

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Kajian pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian/penelitian yang sudah pernah dilakukan seputar masalah yang diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang sedang dilakukan ini tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari penelitian yang telah ada. Adapun kajian yang dianalisis adalah sebagai berikut:

1. Bank Syariah

a. Pengertian bank syariah

Bank (pengucapan bahasa Indonesia: [bang]) adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai *banknote*. Kata *bank* berasal dari bahasa Italia *banca* berarti tempat penukaran uang.¹

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dalam pasal 1 ayat 7, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.²

b. Perbankan syariah di Indonesia

¹ Dumairi Nor, *Kamus Ekonomi Praktis*, (Pasuruan: Pustaka Sidogiri, 1430H). 117.

² Bank Indonesia, "Undang-Undang Republik Indonesia", *Perbankan Syariah*, (No. 21 Tahun 2008), 3.

Sejak didirikannya bank syariah pertama di tahun 1963, perjalanan bank syariah baru mulai berkembang di tahun 1970-an, yaitu setelah didirikannya *Islamic Development Bank* (IDB) di Jeddah pada tahun 1975. Kemudian menyusul pendirian bank-bank syariah di negara lain seperti: Dubai Islamic Bank (1975), Kuwait Finance House (1977), Islamic Faisal Bank (di Mesir dan Sudan) pada tahun 1978, Jordan Islamic Bank for Finance and Investment, Bahrain Islamic Bank, dan Islamic International Bank for Investment and Development. Setelah itu, baru kemudian bank kemudian bank syariah mulai menjamur di seluruh dunia.³

Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Apada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan.⁴

Bank syariah pertama yang berdiri di Indonesia adalah Bank Muamalat pada tahun 1992. Setelah terbukti mampu bertahan pada masa krisis 1998, barulah pemerintah mengeluarkan UU No. 10 Tahun 1998 yang memperbolehkan bank melakukan transaksi syariah (*dual banking system*). Sejak itulah banyak bermunculan bank-bank syariah di Indonesia.⁵

³ Ib Lifestyle, "Bank Syariah Pertama di Dunia", dalam <http://ib.erasuslim.com/2011/01/01/bank-syariah-pertama-di-dunia/> (5 maret)

⁴ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), 25.

⁵ Bunga Aulia Juhedi, "Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia", dalam [//mhs.blog.ui.ac.id/bunga.aulia91/2012/01/10/perkembangan-perbankan-syariah-di-indonesia/](http://mhs.blog.ui.ac.id/bunga.aulia91/2012/01/10/perkembangan-perbankan-syariah-di-indonesia/) (5 maret)

Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998. Dalam undang-undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah serta memberikan arahan bagi seluruh bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah.⁶

Pada penjelasan di atas dimulai dari berdirinya bank syariah pertama di Indonesia terlihat bahwa perkembangan bank syariah memiliki kemampuan untuk berkembang pesat, dalam Indonesia saat ini bank-bank konvensional banyak yang diarahkan untuk membuka cabang syariah atau merubah keseluruhan bank konvensional menjadi syariah untuk ikut bersaing dengan bank syariah lainnya dan menegakkan syariat Islam yakni tidak menggunakan sistem bunga karena sistem bunga mengandung unsur *riba*>, dan hukum *riba*> adalah haram dan tidak diperbolehkan.

⁶ Antonio, bank syariah dari teori ke praktik, 26.

2. Konsep Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian.⁷

Pengetahuan dapat menimbulkan beberapa efek pada pemakaian kriteria evaluasi oleh konsumen. Konsumen yang berpengetahuan banyak akan memiliki informasi yang disimpan di dalam ingatan mengenai dimensi-dimensi yang berguna untuk membanding-bandingkan alternatif-alternatif pilihan. Informasi ini sangat tidak mungkin ada di dalam ingatan pemula. Akibatnya, pemula akan jauh lebih rentan terhadap pengaruh luar yang berusaha membentuk kriteria tertentu yang digunakan selama pengambilan keputusan.⁸

Mowen dan Minor dalam Ratih menerangkan tentang definisi pengetahuan sebagai “The Amount of experience with and information about particular products or service a person has.”⁹ Dari teori tersebut dapat diartikan bahwa pengetahuan adalah besarnya pengalaman dan informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki seseorang.

Sedangkan menurut Ratih, berdasarkan manfaat yang dirasakan oleh konsumen, pengetahuan konsumen dibedakan menjadi dua yaitu:

⁷ <http://daiwanalbantani-daiwan.blogspot.com/2013/10/pengetahuan-konsumen-tentang-produk.html> diakses tanggal 7 Maret 2014.

