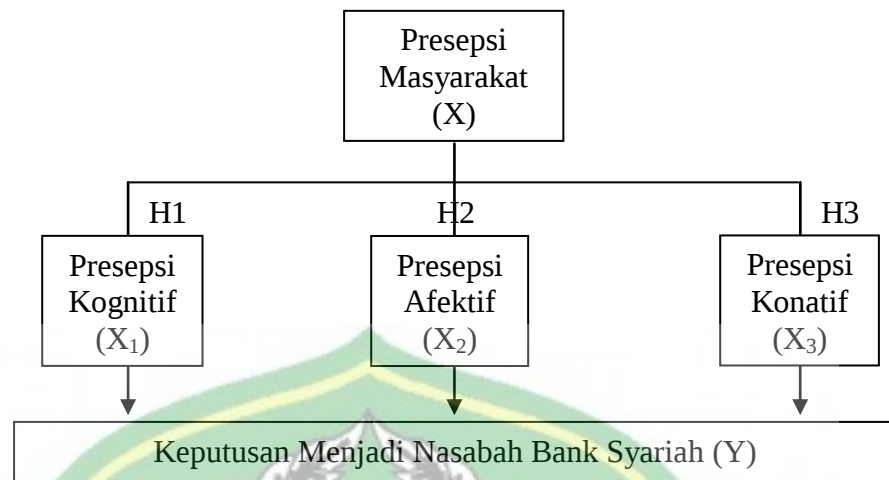
				penelitian ini hanya memfokuskan terhadap persepsi afektif, konatif, dan kognitif saja.	
--	--	--	--	---	--

F. Kerangka Berfikir

Dalam proses pembelian atau pemilihan produk, seorang konsumen akan dipengaruhi oleh beberapa faktor eksternal untuk mengambil keputusannya menggunakan suatu produk atau jasa. Persepsi dalam arti sempit ialah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Bahwasanya proses pengambilan keputusan seseorang sangat erat kaitannya dengan persepsi yang dibangun yang dipengaruhi dan terbentuk berdasarkan oleh: pertama, factor kognitif yakni atas dasar dari pengetahuannya, Menurut Drever yang dikutip oleh Yuliana Nurani dan Sujiono disebutkan bahwa kognitif adalah istilah umum yang mencakup segenap model pemahaman, yakni persepsi, imajinasi, penangkapan makna, penilaian, dan penalaran.¹³ Kedua, factor ranah afektif yang berkaitan dengan cara seseorang untuk bertindak, berperilaku, atau merespon stimulus dengan pertimbangan wilayah perasaan, hati nurani, dan kesucian ajaran agama yang diyakininya. Dan ketiga, setelah konsumen yang telah memiliki persepsi dari ranah kognitif dan afektif diwujudkan dalam bentuk ranah konatif (ranah psikomotor) yang berhubungan dengan pengkoordinasian tindakan hasil pengolahan ranah kognitif dan afektif yang sudah dalam proporsi yang seimbang. Maka dalam hal ini keterkaitan antara persepsi kognitif yang dibentuk dari pengetahuan, persepsi afektif yang terbentuk atas rasa suka terhadap suatu objek dan persepsi konatif yakni perwujudan atas hasil dari kedua sangat berhubungan erat dalam proses pengambilan keputusan untuk

¹³ Yuliani Nurani dan Sujiono, *Metode Pengembangan Kognitif* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2004), 23.

menjadi nasabah bank syariah. Untuk memperjelas pernyataan tersebut dapat dilihat pada kerangka berfikir sebagai berikut:



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

Keterangan:

a. Variabel bebas (X) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

X_1 = Persepsi kognitif

X_2 = Tingkat afektif

X_3 = persepsi konatif

b. Variabel terikat (Y) yaitu variabel yang besar kecilnya ditentukan oleh variabel bebas. Variabel terikat penelitian ini adalah sebagai berikut:

Y = Keputusan menjadi Nasabah

G. Hipotesis

Hipotesis 1: pengaruh persepsi kognitif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah

- H1 : Persepsi Kognitif (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah (Y)
- Ho : Persepsi Kognitif (X_1) Tidak berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah (Y)

Hipotesis 2: pengaruh persepsi afektif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah

- H2 : Persepsi Afektif (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah (Y)
- Ho : Persepsi Afektif (X_2) Tidak berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah (Y)

Hipotesis 3: pengaruh persepsi konatif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah

- H3 : Persepsi Konatif (X_3) berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah (Y)
- Ho : Persepsi Konatif (X_3) Tidak berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah (Y)

H. Sitematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan kemudahan dan memberikan gambaran umum kepada pembaca tentang penelitian yang telah diuraikan oleh penelitian, adapun sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan secara garis besar yang berkaitan dengan permasalahan penelitian meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah (wilayah kajian, pendekatan penelitian, jenis masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian), penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis, sistematika penulisan.

2. BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menguraikan berbagai teori atau studi kepustakaan yang meliputi teori dan gambaran umum persepsi mahasiswa, factor-faktor yang mempengaruhi keputusan, nasabah, bank syariah, prespektif hukum Islam.

3. BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan mengenai objek penelitian, tempat dan waktu peneleitian, penentuan populasi dan sampel, populasi dan sampel,

definisi operasional variable, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, uji instrument, model penelitian yang mencakup metode dan pendekatan penelitian, teknik analisis data, uji hipotesis.

4. BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan mengenai sejarah tentang objek penelitian, gambaran umum penelitian, dan hasil dari analisis yang telah dilakukan dan kemudian akan dipaparkan secara sistematis.

5. BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini adalah bagian terakhir dalam penelitian ini, terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah uraian jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah yang telah dianalisis pada bab sebelumnya, sedangkan saran berisi mengenai rekomendasi dan peneliti tentang masalah yang diteliti berdasarkan kesimpulan yang diperoleh.

