

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

TINJAUAN TEORETIS

A. Minat Menjadi Nasabah

1. Pengertian Minat Konsumen

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengonsumsi. Menurut Kinnear dan Taylor minat membeli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.³⁹

Minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Secara sederhana minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut dengan disertai dengan perasaan senang.⁴⁰ Minat adalah kecenderungan seseorang yang tetap memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan.

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang

³⁹Umar Husein, *Managemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT.Gramedia Pusaka), hlm. 45.

⁴⁰Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta:2004, Prenada Media),hlm. 263.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merasa tertarik kepada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa. Dengan demikian pengertian minat nasabah yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.⁴¹

Ada beberapa tahapan minat yaitu:

- a. Informasi yang jelas sebelum memilih.
- b. Pertimbangan yang matang sebelum memilih.
- c. Keputusan memilih.⁴²

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat nasabah pada perbankan syariah.

Minat memiliki sifat dan karakter khusus sebagai berikut:

1. Minat bersifat pribadi (individu), adaperbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
2. Minat menimbulkan efek diskriminatif.

⁴¹Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Edisi 7, (Jakarta: Indeks, 2008), hlm. 21.

⁴²Sukanto Mm, *Nafsiologi: Suatu pendekatan Alternatif Atas Psikologi*, (Jakarta: 1985, Integrita Press), hlm. 45.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi motivasi.
4. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat.

1. Kebutuhan fisik, sosial, dan egoistik.
2. Pengalaman.⁴³

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut, minat membeli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta seberapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu.

Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:⁴⁴

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat refensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain.

⁴³Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 63-64.

⁴⁴Agusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hlm. 129.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Minat prefensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefensi utama pada produk tersebut. Prefensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefensinya.
4. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminati dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen tidak lepas dari minat membeli, karena minat membeli merupakan salah satu tahap yang pada subjek sebelum mengambil keputusan untuk membeli.

Titik tolak memahami pembeli adalah model rangsangannya tanggapan (*stimulus response model*) apa yang didengar oleh telinga apa yang dilihat oleh mata apa yang dicium hidung itulah yang disebut stimulus.⁴⁵ Rangsangan pemasaran dan lingkungan masuk dalam kesadaran pembeli. Karakteristik dan proses pengambilan keputusan pembeli menghasilkan keputusan pembelian tertentu. Iklan berbagai macam produk yang ditayangkan adalah stimulus yang dirancang khusus oleh produsen agar menarik perhatian konsumen produsen mengharapkan konsumen menyukai iklan produknya, kemudian menyukai produknya dan membelinya.⁴⁶

⁴⁵Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013). hlm. 112

⁴⁶Ujang Suwarman, *Prilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Jakarta: PT. Gramedia Utama, 2008), hlm.95.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Macam-Macam Minat

Minat dapat dibagi menjadi tiga macam (berdasarkan timbulnya, berdasarkan arahnya, dan cara mengungkapkannya).⁴⁷Ycaitu sebagai berikut:

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang berhubungan langsung dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
- c. Berdasarkan cara mengungkapkannya minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu :
 - a) *Expressed interest* : minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk kenyataan kegiatan yang disenangi maupun tidak. Dari jawabannya diketahui minatnya.
 - b) *Manifest interest* : minat yang dilakukan dengan pengamatan langsung.
 - c) *Tested interest* : minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif.

⁴⁷Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta, 2004,Prenada Media), hlm. 265.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d) *Inventoried interset* : minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa minat terdiri dari tiga macam yaitu minat berdasarkan timbulnya, minat berdasarkan arahnya dan minat berdasarkan cara mengungkapkannya.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen

Banyaknya faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu bersumber dari diri individu (misalnya bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian), dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Faktor lingkungan justru mempunyai pengaruh lebih besar terhadap timbul dan berkembangnya lebih berpengaruh, ini sangat sulit untuk menentukannya karena ada minat seseorang timbul dan berkembangnya lebih dipengaruhi faktor keluarga, tetapi ada yang dipengaruhi lingkungan pendidikan atau masyarakat atau sebaliknya. Disamping itu juga karena objek dari minat itu sendiri sangat banyak sekali macamnya.⁴⁸

