**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Untuk menyesuaikan dengan tingkat pertumbuhan ekonomi serta kemajuan suatu negara, institusi keuangan terus berkembang. Mereka bertindak sebagai penghubung dalam keuangan publik serta membantu transaksi antara lembaga keuangan dan pihak-pihak yang kekurangan dana. Selain itu, lembaga keuangan adalah entitas atau lembaga yang membantu orang. Memenuhi kebutuhan publik serta mendukung inisiatif sosial adalah tujuan utama lembaga keuangan ini. Oleh karena itu, keberadaan lembaga keuangan sebagai bagian dari struktur masyarakat sangatlah penting.[[1]](#footnote-1)

Sektor perbankan Indonesia memiliki bank syariah dan konvensional. Pertumbuhan perbankan berbasis syariah di Indonesia menunjukkan minat dan keinginan pelanggan untuk mendukung sistem keuangan yang mengikuti nilai-nilai syariah. Layanan keuangan yang disediakan oleh bank syariah berlandaskan pada kaidah-kaidah syariah, sehingga menarik minat nasabah yang memilih sistem keuangan tersebut.[[2]](#footnote-2) Bank syariah menawarkan kesempatan bagi orang-orang seperti mahasiswa dan pelajar untuk menyimpan uang mereka tanpa bunga. Oleh karena itu, efektivitas perbankan berbasis syariah harus ditingkatkan secara konsisten dengan memastikan kepuasan pelanggan melalui layanan yang baik dan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap produk yang mereka tawarkan.[[3]](#footnote-3)

Setiap tahun, bank syariah di Indonesia tumbuh pesat. Data yang disajikan dalam tabel berikut mencerminkan hal tersebut :

**Tabel 1.1**

**Pertumbuhan Total Aset Perbankan Syariah**

**Tahun 2019-2023**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tahun** | **Total Aset (dalam miliar Rupiah)** |
| 2019 | 524.564 |
| 2020 | 593.948 |
| 2021 | 676.735 |
| 2022 | 726.274 |
| 2023 | 868.980 |

*Sumber: OJK Statistik Perbankan Syariah (data diolah)*[[4]](#footnote-4)

Dari data yang terpapar dalam tabel 1.1, tampak bahwa aset total Perbankan Syariah meningkat setiap tahun. Pada tahun 2019, total aset mencapai 524.564 miliar Rupiah, serta pada tahun 2023, total aset bertambah menjadi 868.980 miliar Rupiah. Hal ini menunjukkan keberhasilan perbankan berbasis syariah di Indonesia dalam menerapkan prinsip dasar hukum Islam dalam menjalankan operasinya.

Dalam konteks pasar kontemporer, dimana calon nasabah sangat memilih aktivitas keuangan mereka, peneliti menekankan pentingnya pemahaman perilaku konsumen oleh perbankan syariah. Keputusan yang akan diambil tentang pembelian barang atau jasa sangat terkait dengan perilaku konsumen yang ditunjukkan oleh seseorang. Menurut Assael dalam Yenni Arfah, pengambilan keputusan adalah proses evaluasi dan pemilihan berbagai kemungkinan berdasarkan kebutuhan tertentu, kemudian memilih yang dianggap memiliki manfaat paling besar. Proses ini menggunakan gabungan pengetahuan untuk mengevaluasi berbagai perilaku potensial dan kemudian membuat keputusan pembelian.[[5]](#footnote-5)

