

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Syariah merupakan sebuah lembaga keuangan yang melakukan kegiatan atau aktivitas perbankan berlandaskan berbagai prinsipnya syariah meliputi larangannya terhadap *riba* (bunga), *maisir* (spekulasi), *gharar* (ketidakpastian), haram (yang dilarang dalam agama Islam), dan *zalim* (kezaliman). Adapun di Indonesia, sejarahnya bank syariah dimulai dengan berdirinya Bank Muamalat pada tahun 1992.¹ Pada tahun 1992 hingga 1999, Bank Muamalat Indonesia menjadi bank syariah pertama di Indonesia. Meskipun mengalami perkembangan yang lambat pada periode tersebut, saat krisis moneter melanda Indonesia antara tahun 1997 hingga 1998, Bank Muamalat Indonesia dianggap relatif tidak terlalu terkena dampak krisis oleh para bankir.²

Bank syariah berbeda dalam sistem operasionalnya dibandingkan dengan bank konvensional. Salah satu perbedaan utama adalah bahwa bank syariah tidak memberlakukan bunga dalam layanannya kepada nasabah. Dalam sistem operasionalnya, pembayaran dan penerimaan bunga dianggap sebagai praktik yang diharamkan. Bank syariah menghindari penggunaan sistem bunga, termasuk bunga yang diperoleh dari peminjam dan bunga yang diberikan kepada pemilik dana yang menyetor uang ke bank syariah. Bank syariah

¹ Muhammad Iqbal Fasa dkk, *Eksistensi Bisnis Islam Di Era Revolusi Industri 4.0*, (Bandung: Widina Bhkati Persada, 2020), 135

² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2017), 24

memiliki dua fungsi utama, yaitu mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pemilik dana, serta menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan melalui mekanisme jual beli atau kerjasama usaha.³

Salah satu lembaga keuangan syariah yang mengadopsi sistem sebagaimana yang telah dijelaskan di atas adalah Bank Muamalat. Bank Muamalat juga melakukan pengumpulan dana dari para nasabah dalam bentuk simpanan dan investasi dari pihak pemilik dana.

Ketika Bank Muamalat Indonesia didirikan, perhatian terhadap bank syariah di Indonesia masih kuranglah optimal dalam industri perbankan nasional. Jadi pada awalnya, dasar hukum operasionalnya di bank syariah hanya mencakup kategori "bank dengan sistem bagi hasil" tanpa memberikan rincian yang jelas mengenai dasar hukum Syariah dan berbagai jenis usaha yang diperbolehkan atau diizinkan saja. Hal ini terlihat dalam UU No. 7 Tahun 1992, di mana pembahasan mengenai perbankan dengan sistem bagi hasil hanya disinggung secara singkat dan dianggap sebagai bagian yang kurang diperhatikan.⁴

Tulungagung merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang mayoritas penduduknya beragama muslim. Tercatat terdapat 98,37% penduduknya beragama islam. Hal ini yang menyebabkan terdapatnya Bank Syariah berada di Tulungagung.

³ Ismail, *Perbankan Syariah*, 25

⁴ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2015), 26

Tabel 1.1
Data Perbandingan Produk Tabungan Bank Syariah Di Tulungagung
Tahun 2022

Bank Muamalat	Setor Awal	Saldo Minimal	Bank BSI	Setor Awal	Saldo Minimal
Tabungan Muamalat Dollar	100 USD/SGD	50 USD/SGD	Tabungan Easy Wadi'ah	Rp 100.000	Rp. 50.000
Tabungan Ku	Rp.20.000	Rp.20.000	Tabungan Easy Mudharabah	Rp 100.000	Rp. 50.000
Tabungan Muamalat Prima IB	Rp. 100.000	Rp.50.000	Tabungan Ku	Rp.20.000	Rp. 50.000
Tabungan Haji Arafah	Tidak ada	Rp. 25.000.000	Tabungan Pensiun	Rp.50.000	Rp. 50.000
Tabungan Haji Arafah Plus	Rp.50.000	Rp.50.000	Tabungan Maburr	Rp 100.000	Rp. 25.100.000
Tabungan Muamalat Umroh	Rp.50.000	Rp.50.000	BSI Giro	Rp 500.000	Rp. 500.000
Tabungan IB Muamalat Rencana	Rp 100.000	Rp. 100.000	-	-	-
Tabungan Muamalat Wisata	Rp.25.000	Rp.25.000	-	-	-