Menurut Crow and Crown (1973) berpendapat tiga faktor yang menjadi timbulnya minat adalah :

⁴⁸*Ibid*, hlm. 263.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dorongan dari dalam diri individu misalnya dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-ain.
2. Motif sosial dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat ntuk melakukan aktivitas tertentu.
3. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

Karena kepribadian manusia itu kompleks, maka sering ketiga faktor yang menjadi penyebab timbulnya minat tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan suatu perpaduan dari ketiga faktor tersebut, akhirnya menjadi sulit bagi kita untuk menentukan faktor manakah yang menjadi awal penyebab timbulnya minat.⁴⁹

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi minat.⁵⁰

- a. Perbedaan pekerjaan

Artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat teradap tingkat pendidikan yang ingin dicapainya, aktifitas yang dilakukan, penggunaan senggang dan lain-lain.

⁴⁹ *Ibid.*

⁵⁰ Mayor Mowen & Minor Kent, *Analisis Perilaku Nasabah dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*, (Jakarta : Rienika Cipta, 1998), Edisi Terjemahan, hlm. 67.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Perbedaan sosial ekonomi

Artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi yang tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkan daripada yang mempunyai ekonomi yang rendah.

c. Perbedaan hobi dan kegemaran

Artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.

d. Perbedaan jenis kelamin

Artinya minat pria akan berbeda dengan minat wanita, misalnya dalam pembelajaran.

e. Perbedaan usia

Artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua kan berbeda minatnya terhadap suatu barang aktivitas benda, dan seseorang.

Dalam membeli suatu barang, nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor.⁵¹ Diantaranya jenis barang, faktor demografi, dan ekonmi juga dipengaruhi oleh faktor psikologisnya sepeti motif, sikap, keyakinan, minat, kepribadian, angan-angan dan sebagainya.

4. Minat Menjadi Nasabah

Minat menjadi nasabah dalam hal ini diasumsikan sebagai minat beli, minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinnear dan Taylor 1995

⁵¹Basu Swastha, *Pengantar Ilmu Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm. 67.

dalam minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan benar-benar dilaksanakan. Menurut Kotler 2002 Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.

Suatu produk dapat dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan untuk dibeli. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membeli semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaat lebih kecil dibandingkan pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan pada umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis. Pada kebanyakan orang perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya. Sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian. Karakteristik pribadi konsumen yang digunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks dan salah satunya adalah motivasi untuk membeli.

Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.⁵²

Dengan demikian dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

Minat menjadi nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi nasabah di perbankan Syariah benar-benar dilaksanakan. Indikator minat menjadi nasabah meliputi ketertarikan, keinginan dan keyakinan. Ketertarikan ditunjukkan dengan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang. Keinginan ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki. Dan keyakinan ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

B. Pengertian Bank Syariah dan Sumber Hukumnya

Pengembangan perbankan syariah yang didasari konsep dan prinsip ekonomi Islam merupakan suatu inovasi dalam system perbankan internasional. Meskipun sudah lama menjadi suatu wacana pada kalangan ilmuwan Islam, namun pendirian institusi bank Islam secara komersial dan formal belum lama terwujud. Salah satu bank Islam terbesar dinegara-negara Arab misalnya, bank Islam faisal di Sudan dan Mesir, pertama berdiri pada tahun 1977. Sementara dikawasan Asia Tenggara bank Islam Malaysia Berhad

⁵²Philip Kotler, *Managemen Pemasaran*, Edisi 1 (Jakarta: 2004, PT. Indeks), hlm.

yang didirikan pada tahun 1983. Untuk Indonesia bank Islam pertama adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang berdirinya pada tahun 1992. Sebenarnya yang mendorong eksistensinya pada perkembangan perbankan syariah adalah keinginan dan kebutuhan dari masyarakat, serta keunggulan yang dimilikinya.

Menurut Syaikh Mahmud Syalhut (1959) kata syariah berasal dari bahasa arab yang secara harfiahnya berarti “jalan” atau jalan yang ditempuh atau garis yang mesti dilalui. Secara terminologi, definisi syariah adalah peraturan dan hukum yang digariskan oleh Allah Swt., atau telah digariskan pokok-pokoknya dan dibebankan kepada kaum muslimin supaya mematuhi, agar syariah ini diambil oleh umat muslim sebagai penghubung dengan Allah Swt. dan manusia.