Secara umum, pemahaman tentang kaidah bagi hasil dan aturan dalam Islam yang dipergunakan oleh bank syariah telah tersebar luas di kalangan masyarakat. Di lembaga keuangan syariah, pendapatan disalurkan melalui sistem bagi hasil daripada sistem bunga. Hal ini berarti bahwa ketika perusahaan mencapai keuntungan yang signifikan, pelanggan juga akan mendapatkan ketidakseimbangan yang lebih tinggi sesuai dengan keuntungan yang diperoleh bank. Sebaliknya, lembaga keuangan yang memakai sistem yang bergantung pada bunga akan tetap memberikan imbal hasil bunga kepada klien dengan jumlah yang setara tanpa mempertimbangkan seberapa baik kinerja keuangan perusahaan. Pengetahuan mengenai perbankan syariah menjadi motivasi penting untuk mengkomunikasikan produk dan layanan perbankan syariah kepada masyarakat secara efektif, sehingga dapat menarik perhatian mereka serta mendorong mereka untuk menyimpan uang di bank syariah.[[6]](#footnote-6) Oleh karena itu, publik memerlukan pemahaman yang mendalam tentang perbankan berbasis syariah.

Ujang Sumarwan memberikan penjelasan bahwa pengetahuan konsumen mencakup semua informasi yang konsumen ketahui tentang produk atau jasa tertentu, serta pengetahuan lain yang terkait dengan produk atau jasa tersebut, termasuk informasi tentang bagaimana produk atau jasa tersebut berfungsi. Keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh pengetahuan ini. Oleh karena itu, sebagai pemasar, penting untuk memberikan pengetahuan sebanyak mungkin kepada konsumen agar mereka tertarik dan akhirnya membuat keputusan untuk mendapatkan produk atau jasa yang disediakan.[[7]](#footnote-7)

Dalam konteks ini, kelompok referensi memainkan peran krusial, karena grup referensi dapat secara langsung atau tidak langsung memengaruhi pandangan serta tindakan individu.[[8]](#footnote-8) Kelompok ini berfungsi sebagai dasar untuk sikap dan nilai khusus dan umum seseorang, serta sebagai acuan untuk perilaku.[[9]](#footnote-9) Seseorang akan dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam pikirannya, yang akan membuatnya menyesuaikan atau menerapkan sesuatu berdasarkan berbagai faktor-faktor di sekitarnya yang mempengaruhi pemikirannya. Menurut Setiadi, ada empat komponen yang mampu memengaruhi keputusan konsumen: faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Faktor kebudayaan mencakup budaya, subbudaya, dan kelas sosial; faktor sosial mencakup kelompok, keluarga, peran, dan status; dan faktor pribadi mencakup umur, pekerjaan, ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian. Faktor psikologis mencakup persepsi, motivasi, pengetahuan, dan kepercayaan.[[10]](#footnote-10)

Dalam hal ini, pengaruh kelompok referensi dan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen tidak hanya terbatas pada konteks umum, tetapi juga sangat relevan dalam lingkungan tertentu, seperti Pondok Pesantren. Sebagai contoh, di Pondok Pesantren, pengaruh kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis secara langsung dapat membentuk keputusan dan perilaku para santri. Salah satu contohnya adalah di Pondok Pesantren Al Amin Kediri, yang tidak hanya berperan dalam memberikan pendidikan agama, tetapi juga mengintegrasikan aspek-aspek pendidikan formal dan keterampilan. Berdiri sejak tahun 1995, pondok pesantren ini telah berkembang pesat dan telah berkembang menjadi salah satu pusat pendidikan yang dihormati di wilayah Kediri dan sekitarnya.

**Tabel 1.2**

**Perbandingan Pondok Pesantren sekitar IAIN Kediri**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Keterangan** | **Pondok Pesantren Al-Amien** | **Pondok Pesantren Qur’anan Arobiyya** | **Pondok Pesantren Al-Fath** |
| **Berdiri** | 1995 | 2018 | 2017 |
| **Pimpinan Pondok** | KH. M. Anwar Iskandar | Ustadz Munjiyat, M.Pd.I | Drs. H. Achmad Kirom |
| **Alamat** | Jl. Ngasinan No.18, RT.01/RW.05, Plosokerep, Rejomulyo, Kecamatan Kota Kediri, Kediri, Jawa Timur. | Masjid Ar Ridlo, RT 03 RW 04 Ngasinan Rejomulyo, Kota Kediri, Jawa Timur | Jl. Sunan Ampel Gg I No. 54 RT 02 RW 01 Rejomulyo Kota Kediri |
| **Jumlah Santri** | 803 Santri | 164 Santri | 321 Santri |
| **Program Belajar** | -Bidang Pendidikan* MTs
* SMK
* MA