Sumber: Hasil Observasi dari Bank Muamalat Tulungagung & Bank BSI Tulungagung

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa di Tulungagung terdapat dua Bank Syariah, yaitu Bank Muamalat dan Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank Muamalat menawarkan delapan jenis tabungan yang beragam, termasuk Tabungan Muamalat Dollar, Tabungan Ku, Tabungan Muamalat Prima IB, Tabungan Haji Arafah, Tabungan Haji Arafah Plus, Tabungan Muamalat Umroh, Tabungan IB Muamalat Rencana, dan Tabungan Muamalat Wisata. Sementara itu, Bank BSI memiliki enam produk tabungan, seperti Tabungan Easy Wadi'ah, Tabungan Easy Mudharabah, Tabungan Ku, Tabungan Pensiun, Tabungan Maburr, dan BSI Giro.

Berdasarkan perbandingan data tersebut, Bank Muamalat memiliki keunggulan dalam hal jumlah produk tabungan yang disediakan kepada para nasabah, dan juga Bank Muamalat mempunyai keunggulan dalam hal memberikan pelayanan berupa setor awal dan saldo minimal yang rata-rata lebih murah dibandingkan Bank BSI. Keunggulan ini dapat dijadikan keputusannya para nasabah Menabung di Bank Muamalat Tulungagung. Lalu semakin bertambahnya nasabah menggunakan tabungan dapat menjadi penopang menarik nasabah menggunakan fasilitas dan berbagai produk lainnya. sumber dana yang diperoleh untuk menunjang operasional bank serta memperoleh keuntungan yaitu dengan produk tabungan.

Perilaku konsumen adalah tindakan konkret yang dapat diamati secara langsung oleh seseorang. Konsumen sendiri merujuk kepada individu yang terlibat dalam proses pembelian atau penggunaan produk.⁵ Memahami perilaku konsumen bukanlah tugas yang mudah, karena seringkali mereka tidak konsisten dalam menyatakan keinginan dan kebutuhan mereka. Meskipun ada saat-saat di mana mereka dengan jujur mengungkapkan motivasi mereka, namun seringkali tindakan mereka tidak sesuai dengan perkataan mereka. Mungkin karena kurangnya pemahaman mendalam terhadap motivasi mereka sendiri, konsumen cenderung mengubah pikiran mereka dalam waktu singkat sebelum mengambil keputusan pembelian.

Inilah sebabnya mengapa para pemasar perlu bisa untuk selalu memfokuskan berbagai bentuk upayanya mereka untuk bisa memahami

⁵ Nora Anisa, Hengki Tamando Sihontang, *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*, (Delisendang: IOCS Publisher, 2023), 1

keinginannya, persepsinya, preferensinya, dan perilakunya para konsumen selama proses berbelanja. Adapun menurut teori yang dikemukakan oleh Kotler, berbagai faktor-faktor yang berperan dalam memengaruhi perilaku konsumen mencakup aspek budayanya, sosialnya, pribadinya, dan psikologisnya.⁶

Perilakunya para konsumen juga tidak lepas dari pengaruhnya kepercayaan dan Persepsi. Kepercayaan pada pemasaran dapat diartikan sebagai keyakinan konsumen bahwa produk tertentu akan memberikan manfaat yang diinginkan lebih baik daripada produk pesaing yang tersedia di pasar. Melalui penggunaan produk yang dipilih tersebut konsumen yakin bahwa ia dapat mengandalkan produk tersebut dalam memberikan manfaat serta solusi yang diharapkan.⁷

Persepsi yakni prosesnya seseorang guna melakukan pemilihan, pengelolaan, serta penginterpretasian stimulus yang diperoleh menjadi makna dan gambaran yang dimiliki. Ini juga dapat diartikan sebagai gambaran yang seseorang memiliki tentang lingkungan sekitarnya.⁸ Persepsi yaitu respons atau penerimaan langsung terhadap sebuah hal ataupun proses di mana seseorang memperoleh pengetahuan melalui indera. Menurut Kotler dan Keller, persepsi bukan hanyalah memiliki ketergantungan pada rangsangannya fisik, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan dan kondisi individu. Persepsi dianggap lebih penting daripada realitas dalam konteks pemasaran, dikarenakan persepsi bisa memberikan pengaruh pada perilakunya konsumen.