1. Produk dalam Perbankan Syariah

Dalam kegiatan untuk membantu kegiatan ekonomi masyarakat dengan segala jenis karakteristik usahanya masing-masing, Bank Syariah berdasarkan kemitraannya mengeluarkan berbagai inovasi produk pembiayaan yang bersumber dari al-quran dan hadis. Produk pembiayaan Bank Syariah mengakses seluruh lapisan masyarakat, mulai dari lapisan atas hingga lapisan paling bawah yang mungkin saja tidak terjangkau oleh produk pembiayaan dari bank konvensional. Hal tersebut dimungkinkan karena:

- a. Persyaratan pokok dari penerima kredit adalah kelayakan usaha.
- b. Sebagian besar pembiayaan diberikan Bank Syariah adalah berupa talangan dana untuk pembelian barang yang diperlukan penerima

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembiayaan, dimana bank tersebut masih milik bank apabila pembiayaan belum lunas.

c. Tidak ada penetapan dimuka kewajiban pembayar kecuali:

- 1) Membayar cicilan hutang pada waktunya untuk penerima pembiayaan *bai bitsaman ajil* atau melunasi hutang pada saat jatuh tempo untuk penerima pembiayaan mudhrabah.
- 2) Menyerahkan bagian keuntungan usahanya kepada bank bagi penerima pembiayaan mudhrabah sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati atau bagi penerima pembiayaan sesuai dengan porsi penyeteran bank.
- 3) Membayar biaya administrasi bagi nasabah penerima pembiayaan sesuai kesepakatan.

1) Produk Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam tiga kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu:

- a. Produk pembiayaan yang ditunjukan untuk memiliki barang yang dilakukan dengan prinsip jual beli.
- b. Transaksi pembiayaan yang diajukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa
- c. Transaksi pembiayaan untuk mendapatkan usaha kerja yang ditunjukan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa dengan prinsip bagi hasil.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada kategori pertama dan kedua tingkat keuntungan bank ditentukan didepan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang dijual. Produk yang termasuk dalam kelompok ini adalah produk yang menggunakan prinsip jual beli seperti murabahah, salam, dan dan Istishna serta produk yang menggunakan prinsip sewa yaitu Ijarah. Sedangkan pada kategori ketiga, tingkat keuntungan bank ditentukan daribesarnya keuntungan usaha sesuai dengan bagi hasil. Pada produk bagi hasil keuntungan ditentukan oleh nisbah bagi hasil yang disepakati dimuka. Produk yang termasuk dalam kelompok ini dalah musyarakah dan mudharabah.⁵³

1. Prinsip Jual Beli (Ba'i)

Pembiayaan prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan didepan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual dibedakan berdasarkan bentuk pembiayaan dan waktu penyerahan barang bukti.⁵⁴

a. Pembiayaan Murabahah

Murabahah adalah akad jual beli barang dengan harga jual sebesar biaya perolehan ditambah keuntungan yang disepakati dan penjual harus mengungkapkan biaya perolehan barang tersebut kepada pembeli (PSAK 102 paragraf 5).

⁵³Adi Warman, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan Edisi 5*, (Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 98.

⁵⁴*Ibid*, hlm. 98.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Murabahah (*al- bai' bitsaman ajil*) lebih dikenal sebagai murabahah saja. Murabahah, yang berasal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah menjadi pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pasok ditambah keuntungan (*margin*). Kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Dalam perbankan murabahah selalu dilakukan dengan cara pembayaran cicilan (*bi tsaman ajil, atau muajal*) dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad, sementara pembayaran dilakukan secara tangguh/cicilan.

Landasan syariah tentang murabahah

1. Al- Qur'an

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : . . . Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (Al-Baqarah : 275).⁵⁵

b. Pembiayaan Salam

Salam adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan secara tunai.

⁵⁵Kementerian Agama RI, *Mushaf Al- Qur'an dan Terjemahannya*. (CV. Pustaka Jaya Ilmu).hlm. 47

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Sekilas jual beli ini mirip jual beli ijoon, namun dalam transaksi kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti.