-Sorogan Al-Qur’an-Madrasah Diniyah-Bidang Hadits* Arbain Nawawi
* Bulughul Maram

-Bidang Tauhid* Jawahirul Kalamiyah
* Sulamud Diniyah
* Tijanud Durori
* Dll

-Bidang Fiqh* Sulamut Taufiq
* Fathul Qorib
* Fathul Mu’in
* Dll

-Bidang Nahwu* Jurumiyah
* Imrithi
* Alfiyah
 | -Tahfidz al-quran-Bahasa Arab-Madrasah Diniyah-Pembinaan MTQ, MHQ, MFQ, MSQ, MQK, dan MKQ-Tahfidz for kids (TFK)-*Dauroh Iughowiyyah* (kursus Bahasa arab)-Tahsin al-qiro’at | -Bidang Akhlak* Washoya
* Washiyatul mushtofa
* Ta’limul muta’alim
* Idhotun nasyiin

-Bidang Tauhid* Nurudh dholam
* Risalah ahli sunah wal jama’ah

-Bidang nahwu (Jurumiyah)-Bidang Fiqh* Risalatul mahidl
* At-tadzhib
* Uqudulujain
* Sulam Taufiq

-Bidang Tasawuf* Risalatul Muawanah
* Minahus Saniyah

-Bidang Hadits* Arban Nawawi
* Bulughul maram
 |
| **Transaksi Pembayaran** | -Bank BRI-Bank Jatim | -Bank BNI-Bank BRI | -Bank BRI |
| **Fasilitas** | -Masjid-Asrama Santri-Ruang Kelas-Perpustaakaan-Kantin-Lapangan Olahraga-Laboratorium Komputer-Laboratorium Bahasa-Kamar Mandi dan Tempat Wudhu-Koperasi Pesantren-Ruang Kegiatan Santri-Klinik Kesehatan | -Masjid-Asrama Santri-Ruang Kelas-Kantin-Kamar Mandi dan Tempat Wudhu-Ruang Kegiatan Santri | -Masjid-Asrama Santri-Ruang Kelas-Kantin-Kamar Mandi dan Tempat Wudhu-Ruang Kegiatan Santri-Perpustakaan |

*Sumber: Data diolah oleh peneliti, Juli 2024*

Peneliti memilih untuk meneliti Pondok Pesantren Al-Amien karena data yang terdapat dalam Tabel 1.2 menunjukkan bahwa Pondok tersebut telah berdiri lebih lama daripada pondok lainnya, fasilitasnya lengkap, jumlah santri pada Pondok Pesantren Al-Amien lebih banyak dan program pembelajaran di Pondok Pesantren Al-Amien juga lebih beragam dibandingkan dengan pondok lainnya. Akan tetapi, transaksi pembayaran administrasi yang ada di pondok tersebut masih dilakukan melalui bank konvensional. Hal ini menimbulkan pertanyaan, mengingat pondok pesantren merupakan lembaga yang sangat menekankan nilai-nilai Islam, termasuk dalam praktik ekonomi. Seharusnya, bank syariah seperti BSI, yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah, menjadi pilihan utama dalam transaksi keuangan di lingkungan pesantren.

Situasi ini membuka peluang penelitian untuk mengkaji lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi santri dan pesantren terhadap layanan perbankan. Penelitian ini penting untuk mengungkap aspek-aspek seperti pengetahuan serta pengaruh kelompok referensi dalam pengambilan keputusan keuangan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai kebutuhan spesifik komunitas pesantren, serta menawarkan pandangan tentang bagaimana BSI dapat bersaing lebih efektif dengan bank konvensional di lingkungan yang semestinya lebih mendukung perbankan syariah.