⁶ Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2011), 78

⁷ Rifyal Dahlawy dkk, *Brand, Islamic Branding, & Re Branding*, (Depok: Grafindo, 2020), 72

⁸ Anisadan Sihontang, *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*, 14

Selain itu, orang dapat memiliki persepsi yang berbeda terhadap objek yang sama.⁹

Tabel 1.2
Jumlah Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung 2020-2022

TAHUN	JENIS	JUMLAH NASABAH	TOTAL
2022	Tabungan	496	527
	Deposito	26	
	Giro	5	
2021	Tabungan	271	294
	Deposito	23	
	Giro	0	
2020	Tabungan	492	498
	Deposito	4	
	Giro	2	
JUMLAH KESELURUHAN			1.319

Sumber: Data PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pembantu Tulungagung

Dari tabel di atas menunjukkan jika perkembangannya tingkat tabungan mulai dari tahun 2020 sampai 2022 telah mengalami peningkatan. Dapat dilihat dari perkembangan yang terjadi antara jumlah nasabah yang meningkat pada setiap tahunnya. Meningkatnya nasabah yang menggunakan produk tabungan dapat menunjukkan bahwa adanya kepercayaan dan persepsi nasabah untuk menggunakan produk tersebut.

Peneliti memiliki minat untuk bisa lebih dalam guna mengeksplorasi Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung dalam sebuah penelitian, mengacu pada teori Kotler yang menyebutkan jika perilaku pembeliannya konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor-faktor tertentu. Faktor pertama adalah kebudayaan, yang mencakup budaya, subkultur, dan kelas sosialnya.

⁹ Kotler Philip, Keller, Kevin L, *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, (Jakarta: Erlangga, 2013), 45

Faktor kedua ialah faktor sosialnya, termasuk keluarganya, statusnya, dan kelompok referensinya. Faktor ketiga adalah faktor pribadinya, seperti usianya, tahap daur hidupnya, pekerjaannya, ekonominya, kepribadiannya, gaya hidupnya, dan konsep dirinya. Terakhir, faktor psikologisnya juga turut memengaruhi perilaku konsumen, melibatkan persepsi, motivasi, kepercayaan, pembelajaran, dan sikap¹⁰

Tabel 1.3
Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menabung di Bank Muamalat
Cabang Pembantu Tulungagung

Faktor	Jumlah Nasabah
Kebudayaan	-
Keluarga	3
Usia	-
Gaya Hidup	1
Persepsi	13
Pekerjaan	-
Kepercayaan	19
Motivasi	4
Jumlah	40

Sumber: Hasil observasi yang diolah peneliti

Berdasarkan dari hasil observasi, faktor yang paling banyak menjadi alasan nasabah untuk menabung di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung yang pertama adalah Kepercayaan sebanyak 19 nasabah dan yang kedua adalah persepsi yaitu sebanyak 13 nasabah.

Untuk mempengaruhi nasabah menabung di Bank Muamalat salah satunya adanya faktor kepercayaan. Faktor-faktor yang membentuk kepercayaan seorang nasabah yaitu dengan adanya tiga hal: kemampuan, kebaikan hati, dan integritas. Semakin tingginya derajat kepercayaannya nasabahnya maka akan

¹⁰ Kotler dan Philip, *Manajemen Pemasaran 1*, (Jakarta: Indeks, 2013), 203-219

semakin tinggi pula tingkat kepuasannya nasabah. Dengan hanya percaya wajib ada saat menempatkan penggunaan jasa dan saat nasabah kirimkan berbagai informasi keuangannya dan data pribadinya yang lain dalam bertransaksi keuangannya.¹¹