Dalam perbankan ketika barang telah diserahkan kepada bank, bank akan menjualnya kepada rekanan nasabah atau kepada nasabah itu sendiri secara tunai atau secara cicilan. Harga jual yang ditetapkan oleh bank adalah harga beli bank dari nasabah ditambah keuntungan. Dalam bank menjualnya secara tunai biasanya disebut pembiayaan talangan. Sedangkan dalam hal bank menjualnya secara cicilan⁵⁶

Landasan syariah jual beli salam

1. Al- Qur'an

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ⁵⁶

Artinya : *hai orang-orang yang beriman, apabila kamu beruamalah tidak secara tunai, untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskan . . . (Al-Baqarah: 282).*⁵⁷

2. Al- hadist

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ قَالَهُمَا : قَدِمَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ

الْمَدِينَةَ وَالنَّاسُ يُسْلِفُونَ فِي الثَّمْرِ الْعَامَ وَالْعَامِينَ أَوْ قَالَ: عَامَيْنِ أَوْ ثَلَاثَةً

⁵⁶Adi Warman, *Op Cit*, hlm 99

⁵⁷Kementerian Agama RI, *MushafAl- Qur'an dan Terjemahnya*. (CV. Pustaka Jaya Ilmu).hlm. 48

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

شَكَكَ إِسْمَاعِيلُ فَقَالَ مَنْ سَلَّفَ فِي تَمْرٍ فَأُيْسِلَفَ فِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ

(رواه البخارى)

Artinya : Ibnu Abbas ra.meriwayatkan bahwa rasulullah Saw. datang kemadinah dimana penduduknya melakukan salaf (salam), dalam buah-buahan (untuk jangka waktu) satu, dua, tiga tahun. Beliau berkata“barangsiapa yang melakukan salaf (salam), hendaknya ia melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangannya yang jelas pula, untuk jangka waktu yang diketahui.” (H.R. Bukhari 2239-2241).⁵⁸

c. Pembiayaan Istishna

Transaksi *bai al istishna* merupakan kontrak penjualan antara pembeli dan pembuat barang. Dalam kontrak ini, pembuat barang menerima pesanan dari pembeli.pembuat barang lalu berusaha melali orang lain untuk membuat atau membeli barang menurut spesifikasinya yang telah disepakati dan menjualnya kepada pembeli akhir. Kedua belah pihak sepakat atas harga serta sistem pembayaran, apakah pembayaran dilakukan dimuka, melalui cicilan, atau ditangguhkan sampai suatu waktu masa yang akandatang.⁵⁹ Produk *istishna* menyerupai salam akan tetapi dalam istisna pembayaran dapat

⁵⁸Imam Zainuddin Ahmad az-Zabidi : terjemahan At- Tajrid ash – Sharih li Ahadist al-Jami’ ash-sahih, *Tajridush Sharih Ringkasan shahih Bukhari*, Yogyakarta : Mitra Pustaka).hlm782

⁵⁹Muhammad Syafi’i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta : Gema Insani Press), hlm.113.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (termin) pembayaran.⁶⁰

2. Prinsip Sewa (Ijarah)

Ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melaluipembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.⁶¹ Jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya barang, pada ijarah transaksinya adalah berupa barang maupun jasa.⁶²

Landasan syariah ijarah

a. Al- Quran Surat Al- Baqarah ayat 233

﴿ وَالْوَالِدَاتُ يُرْضِعْنَ أَوْلَادَهُنَّ حَوْلَيْنِ كَامِلَيْنِ لِمَنْ أَرَادَ أَنْ يُتِمَّ الرَّضَاعَةَ وَعَلَى الْمَوْلُودِ لَهُ رِزْقُهُنَّ وَكِسْوَتُهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ لَا تُكَلَّفُ نَفْسٌ إِلَّا وُسْعَهَا لَا تُضَارَّ وَالِدَةٌ بَوْلِدِهَا وَلَا مَوْلُودٌ لَهُ بِوَالِدِهِ ۚ وَعَلَى الْوَارِثِ مِثْلُ ذَلِكَ ۚ فَإِنْ أَرَادَا فِصَالًا عَنْ تَرَاضٍ مِنْهُمَا وَتَشَاوُرٍ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَا ۚ وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا آتَيْتُمْ بِالْمَعْرُوفِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ۝ ﴾

Artinya : Para ibu hendaklah menyusukan anak-anaknya selama dua tahun penuh, yaitu bagi yang ingin menyempurnakan

⁶⁰Adi Warman, *Op. Cit*, hlm. 100

⁶¹Muhammad Syafi'i Antonio, *Op Cit*, hlm. 117.