**Tabel 1.3**

**Jumlah Santri Pondok Pesantren Al-Amien Kediri yang menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tingkat Pendidikan** | **Jumlah Santri** | **Memiliki Tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI)** | **Memiliki Tabungan di Bank Konvensional** | **Bank Syariah lain** |
| Mahasiswa | 304 | 110 | 167 | 27 |
| SMA se-derajat | 276 | 72 | 102 | 102 |
| MTS se-derajat | 223 | 42 | 160 | 21 |
| **Total** | **803** | **224** | **429** | **150** |

*Sumber: Hasil data Kuesioner diolah oleh peneliti, Juli 2024*

Data tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang cukup signifikan dalam memilih keputusan menjadi nasabah pada bank BSI di kalangan santri Pondok Pesantren Al-Amien Kediri, dilihat berdasarkan tingkat pendidikan. Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi fokus penelitian karena BSI adalah bank syariah terbesar di Indonesia yang diharapkan dapat mewakili prinsip-prinsip perbankan Islam secara kuat. Meskipun demikian, data menunjukkan bahwa tingkat adopsi BSI oleh santri di Pondok Pesantren Al-Amien masih rendah dibandingkan dengan bank konvensional, terutama di tingkat pendidikan MTs dan SMA sederajat.

Sebagai lembaga pendidikan berbasis Islam, di mana nilai-nilai ekonomi syariah seharusnya kuat, pondok pesantren diharapkan lebih mendukung bank syariah seperti BSI. Namun, kenyataan bahwa mayoritas santri lebih memilih bank konvensional menimbulkan pertanyaan tentang persepsi dan pemahaman mereka terhadap perbankan syariah. Selain itu, meskipun ada beberapa santri yang memilih bank syariah lain, jumlahnya tetap kecil. Penelitian ini dapat memberikan wawasan apakah BSI mampu bersaing lebih baik di kalangan santri atau apakah ada aspek yang perlu diperbaiki dalam menarik minat mereka. Dengan demikian, BSI layak menjadi fokus penelitian karena peran strategisnya di pasar perbankan syariah, tetapi masih menghadapi tantangan di kalangan komunitas santri yang seharusnya secara normatif lebih dekat dengan bank syariah daripada bank konvensional.

**Tabel 1.4**

**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Santri Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia**

|  |  |
| --- | --- |
| **Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan** | **Jumlah** |
| Kebudayaan | Budaya | 0 |
| Subbudaya | 0 |
| Kelas Sosial | 1 |
| Sosial | Kelompok Referensi | 15 |
| Keluarga | 2 |
| Peran dan Status | 0 |
| Pribadi | Usia | 0 |
| Profesi | 0 |
| Kondisi Ekonomi | 2 |
| Gaya Hidup | 2 |
| Kepribadian | 0 |
| Psikologi | Motivasi | 0 |
| Persepsi | 1 |
| Pengetahuan | 14 |
| Kepercayaan dan Sikap | 3 |
| Total | 40 |

Sumber: Hasil observasi awal[[11]](#footnote-11)

Seseorang akan dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam pikirannya, yang akan membuatnya menyesuaikan atau menerapkan sesuatu berdasarkan berbagai faktor-faktor di sekitarnya yang mempengaruhi pemikirannya. Menurut Setiadi, ada empat komponen yang mampu memengaruhi keputusan konsumen: faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Faktor kebudayaan mencakup budaya, subbudaya, dan kelas sosial; faktor sosial mencakup kelompok, keluarga, peran, dan status; dan faktor pribadi mencakup umur, pekerjaan, ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian. Faktor psikologis mencakup persepsi, motivasi, pengetahuan, dan kepercayaan.

Dari tabel 1.4 menunjukkan bahwa beberapa santri diminta untuk menjawab angket awal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima belas responden memilih berdasarkan kelompok referensi serta empat belas responden memilih berdasarkan pengetahuan. Sebagian besar, referensi teman satu pondok mempengaruhi santri, pengetahuan mengenai perbankan berbasis syariah yang dipelajari di perkuliahan, serta pemahaman fiqih mengenai pentingnya menjalani gaya hidup yang tidak berlebihan atau boros. Hal ini mempengaruhi keputusan mereka untuk menyimpan uang di bank syariah, sebagaimana dijelaskan dalam tabel tersebut.