⁸ Engel, F. James, *Prilaku Konsumen Jilid 2*, Terj. Budijanto, *Consumer Behavior*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1995), 181.

⁹ Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Jakarta: kencana, 1998), 84.

- a. Pengetahuan produk, yaitu merupakan gabungan dari berbagai jenis informasi yang berbeda yang terdiri dari kesadaran kategori dan merek produk dalam kategori produk, terminologi produk, atribut atau ciri produk, dan kepercayaan tentang kategori produk secara umum dan mengenai merek spesifik.
- b. Pengetahuan pembelian, yaitu berbagai macam potongan yang ada di dalam ingatan konsumen tentang bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan agar benar-benar menggunakan produk tersebut.¹⁰

Dari paparan mengenai pengetahuan konsumen tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa konsumen yang belum pernah menggunakan suatu produk akan memerlukan informasi tentang suatu produk, baik manfaat dan cara membelinya sebelum konsumen memutuskan untuk memilih, membeli dan menggunakannya. Sedangkan konsumen yang pernah menggunakan produk tersebut akan cenderung menggunakan kembali produk tersebut setelah mengetahui manfaat dan memiliki pengalaman baik tentang produk tersebut.

¹⁰ Ibid, 85.

3. Konsep Produk Pembiayaan Modal Kerja di Perbankan Syariah

Produk pembiayaan modal kerja di Perbankan Syariah merupakan produk yang kompleks dan diperuntukkan untuk masyarakat yang mempunyai usaha baik dalam bidang perdagangan, pertanian, pertambangan dan lain sebagainya.

Dalam perekonomian Indonesia, sektor usaha kecil memegang peran yang sangat penting, terutama bila dikaitkan dengan jumlah tenaga kerja yang mampu diserap oleh usaha kecil. Usaha kecil ini, selain memiliki arti strategis bagi pembangunan juga sebagai upaya untuk pemerataan hasil-hasil pembangunan yang telah dicapai.¹¹

Berdasarkan UU No. 9/1995 tentang usaha kecil, yang dimaksud dengan usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan, seperti kepemilikan. Usaha kecil yang dimaksud disini meliputi usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Adapun usaha kecil informal adalah berbagai usaha yang belum terdaftar, belum tercatat dan belum berbadan hukum, antara lain petani penggarap, industri rumah tangga, pedagang asongan, pedagang keliling, pedagang kaki lima dan pemulung. Sedangkan usaha kecil tradisional adalah usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan secara turun temurun, dan akan berkaitan dengan seni dan budaya.¹²

¹¹ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1997), 43

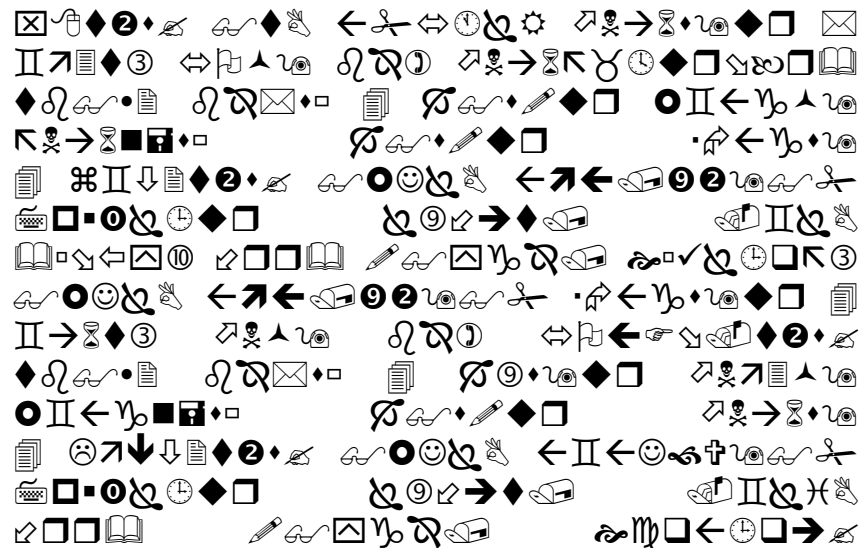
¹² Ibid, 45.

Jenis produk pembiayaan modal kerja di perbankan syariah antara lain adalah *musha>rakah* dan *mud}a>rabah*. Berikut ini pengertian dari *musha>rakah* dan *mud}a>rabah*.