⁶²Adi Warman, *Op. Cit*, hlm. 139.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penyusunan. Dan kewajiban ayah memberi makan dan pakaian kepada para ibu dengan cara ma'ruf. Seseorang tidak dibebani melainkan menurut kadar kesanggupannya. Janganlah seorang ibu menderita kesengsaraan karena anaknya dan seorang ayah karena anaknya, dan warispun berkewajiban demikian. Apabila keduanya ingin menyapih (sebelum dua tahun) dengan kerelaan keduanya dan permusyawaratan, maka tidak ada dosa atas keduanya. Dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. Bertakwalah kamu kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.⁶³

b. Hadis

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ قَالَعْنَهُمَا : قَدِمَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَحْتَجَمَ وَأَعْطَا أَجْرَهُ (رواه البخاري)

Artinya :dari Ibnu Abbasra.nabi Saw pernah berbekam kemudian berikanlah olemu upahnya kepada tukang bekam itu” (HR. Bukhari).⁶⁴

Berdasarkan PSAK 107 Ijarah dibagi atas tiga, namun yang telah dikenal secara luas hanya dua jenis ijarah yaitu:

1. *Ijarah* adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu aset dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujrah*) tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan aset itu sendiri. Sewa yang dimaksud adalah sewa operasi.
2. *Ijarah Muntahiyah bittamlik (IMBT)* adalah *Ijarah* dengan *waad* (janji) dari pemberi sewa berupa perpindahan kepemilikan objek *ijarah* pada saat tertentu.

⁶³Kementerian Agama RI, *Mushaf Al-Quran dan Terjemahannya*,(CV. Pustaka Jaya Ilmu), hlm. 37.

⁶⁴Al-Albani, Muhammad Nashiruddin : *Terjemahan Ahmad Taufiq Abdurrahman, Sahih Sunan Ibnu Majjah*, (Jakarta: Pustaka Azzam , 2007), hlm. 303.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Prinsip bagi hasil (*syirkah*)

a. *Musyarakah*

Musyarakah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dari resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

Landasan syariaah *musyarakah* :

Al-Quran

Artinya : “*mereka berserikat pada sepertiga*”(An- Nissa:12).⁶⁵

Secara spesifik bentuk kontribusi dari pihak yang bekerja sama dapat berupa dana, barang dagangan, wiraswastaan, kepandaian, kepemilikan, peralatan, atau hak paten, kepercayaan/reputasi dan barang-barang lainnya yang dapat dinilai dengan uang. Dengan merangkum seluruh kombinasi dari bentuk kontribusi masing-masing pihak dengan atau tanpa batasan waktu menjadikan produk ini sangat fleksibel.⁶⁶

b. *Mudharabah*

Mudharabah adalah bentuk kerja sama antar dua orang atau lebih dimana pemilik modal mempercayakan sejumlah

⁶⁵Kementerian Agama RI, *Mushaf Al- Qur'an dan Terjemahnya*. (CV. Pustaka Jaya Ilmu).hlm. 79

⁶⁶Adi Warman, *loc cit*, hlm 139

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

modal kepada pengelola dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan, bentuk ini menegaskan kerjasama dengan kontribusi 100% modal dari *shahibul maal* dan keahlian dari *mudharib*.