Menurut Parastika dkk, Semakin banyak pemahaman yang didapat seseorang serta semakin besar keinginan mereka untuk menyimpan uang di bank syariah, semakin kuat keputusan mereka untuk menyimpan uang di bank syariah.[[12]](#footnote-12) Menurut Indah Maulinda[[13]](#footnote-13), Faisal Umardani[[14]](#footnote-14), dan Arief Firdy[[15]](#footnote-15) pengetahuan mempunyai dampak yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Perbankan Syariah. Sedangkan menurut Ahmad Edi, pengetahuan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia.[[16]](#footnote-16) Menurut Wahyu[[17]](#footnote-17) dan Yulita[[18]](#footnote-18) kelompok referensi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Sedangkan menurut Rintan Pangestuti, kelompok acuan mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan.[[19]](#footnote-19) Menurut Devina, pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah, sedangkan kelompok referensi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.[[20]](#footnote-20)

Berdasarkan penjelasan dan presentasi data mengenai faktor pengetahuan dan kelompok referensi yang mendominasi keputusan santri pondok pesantren Al-Amien untuk menjadi nasabah bank syariah, Penulis ingin melakukan penelitian tentang judul **“Pengaruh Pengetahuan dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren Al-Amien Kediri)”.**

**Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengetahuan santri tentang Bank Syariah Indonesia?
2. Bagaimana kelompok referensi santri pada Bank Syariah Indonesia?
3. Bagaimana keputusan santri untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh pengetahuan santri terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia?
5. Bagaimana pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan menjadi nasabah santri di Bank Syariah Indonesia?
6. Bagaimana pengaruh pengetahuan dan kelompok referensi terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia?

**Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengetahuan santri tentang Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk mengetahui kelompok referensi santri pada Bank Syariah Indonesia.
3. Untuk mengetahui keputusan santri untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan santri terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia.
5. Untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan menjadi nasabah santri di Bank Syariah Indonesia.
6. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan kelompok referensi terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia.

**Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Teoritis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan meningkatkan dan memperluas pengetahuan tentang pengaruh pengetahuan dan referensi santri tentang perbankan syariah terhadap keputusan mereka untuk menjadi nasabah bank syariah. Hal ini bertujuan agar proses studi dapat berlanjut serta menghasilkan hasil yang optimal.

1. Praktis
2. Bagi Peneliti

Diharapkan studi ini akan menambah serta mengembangkan wawasan mengenai bagaimana pengetahuan serta kelompok referensi memengaruhi keputusan yang dibuat oleh nasabah bank syariah.

1. Bagi Santri

Diharapkan hasil penelitian ini akan membantu meningkatkan pemahaman santri tentang perbankan syariah. Diharapkan bahwa santri, didukung oleh pemahaman agama yang mendalam di pesantren, dapat bertransaksi selaras dengan prinsip syariah, seperti memakai produk dan jasa bank syariah.

1. Bagi Akademik

Diharapkan bahwa studi ini akan menjadi sumber referensi bagi mahasiswa dan akademisi lainnya. Selain itu, diharapkan bahwa studi ini akan berguna sebagai sumber referensi untuk penelitian yang akan datang.

**Penelitian Terdahulu**

1. “Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 dan 2017)”, oleh Novikasari Putri Nuraini (2021).[[21]](#footnote-21)

Studi ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang opsi untuk membuka rekening di bank syariah. Sebagai hasil dari penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini, variabel pengetahuan (X) dan variabel pilihan (Y) untuk menjadi nasabah keduanya berada dalam kategori yang cukup. Pengaruh variabel pengetahuan (X) terhadap variabel pilihan (Y) sebesar 51,7% terhadap mahasiswa aktif Program Studi Perbankan Syariah di FEBI IAIN Kediri Angkatan 2016 dan 2017, dan pengaruh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini sebesar 48,3%.