Tabel 1.4
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Nasabah

Faktor	Penjelasan
Kemampuan (<i>Ability</i>)	<p>a. Pada Bank ini mampu menyediakan berbagai produk tabungan seperti tabungannya haji arafah, tabungan muamalat prima IB, tabungan IB muamalat rencana, tabungan muamalat dollar, tabungan ku, tabungan haji arafah plus, tabungan muamalat umroh, tabungan muamalat wisata.</p> <p>b. Pada bank bank ini mempunyai delapan karyawan yaitu Sub Branch Manager, Sub Branch Operasional Supervisor, RM, CS, Teller, Office Boy, Security, Driver yang mampu melayani nasabah dengan baik.</p> <p>c. Pada bank ini mempunyai keamanan internal yaitu berupa brankas untuk menyimpan uang, perhiasan, dan aset-aset penting lainnya milik bank maupun nasabah. sedangkan keamanan secara eksternal terdapat <i>security</i> untuk mengamankan adanya tindakan kriminal.</p>
Kebaikan Hati	Pada bank ini memiliki sebuah produk tabungan dengan persyaratan yang mudah, seperti tarif pada setor awal tabungan itu sebesar Rp 20.000, saldo minimumnya Rp 20.000, minimal setor berikutnya Rp 10.000, biaya administrasi gratis. Hal ini sangat meringankan bagi para nasabah.
Integritas	Pada bank ini mampu melayani nasabah dengan ramah, melakukan pelayanan sesuai nomor antrian, melayani nasabah sesuai dengan kebutuhannya, melayani dengan cepat sehingga nasabah tidak merasa jenuh ketika melakukan transaksi.

Sumber: Hasil Observasi dan Olah Data

Dan juga salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menabung yaitu adanya faktor persepsi. Berbagai faktor yang memiliki

¹¹ Benhart Nainggolan dan Eka Mayastika, *Kepercayaan Nasabah PT Asuransi Allianz Life Indonesia Berbasis Kepuasan Nasabah*, (Padang: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), 7-8

pengaruh pada persepsi yaitu ditetapkan oleh:¹²Kebutuhan dan keinginan, Pengalaman masa lalu, Pengalaman dari teman, dan Komunikasi melalui iklan atau pemasaran.

Tabel 1.5
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Nasabah

Faktor	Penjelasan
Kebutuhan dan Keinginan	Kebutuhan dan keinginan nasabah untuk menabung di bank ini yaitu adanya produk tabungan yang memadai bagi nasabah, seperti tabungan muamalat dollar sebagai kebutuhan transaksi dalam denominasi valuta asing, tabunganku sebagai tabungan yang bebas biaya layanan bulanan, tabungan haji dan umroh sebagai solusi dan memfasilitasi nasabah untuk menunaikan ibadah haji atau umroh, tabungan IB rencana sebagai pencapaian tujuan atau rencana tertentu nasabah yang dilengkapi dengan benefit asuransi jiwa.
Pengalaman Masa Lalu	Pengalaman yang di rasakan dan diterima oleh nasabah sebelum menggunakan produk tabungan pada Bank Muamalat yaitu menggunakan tabungan dengan sistem bunga yang memungkinkan adanya unsur riba.
Pengalaman Dari Teman-Teman	<ol style="list-style-type: none"> a. Pengalaman Yang didapatkan nasabah dari kerabat atau temannya yaitu: b. Pada Bank Muamalat terdapat fasilitas yang memadai seperti tabungan e banking, mesin ATM, Mobile Banking yang dapat memudahkan untuk bertransaksi nasabah. c. ank Muamalat tidak memungut biaya yang banyak dan tidak adanya sebuah unsur riba, karena bank Muamalat ini menggunakan sistem bagi hasil tanpa bunga.
Komunikasi Melalui Iklan dan Pemasaran	Bank ini menggunakan pemasaran periklanan, media sosial, brosur, website, koran, dan melakukan seminar atau penyuluhan kepada masyarakat. Hal ini dijadikan alat komunikasi secara langsung maupun tidak langsung.