Transaksi ini tidak mensyaratkan adanya wakil *shahibul maal* dalam manajemen proyek sebagai orang kepercayaan, *mudharib* harus bertindak hati-hati dan bertanggung jawab untuk setiap kerugian yang terjadi atas kelalaian. Sedangkan sebagai wakil *shahibul mal* dia diharapkan untuk mengelola modal dengan cara tertentu untuk menciptakan laba optimal.⁶⁷

Landasan syariah *mudharabah* :

- a. Al-Quran

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ

Artinya : “tidak ada dosa (halangan) bagi kamu untuk karunia Tuhanmu “Al-Baqarah :198).⁶⁸

2. Produk Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana di Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional Bank Syariah yang diterapkan

⁶⁷*Ibid*, hlm 102

⁶⁸Kementerian Agama RI, *Mushaf Al- Qur'an dan Terjemahnya*. (CV. Pustaka Jaya Ilmu).hlm. 31

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam menghimpun dana masyarakat adalah prinsip mudharabah dan wadi'ah.⁶⁹

1. Prinsip *wadi'ah*

Prinsip wadiah yang diterapkan adaah *wadiah yad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro maupun tabungan. Wadiah terbagi menjadi dua bagian. 1. *Wadiah yad dhamanah* bank bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia diperbolehkan memanfaatkan harta titipan tersebut. 2. *Wadiah al-amanah* pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh bank.

2. Prinsip *Mudharabah*

Dalam pengaplikasian prinsip *mudharabah*, *shahibul maal* atau pemilik modal dan bank sebagai mudharib, dan tersebut digunakan bank untuk melakukan murabahah dan ijarah seperti yang telah dijelaskan terdahulu. Dapat pula dana tersebut digunakan bank untuk melakukan mudharabah kedua. Hasil usaha ini akan dibagi hasilkan berdasarkan nisbah yang disepakati. Dalam hal ini bank menggunakannya untuk melakukan mudharabah kedua, maka bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi. Prinsip mudharabah ini diaplikasikan pada produk tabungan berjangka atau deposito.

⁶⁹*Ibid*, hlm 107

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak penyimpan dana, prinsip mudharabah terbagi dua:

- *Mudhrabah muthlaqah*

Yang dimaksud dengan transaksi *mudharabah mutlaqah* adalah bentuk kerjasama antara *sahibul maal* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, daerah dan bisnis. Dalam pembahasan fiqh ulama salafus shaleh seringkali dicontohkan dengan ungkapan *if al ma syi'ta* (lakukan sesukamu) dari *shahibul maal* ke *mudharib* yang memberi kekuasaan sangat besar.

- *Mudhrabah muqayyadah*

Mudharabah muqayyadah adalah kebalikan dari *mudharabah muthlaqah*. Si *mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, atau empat usaha. Adanya batasan ini seringkali menceminkan kecenedrungan umum si *sahibul maal* dalam memasuki jenis dunia usaha.⁷⁰

C. Pengertian Keputusan Menjadi Nasabah

Keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian, yaitu : (1) ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan; (2) ada beberapa alternatif yang harus dan dipiilih salah satu yang terbaik; dan (3) ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini makin mendekatkkkan pada tujuan tersebut. Keputusan adalah suatu pengakhiran dari

⁷⁰Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta :2001, Gema Insani Press,) hlm 97

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada proses pemikiran tentang suatu masalah dan problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.

Sejalan dengan perilaku konsumen, maka pengambilan keputusan konsumen (*consumer decisionmaking*) dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Menerangkan tentang definisi perilaku konsumen sebagai berikut :
 “perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam pencariannya untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk, jasa dan ide yang mereka kira dapat memenuhi kebutuhan mereka”.⁷¹

Pada hakikatnya pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap suatu masalah yang dihadapi, pengumpulan data. Suatu keputusan diambil untuk dilaksanakan dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan, dan dalam proses pengambilan keputusan tersebut terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan.

Keputusan konsumen meliputi keputusan untuk menentukan apakah akan membeli, apa yang dibeli, kapan, dari siapa, dan seberapa sering membeli barang atau jasa. Pada proses pengambilan keputusan konsumen

⁷¹Schiffman & Kanuk. *Perilaku Konsumen* (edisi 7). (Jakarta : 2004, Prentice Hall).
 hlm 8

dapat dilihat tiga bagian yang saling berkaitan yaitu tahap input, tahap proses, dan tahap *output* melalui model pengambilan keputusan konsumen.