Studi ini sama seperti studi sebelumnya karena memakai metode kuantitatif serta variabel bebas pengetahuan. Namun, studi ini memakai dua variabel bebas: pengetahuan dan kelompok referensi, serta variabel terikat adalah keputusan nasabah. Objektif penelitian yang dipilih juga berbeda.

1. “Pengaruh Harga terhadap Keputusan menjadi Nasabah Penabung pada Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Kediri”, oleh Najilla Aurora Dytia (2021).[[22]](#footnote-22)

Fokus penelitian ini adalah bagaimana biaya memengaruhi keputusan konsumen untuk menyimpan uang di bank syariah. Dalam analisis kuantitatif ini, variabel harga (X) dan keputusan (Y) masing-masing memiliki nilai korelasi 0,922, yang menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara keduanya. Nilai korelasi Pearson, yang berkisar antara 0,70 dan 1,000, menunjukkan bahwa faktor harga mempengaruhi keputusan konsumen, dengan nilai multiple R 0,922. Singkatnya, keputusan mahasiswa IAIN Kediri untuk membuka rekening tabungan di Bank Syariah dipengaruhi secara signifikan oleh biaya. Dengan koefisien determinasi R square sebesar 0,851, ditunjukkan bahwa 85,1% dari keputusan konsumen untuk menabung dipengaruhi oleh harga, sementara 14,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti distribusi, produk, promosi, proses, dan karakteristik karyawan.

Penelitian ini dan penelitian oleh Najilla Aurora Dytia keduanya menggunakan teknik penelitian kuantitatif untuk mengevaluasi bagaimana subjek dan objek memengaruhi keputusan yang dibuat oleh nasabah bank syariah. Namun, penelitian ini menggunakan pendekatan yang berbeda—menggunakan pengetahuan dan kelompok referensi sebagai variabel—dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang berfokus pada harga dan keputusan pelanggan serta mahasiswa sebagai subjek penelitian.

1. “Pengaruh Fasilitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Jasa Bank Syariah”, oleh Wahyu Dwi Mahendra (2022).[[23]](#footnote-23)

Studi ini bertujuan untuk mengevaluasi keputusan siswa dalam memakai layanan perbankan berbasis syariah, dengan mempertimbangkan pengaruh fasilitas dan kelompok referensi. Penelitian kuantitatif ini memakai dua variabel dependen serta satu variabel independen. Berbeda dengan kelompok referensi, hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas hanya memengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan bank syariah. Secara bersamaan, kedua elemen tersebut menunjukkan bahwa keduanya memengaruhi keputusan untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Menurut uji-T, variabel fasilitas memiliki nilai T hitung 3,148 dan variabel kelompok referensi memiliki nilai T hitung 0,299. Koefisien determinasi dari temuan penelitian adalah 0,292, atau 29,2%.

Penelitian ini serta penelitian Wahyu Dwi Mahendra memiliki banyak kesamaan, yang utama karena fokus keduanya pada pengaruh kelompok referensi dan penggunaan metode penelitian kuantitatif. Namun, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya melibatkan satu variabel independen (X) serta satu variabel dependen (Y), ialah keputusan mahasiswa untuk menggunakan layanan bank berbasis syariah, studi ini mencakup dua variabel independen, yaitu pengetahuan dan kelompok referensi, serta keputusan menjadi nasabah sebagai variabel dependen (Y).