Sumber: Hasil Observasi dan Olah Data

Berdasarkan penjelasan dan hasil observasi yang sudah dipaparkan oleh peneliti di atas, peneliti tertarik untuk melaksanakan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Terhadap Keputusan**

¹² Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), 50

Nasabah Menabung Di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalahnya penelitian ini yakni:

1. Bagaimana kepercayaan nasabah menabung di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung?
2. Bagaimana persepsi nasabah menabung di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung?
3. Bagaimana keputusan menabung nasabah di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung?
4. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menabung nasabah di Bank Muamalat Tulungagung?
5. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap keputusan menabung nasabah di Bank Muamalat Tulungagung?
6. Bagaimana pengaruh kepercayaan dan persepsi terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui kepercayaan nasabah menabung di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung.
2. Untuk mengetahui persepsi nasabah menabung di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung.

3. Untuk mengetahui keputusan menabung nasabah di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung.
5. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung.
6. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama dari kepercayaan dan persepsi terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Hasilnya penelitian ini bisa digunakan sebagai sumber pengetahuan yang mendalam tentang pengaruhnya kepercayaan dan persepsi terhadap keputusannya nasabah dalam menabung di suatu bank. Penelitian ini juga bisa menjadi referensi berbagai penelitian berikutnya di bidang yang sama.

2. Praktis

Secara praktis manfaat penelitian ini bisa membagikan informasi kepada pimpinan bank syariah terkait pengaruh kepercayaan dan persepsi terhadap keputusan nasabah menabung supaya dapat dikembangkan dan ditingkatkan kualitas bank mereka, sehingga bisa bersaing dengan bank-bank lainnya.

E. Hipotesis

Hipotesis ialah pernyataan mengenai hubungan diantara dua variabel atau lebih yang bersifat provisional atau bersifat dugaan dan belum memiliki kekuatan yang kuat.¹³ Penulis merumuskan hipotesis di penelitian ini:

1. Hipotesis X_1 (kepercayaan) terhadap Y (keputusan menabung)
 - a. H_0 = kepercayaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat.
 - b. H_1 = kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat.
2. Hipotesis X_2 (persepsi) terhadap Y (keputusan menabung)
 - a. H_0 = persepsi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat.
 - b. H_1 = persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat.
3. Hipotesis X_3 (kepercayaan dan persepsi) terhadap Y (keputusan menabung)
 - a. H_0 = kepercayaan dan persepsi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat.
 - b. H_1 = kepercayaan dan persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat.

¹³ Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Buku Ajaran Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Pusat dan Penerbitan UNAIR (UAP), 2009), 45

F. Ruang Lingkup atau Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini menggunakan ruang lingkup yang terbatas supaya lebih terarah dan sesuai dengan tercapainya tujuan yaitu guna ketahui seberapa besar pengaruh kepercayaan dan persepsi terhadap keputusannya nasabah guna menabung di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung. Dalam kaitannya dengan keterbatasan waktu, dana, dan teori-teori, penulis penelitian ini memberikan batasan-batasan yang memfokuskan penelitian hanya pada aspek kepercayaan, persepsi, dan keputusan menabung. Adapun tempat pengambilan data penelitian adalah pada Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung.

G. Penelitian Terdahulu

Berikut Telaah Pustaka yang digunakan penulis:

1. *Pengaruh Persepsi, Nisbah Bagi Hasil Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Menggunakan Akad Mudharabah Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang MT. Haryono Semarang* oleh Lia Farokah (2018) Institut Agama Negeri Salatiga.

Penelitian ini fokus pada analisis keputusan nasabah dalam melakukan tabungan, dengan memakai metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitiannya menampilkan jika ada pengaruh positif, meskipun tidak signifikan, diantara variabel persepsi (X1) dan keputusan menabung nasabah (Y), dengan tingkat signifikansi sebesar 0,069. Variabel nisbah (X2) memberikan pengaruh positifnya dan signifikannya terhadap keputusannya nasabah menabung (Y), seperti yang terlihat dari koefisien

regresi (b) pada *unstandardized coefficients* sebesar 0,348 dan signifikansi variabel nisbah sebesar $0,009 < 0,05$. Sementara itu, variabel kepercayaan (X3) juga memberikan pengaruh positifnya dan signifikannya terhadap keputusan nasabah menabung (Y), dengan koefisien regresi (b) pada *unstandardized coefficients* sebesar 0,366 dan signifikansi variabel kepercayaan sebesar $0,006 < 0,05$.