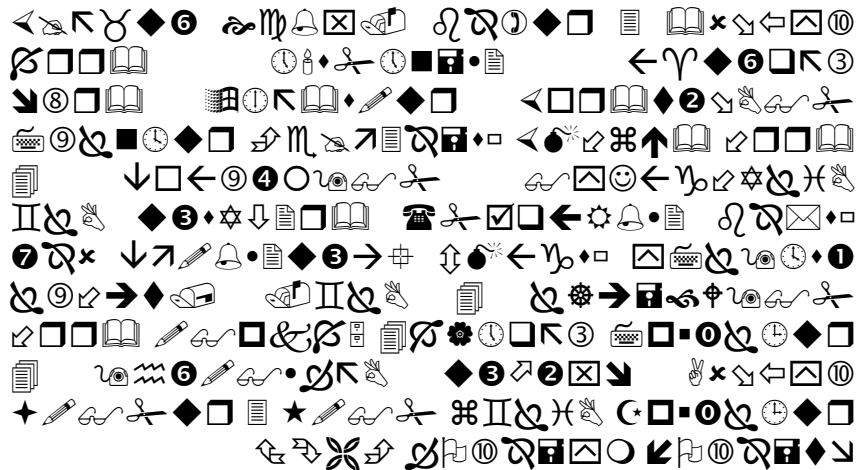
a. Musha>rakah

Musha>rakah adalah transaksi penanaman dana dari dua atau lebih pemilik dana dan/atau barang untuk menjalankan usaha tertentu sesuai syariah dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang disepakati, sedangkan pembagian kerugian berdasarkan proporsi modal masing-masing.¹³

Musha>rakah memiliki kedudukan yang sangat kuat dalam Islam. Sebab keberadaannya diperkuat oleh Al-Qur'an, hadis dan *ijma'* ulama. Dalam Al-Qur'an terdapat ayat yang mengisyaratkan pentingnya *musha>rakah* diantaranya terdapat dalam surat An Nisa ayat 12 yang berbunyi:



¹³ Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012). 196.



Artinya: “ Dan bagimu (suami-suami) seperdua dari harta yang ditinggalkan oleh isteri-isterimu, jika mereka tidak mempunyai anak. jika isteri-isterimu itu mempunyai anak, Maka kamu mendapat seperempat dari harta yang ditinggalkannya sesudah dipenuhi wasiat yang mereka buat atau (dan) seduah dibayar hutangnya. Para isteri memperoleh seperempat harta yang kamu tinggalkan jika kamu tidak mempunyai anak. jika kamu mempunyai anak, Maka Para isteri memperoleh seperdelapan dari harta yang kamu tinggalkan sesudah dipenuhi wasiat yang kamu buat atau (dan) sesudah dibayar hutang-hutangmu. jika seseorang mati, baik laki-laki maupun perempuan yang tidak meninggalkan ayah dan tidak meninggalkan anak, tetapi mempunyai seorang saudara laki-laki (seibu saja) atau seorang saudara perempuan (seibu saja), Maka bagi masing-masing dari kedua jenis saudara itu seperenam harta. tetapi jika saudara-saudara seibu itu lebih dari seorang, Maka mereka bersekutu dalam yang sepertiga itu, sesudah dipenuhi wasiat yang dibuat olehnya atau sesudah dibayar hutangnya dengan tidak memberi mudharat (kepada ahli waris). (Allah menetapkan yang demikian itu sebagai) syari’at yang benar-benar dari Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Penyantun.”¹⁴

Dalam penyaluran pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad musyarakah, undang-undang perbankan syariah memberikan penjelasan bahwa yang dimaksud dengan akad *musha>rakah* adalah

¹⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an Al-Karim dan terjemah Bahasa Indonesia*, (Kudus: Menara Kudus, 2006), 282.

akad kerja sama diantara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan porsi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan akan dibagi sesuai dengan kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung sesuai dengan porsi dana masing-masing.¹⁵

Dalam pembiayaan *musha>rakah* ini, bank dan nasabah masing-masing bertindak sebagai mitra usaha dengan bersama-sama menyediakan dana dan/atau barang untuk membiayai suatu kegiatan usaha tertentu. Nasabah bertindak sebagai pengelola usaha dan bank sebagai mitra usaha dapat ikut serta dalam pengelolaan usaha sesuai dengan tugas dan wewenang yang disepakati, seperti meminta review, meminta bukti-bukti dari laporan hasil usaha yang dibuat oleh nasabah berdasarkan bukti pendukung yang dapat dipertanggungjawabkan.