Proses keputusan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi produk dan jasa akan dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu :

- a. Kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan.
- b. Faktor perbedaan individu konsumen.
- c. Faktor lingkungan konsumen.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor psikologis yang termasuk didalamnya yaitu faktor pengetahuan konsumen. Keputusan konsumen sangat dipengaruhi karakteristik perilaku konsumen yang ditentukan oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikolog.⁷²

1. Faktor Kebudayaan

Sekumpulan nilai dan persepsi, preferensi, dan perilaku tertentu yang diperoleh dari lingkungan keluarga, agama, kebangsaan, ras, dan geografis. Budaya masyarakat tertentu membentuk perilaku konsumen.

Produk yang berhasil pula memenuhi harapan mengenai norma.

2. Faktor Kelas Sosial

Kelas sosial adalah pembagian didalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi nilai, minat, perilaku yang sama.

⁷²Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen dalam, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta, Kencana: 2003), hlm.11.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sementara itu merumuskan kelas sosial sebagai pengelompokan masyarakat yang mempunyai minat, nilai-nilai serta perilaku serupa, dikelompokkan secara berjenjang.

Kelas sosial adalah pembagian kelompok masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara sistematis anggotanya menganut nilai, minat dan perilaku yang serupa.

3. Faktor Pribadi

Para pemasar yang bijaksana sudah lama menyadari bahwa pengaruh pribadi melebihi kekuatan upaya promosi. Dalam faktor pribadi terdapat kelompok acuan. Istilah kelompok acuan diperkenalkan pertama kali beberapa dasawarsa yang lalu oleh Hyman dan didefinisikan sebagai orang atau kelompok orang yang mempengaruhi secara bermakna perilaku individu. Kelompok acuan memberikan standar norma dan nilai yang dapat menjadi perspektif penentu mengenai bagaimana seseorang berfikir atau berperilaku.

4. Faktor psikologis

Faktor psikologis dipengaruhi oleh motivasi dan persepsi. Suatu kebutuhan akan menjadi motif jika didorong hingga mencapai tingkat intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak. Sedangkan persepsi didefinisikan sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Pengaruh Minat Konsumen Terhadap Keputusan menjadi Nasabah

Minat nasabah yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.⁷³ Minat Nasabah terhadap Bank Syariah dilandasi oleh berbagai faktor antara lain persepsi kemudahan bertransaksi, persepsi daya guna, kenyamanan, kepercayaan. Maka dalam penelitian ini, faktor tersebut akan menjadi bagian penelitian. Keempat faktor tersebut sangat penting dan perlu diperhatikan oleh peneliti, untuk mengetahui presentase minat nasabah. Adapun minat nasabah juga dipengaruhi oleh perilaku konsumen.

Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi, produk jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya.⁷⁴

Menurut Suwarman perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah, melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.⁷⁵

Karakteristik yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan membeli.⁷⁶

a. Faktor budaya

⁷³Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Edisi 7, (Jakarta: 2008, Indeks), hlm. 25.

⁷⁴Ujang Suwarman, *Prilaku Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*, (Bogor : Ghalilia Indonesia, 2011), hlm. 4.

⁷⁵*Ibid.*

⁷⁶Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2001), hlm 197-198.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Meliputi budaya (setiap daerah mempunyai budaya yang berbeda-beda, subkebudayaan. (kewarganegaraan, agama, ras dll), kelas sosial (pendapatan dan pekerjaan dll).

b. Faktor sosial

Meliputi kelompok, keluarga, peran dan status (contoh membeli jenis kamera sesuai dengan peran statusnya).

c. Faktor pribadi

Ada tiga hal mendasar mengapa nasabah ingin membeli produk atau jasa yang ditawarkan.⁷⁷

- 1) Faktor minat beli primer (kebutuhan barang pokok)
- 2) Kebutuhan utama yang harus dipenuhi untk bertahan hidup oleh calon konsumen. contohnya bahan makanan pokok.
- 3) Faktor minat beli sekunder (kebutuhan pelengkap)
- 4) Kebutuhan pelengkap dan hanya digunakan sesekali oleh calon konsumen.
- 5) Faktor minat beli tersier (kebutuhan spesifik).
- 6) Kebutuhan yang dianggap tidak telalu penting oleh calon konsumen.

Produk ini mempunyai spesifikasi khusus.

⁷⁷Fredly Febrian, *The Power of Selling*, (Jakarta : Elex Media Kompointo, 2010), hlm. 174.