Penelitiandi atas mempunyai sebuah persamaan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti ini yang juga memfokuskan pada keputusannya nasabah menabung dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Namun, perbedaannya terletak pada penggunaan variabel, di mana penelitian sebelumnya memasukkan variabel nisbah dalam analisisnya.

2. *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah* oleh Salsabila, Hubbul Wathan, dan Muhammad Zuhirsyan (2022) Politeknik Negeri Medan.

Penelitian ini fokus pada analisis keputusannya nasabah non-Muslim dalam pemilihan bank syariah. Metode penelitian yang dipergunakan ialah kuantitatif, dan hasilnya menunjukkan bahwa variabelnya Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusannya nasabah non-Muslim dalam memilih bank syariah.

Meskipun penelitian ini mirip dengan penelitian sebelumnya yang mengeksplorasi keputusan nasabah dalam menabung dan menggunakan metode penelitian kuantitatif, terdapat perbedaan dalam variabel yang dipergunakan. Penelitian sebelumnya memasukkan variabelnya Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Motivasi, sementara penelitian ini fokus pada variabel Persepsi..

3. *Pengaruh Kepercayaan, Nisbah bagi Hasil dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Deposito IB* oleh Devia Almeyda, Clarashinta Canggih (2022) Universitas Surabaya.

Penelitian ini fokus pada analisis keputusan nasabah dalam memilih produk deposito di Bank Umum Syariah, dengan mempergunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitiannya menampilkan jika keputusan nasabah sangat dipengaruhi oleh faktor kepercayaan, tetapi nisbah bagi hasil tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pemilihan produk deposito di Bank Umum Syariah. Selain itu, penelitian ini juga menemukan jika persepsinya risiko tidak berpengaruh pada keputusannya nasabah dalam memilih produk deposito iB.

Meskipun penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya yang juga meneliti keputusan nasabah dalam menabung dan menggunakan metode penelitian kuantitatif, perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan. Penelitian sebelumnya memasukkan variabel nisbah bagi hasil dan persepsi risiko, sedangkan penelitian ini hanya fokus pada variabel persepsi.

4. *Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank syariah Kotamobagu Dengan Moderasi Riba*, oleh Muharto, aisyah Mutiarasari, dan Puspauzia Midu (2022) Institut Agama Islam Kotamobagu.

Penelitian ini berfokus pada analisis keputusan nasabah dalam melakukan tabungan. Metodenya bersifat kuantitatif, dan hasilnya menunjukkan bahwa variabel Persepsi (X) memiliki koefisien sebesar 0,012, mengindikasikan adanya pengaruh positif persepsi terhadap keputusan menabung (Y). Meskipun demikian, pengaruh tersebut tidak signifikan karena nilai P-value lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05.

Penelitian ini mirip dengan penelitian sebelumnya yang juga menginvestigasi keputusan nasabah dalam menabung dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Namun, perbedaannya terletak pada penggunaan variabel, di mana penelitian sebelumnya hanya mempertimbangkan variabel persepsi, sementara penelitian ini melibatkan variabel persepsi dan kepercayaan.

5. *Pengaruh Persepsi, Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Mahasantri Di Bank Syariah* oleh Nur Rahmadani, Muhammad Zuhirsyan, dan Ahmad Kholil (2021) Politeknik Negeri Medan.

Penelitian ini berfokus pada analisis keputusan nasabah dalam hal menabung dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi (Y). Selain itu, religiusitas (X2) juga

memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap preferensi (Y), begitu pula dengan lokasi (X3).

Perbedaan utama dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel yang digunakan, di mana penelitian ini menggantikan variabel religiusitas dan lokasi dengan variabel kepercayaan.