Pembagian hasil usaha dari pengelolaan dana dinyatakan dalam bentuk *nisbah* yang telah disepakati. *Nisbah* bagi hasil yang disepakati tidak dapat dirubah sepanjang jangka waktu investasi, kecuali atas dasar kesepakatan para pihak. Pembiayaan atas dasar akad *musha>rakah* diberikan dalam bentuk uang dan/atau barang, serta bukan dalam bentuk piutang atau tagihan. Dalam hal pembiayaan atas dasar akad *musha>rakah* diberikan dalam bentuk uang, maka harus dinyatakan secara jelas jumlahnya. Dalam hal

¹⁵ Sunarto Zulkifli, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2010), 145.

pembiayaan atas dasar akad musyarakah diberikan dalam bentuk barang, maka barang tersebut harus dinilai atas dasar harga pasar dan dinyatakan secara jelas jumlahnya. Sama halnya pembiayaan berdasarkan akad *mud}a>rabah*, untuk mendapatkan penilaian yang objektif, maka penilaian sebaiknya dilakukan oleh lebih dri satu perusahaan jasa penilai yang independen.¹⁶

Fatwa DSN No.08/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *musha>rakah* dinyatakan bahwa pada prinsipnya dalam pembiayaan *musha>rakah* tidak ada jaminan, namun untuk menghindari terjadinya penyimpangan, LKS/bank meminta jaminan.

Manfaat pembiayaan *musha>rakah* :

- 1) Bagi bank, sebagai salah satu bentuk penyaluran dana, dan memperoleh pendapatan dalam bentuk bagi hasil sesuai pendapatan usaha yang dikelola.
- 2) Bagi nasabah, untuk memenuhi kebutuhan modal usaha melalui sistem kemitraan dengan bank.

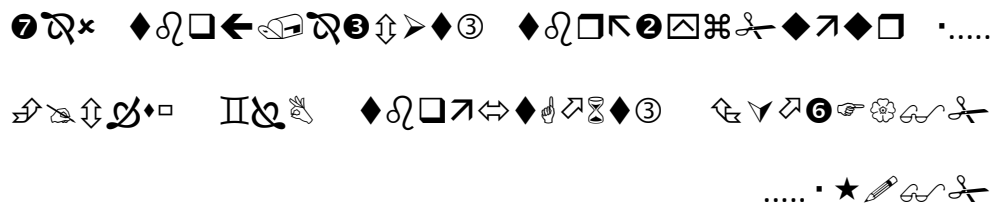
b. *Mud}a>rabah*

Mud}a>rabah adalah kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*s}a>hibul ma>l*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mud}a>rabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalm kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung

¹⁶ Ibid, 150.

oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.¹⁷

Sebagaimana firman Allah dalam Al-qur'an surat Al-Muzammil ayat 20:



Artinya: “Dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah.”¹⁸

Mud}a>rabah biasanya diterapkan pada produk-produk pembiayaan dan pendanaan. Pada sisi penghimpunan dana, *mud}a>rabah* diterapkan pada:

- 1) Tabungan berjangka, yaitu tabungan yang dimaksudkan untuk tujuan khusus, seperti tabungan haji, tabungan kurban dan sebagainya.
- 2) Deposito spesial (*special investment*), dimana dana yang dititipkan nasabah khusus untuk bisnis tertentu, misalnya *mura>bah}ah* saja atau *ija>rah* saja.

Adapun pada sisi pembiayaan, *mud}a>rabah* diterapkan untuk:

¹⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), 95.

¹⁸ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Al-Karim dan terjemah Bahasa Indonesia*, (Kudus: Menara Kudus, 2006), 546.

- 1) Pembiayaan modal kerja, seperti modal kerja perdagangan dan jasa.
- 2) Investasi khusus, disebut juga *mud}a>rabah muqayyadah*, dimana sumber dana khusus dengan penyaluran yang khusus dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh *s}a>hibul ma>l*.

Manfaat pembiayaan *mud}a>rabah* :

- 1) Bank akan menikmati peningkatan bagi hasil pada saat keuntungan usaha nasabah meningkat.
- 2) Bank tidak berkewajiban membayar bagi hasil kepada nasabah pendanaan secara tepat, tetapi disesuaikan dengan pendapatan/hasil usaha bank sehingga bank tidak akan pernah mengalami *negative spread*.
- 3) Pengembalian pokok pembiayaan disesuaikan dengan *cash flow* atau arus kas usaha nasabah sehingga tidak memberatkan nasabah.