1. “Pengaruh Pengetahuan Literasi, Kelompok Referensi dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan iB Hasanah Card Pada Nasabah Bank BNI Syariah”, oleh Fitriyani (2020).[[24]](#footnote-24)

Fokus penelitian ini adalah bagaimana nasabah Bank BNI Syariah memilih untuk menggunakan Kartu Hasanah iB karena faktor-faktor seperti grup referensi, kampanye media sosial, dan literasi. Nilai signifikansi untuk kelompok referensi, promosi media sosial, dan pengetahuan literasi masing-masing adalah 0,000, 0,000, dan 0,006, yang semuanya kurang dari 0,05, menunjukkan bahwa faktor independen secara keseluruhan memiliki signifikansi. Penggunaan Kartu Hasanah iB oleh nasabah Bank BNI Syariah ditentukan sebesar 72,3% berdasarkan faktor-faktor tersebut, sementara Faktor-faktor tambahan yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini memengaruhi 27,7%.

Studi ini dan studi oleh Fitriyani keduanya memakai teknik penelitian kuantitatif. Studi oleh Fitriyani memakai variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), tetapi studi ini tidak. Dalam penelitian Fitriyani, tiga variabel independen yang dipakai adalah literasi pengetahuan, kelompok referensi, dan promosi media sosial, sedangkan pilihan untuk memakai Kartu Hasanah iB adalah variabel dependen. Sementara itu, studi ini menggunakan dua variabel independen, yaitu pengetahuan dan kelompok referensi, serta keputusan menjadi nasabah sebagai variabel dependen (Y).

1. “Pengaruh Bauran Promosi dan Kelompok Referensi terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Utama Palembang ”, oleh Yulita Kurnia (2022).[[25]](#footnote-25)

Hasil awal studi kuantitatif ini memberitahukan bahwa variabel bauran promosi mempunyai tingkat signifikansi 0,001, kurang dari 0,05, serta nilai thitung lebih besar daripada ttabel (3,313 lebih besar daripada 1,985). Ini menunjukkan bahwa variabel yang berkaitan dengan kelompok referensi berdampak positif dan signifikan pada keputusan konsumen. Selain itu, faktor bauran promosi dan kelompok referensi juga mempengaruhi keputusan menjadi nasabah. Fakta menunjukkan bahwa produk yang dijual oleh Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang dapat menarik pelanggan dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat. Kelompok referensi juga dapat memengaruhi keputusan konsumen.

Salah satu faktor atau variabel X dalam studi ini adalah dampak kelompok referensi. Selain itu, teknik penelitian kuantitatif dipakai dalam kedua studi ini. Studi ini memakai dua variabel X, yaitu pengetahuan dan kelompok referensi, sedangkan penelitian Yulita Kurnia sebelumnya menggunakan dua variabel X, yaitu bauran promosi dan kelompok referensi.

**Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang berisi prediksi tentang hubungan antar variabel dalam suatu penelitian. Hipotesis bukanlah pernyataan yang final, melainkan harus diuji kebenarannya melalui proses penelitian yang sistematis dan objektif. Dalam penelitian, hipotesis digunakan sebagai landasan untuk mengembangkan desain penelitian dan menguji prediksi yang dibuat.[[26]](#footnote-26) Berikut adalah hipotesis yang akan diuji pada studi ini:

1. Hipotesis Pertama (H1)

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan santri terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan santri terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

1. Hipotesis Kedua (H2)

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kelompok referensi santri terhadap bank syariah.

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kelompok referensi santri terhadap bank syariah.

1. Hipotesis Ketiga (H3)

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan dan kelompok referensi santri terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan dan kelompok referensi santri terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

1. Yoyo Sudaryo and Yudanegara, Aditya, *Investasi Bank Dan Lembaga Keuangan* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017). 20. [↑](#footnote-ref-1)
2. Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014). 3. [↑](#footnote-ref-2)
3. Uun Sunarsih and Meitry Nurachma Wijayantie, “Penentuan Keputusan Mahasiswa Untuk Menabung Di Perbankan Syariah,” *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 02, 18 (2021): 92. [↑](#footnote-ref-3)
4. Otoritas Jasa Keuangan, “Total Aset Bank Umum Syariah,” diakses pada 26 Juli, 2024, www.ojk.go.id. [↑](#footnote-ref-4)
5. Yenni Arfah, *Keputusan Pembelian Produk* (Padang Sidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional, 2022). 21. [↑](#footnote-ref-5)
6. Kec Tebo Ulu, Awal Habibah, and Afriani Nur Hasanah, “PENGETAHUAN MASYARAKAT TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DIBANK SYARIAH (Studi Pada Masyarkat Desa Pagar Puding Kec. Tebo Ulu),” *Telanapura Jambi* 1 (2021): 6. [↑](#footnote-ref-6)
7. Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2019). 147. [↑](#footnote-ref-7)
8. Philip Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2019). 170. [↑](#footnote-ref-8)
9. Fachrurazi, *Perilaku Konsumen* (Batam: Yayasan Cendekia Mulia Mandiri, 2023). 66. [↑](#footnote-ref-9)
10. Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2015). 10-14. [↑](#footnote-ref-10)
11. Hasil Pra Observasi pada Santri Pondok Pesantren Al-Amien Kediri. [↑](#footnote-ref-11)
12. Parastika, Titin Hartini, and Ulil Amri, “Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan menjadi nasabah Di Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening,” *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains* 10, no. 2 (2021): 77–87. [↑](#footnote-ref-12)
13. Indah Maulinda, “Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Dan Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bri Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi,” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 4, no. 5 (2023): 68. [↑](#footnote-ref-13)
14. Faisal Umardani Hasibuan and Rahma Wahyuni, “PENGARUH PENGETAHUAN MASYARAKAT DAN MINAT PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN TABUNGAN PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa),” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 1 (2020): 59. [↑](#footnote-ref-14)
15. Arief Firdy Firmansyah, “Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas PelayananTerhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah,” *Jurnal Ekonomi Islam* 2 (2019): 82. [↑](#footnote-ref-15)
16. Ahmad Edi Saputra, “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan menjadi nasabah Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening,” *Jurnal Al-Mujaddid Humaniora* 8 (2022). [↑](#footnote-ref-16)
17. Wahyu Dwi Mahendra, “Pengaruh Fasilitas Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang Angkatan Tahun 2018-2020),” *Skripsi Sarjana, Program Studi Perbankan Syariah), Semarang, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang*, 2022. [↑](#footnote-ref-17)
18. Yulita Kurnia, “Pengaruh Bauran Promosi Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan menjadi nasabah Di Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Utama Palembang,” *Skripsi Sarjana, Program Studi Perbankan Syariah), Palembang, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang*, 2022. [↑](#footnote-ref-18)
19. Rintan Pangestuti, “PENGARUH KELOMPOK ACUAN, GAYA HIDUP, DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KCP KENDAL WELERI DENGAN MINAT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING,” 2022, 53. [↑](#footnote-ref-19)
20. Devina Elyya Nurhidayah, “Pengaruh Pengetahuan Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah,” *Etheses IAIN Kediri*, 2023, 24. [↑](#footnote-ref-20)
21. Novikasari Putri Nuraini, “Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 Dan 2017),” *Skripsi Sarjana Program Studi Perbankan Syariah, Kediri, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri*, 2021. [↑](#footnote-ref-21)
22. Najilla Aurora Dytia, “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Penabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Kediri),” *Skripsi Sarjana Program Studi Perbankan Syariah, Kediri, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri*, 2021. [↑](#footnote-ref-22)
23. Mahendra, “Pengaruh Fasilitas Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang Angkatan Tahun 2018-2020).” [↑](#footnote-ref-23)
24. Fitriyani, “Pengaruh Pengetahuan Literasi, Kelompok Referensi Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan iB Hasanah Card Pada Nasabah Bank BNI Syariah,” *Skripsi Sarjana, Program Studi Perbankan Syariah), Jakarta, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah*, 2020. [↑](#footnote-ref-24)
25. Yulita Kurnia, “Pengaruh Bauran Promosi Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan menjadi nasabah Di Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Utama Palembang.”, (Skripsi FEBI UIN Raden Fatah Palembang, 2022) [↑](#footnote-ref-25)
26. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 86 (Bandung: Alfabeta, 2019). 86. [↑](#footnote-ref-26)