Berdasarkan kajian teori diatas, yang digunakan BPRS Jabal Nur untuk produk pembiayaan modal kerja adalah *musha>rakah*, sedangkan *mud}a>rabah* digunakan untuk produk tabungan.

4. Keputusan menjadi nasabah

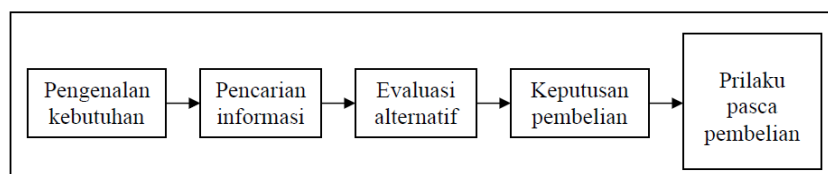
Keputusan pembelian atau keputusan untuk menjadi nasabah merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Pengertian keputusan pembelian, menurut Kotler adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.¹⁹ Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Sedangkan pengertian keputusan pembelian menurut Helga Drumond dalam Kotler adalah mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing. Definisi keputusan pembelian menurut Nugroho adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.²⁰

Kotler mencatat terdapat beberapa tahapan dalam proses keputusan pembelian yang dilakukan pelanggan, yaitu:²¹

Tahap-tahap pengambilan keputusan



Proses keputusan pembelian bukan sekedar mengetahui berbagai faktor yang akan mempengaruhi pelanggan, tetapi berdasarkan peranan

¹⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran jilid 2 edisi kesebelas*, (Jakarta: Indeks, 2005), 98.

²⁰ Ibid. 99.

²¹ Ibid. 102.

dalam pembelian keputusan untuk membeli. Menurut Simamora terdapat lima peran yang terjadi dalam keputusan pembelian yaitu:²²

- a. Pemrakarsa yaitu orang yang pertama kali menyarankan membeli suatu produk atau jasa.
- b. Pemberi pengaruh yaitu orang yang pandangan/ nasehatnya memberi bobot dalam pengambilan keputusan akhir.
- c. Pengambil keputusan yaitu orang yang sangat menentukan sebagian atau keseluruhan keputusan pembelian, apakah membeli, apa yang dibeli, kapan hendak membeli, bagaimana cara membeli, dan di mana akan membeli.
- d. Pembeli yaitu orang yang melakukan pembelian nyata.
- e. Pemakai yaitu orang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa.

Perusahaan yang cerdas akan melakukan riset atau proses keputusan pembelian kategori produk mereka. Mereka bertanya kepada konsumen kapan pertama kali mereka mengenal kategori dan merek produk tersebut, serta seperti apa keyakinan merek mereka, seberapa besar mereka terlibat dengan produk yang bersangkutan, bagaimana mereka melakukan pemilihan merek, dan seberapa puas mereka setelah pembelian.

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

²² Henry Simamora, *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 128.

Penelitian ini juga pernah di angkat sebagai topik penelitian oleh beberapa peneliti sebelumnya. Maka peneliti juga diharuskan untuk mempelajari penelitian-penelitian terdahulu atau sebelumnya yang dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini.

1. Arwinda (2011) “Pengetahuan Konsumen Terhadap Perbankan dan pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank BNI Cabang Yogyakarta”.²³ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengetahuan konsumen terhadap perbankan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank BNI Cabang Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode analisis kuantitatif dan regresi linier sederhana diperoleh nilai *R Square* sebesar 70,41% yang artinya variabel Pengetahuan Konsumen Terhadap Perbankan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank BNI Cabang Yogyakarta.
2. Irwansyah (2012) “Analisis Pengetahuan Konsumen Terhadap Asuransi dan pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Asuransi Bumi Putera Cabang Medan”.²⁴ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengetahuan konsumen terhadap asuransi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Asuransi Bumi Putera Cabang Medan. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan

²³ Arwinda, *Pengetahuan Konsumen Terhadap Perbankan dan pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank BNI Cabang Lubuk Pakam*, (Skripsi Ekonomi, UIN Yogyakarta, 2011).

²⁴ Irwansyah, *Analisis Pengetahuan Konsumen Terhadap Asuransi dan pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Asuransi Bumi Putera Cabang Medan*, (Skripsi Ekonomi, Universitas Mercu Buana, 2011).

analisis kuantitatif dan regresi linier sederhana diperoleh kesimpulan bahwa semangat kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah dengan nilai *R Square* sebesar 75,1%.

Sedangkan penelitian ini lebih menitikberatkan pada pengetahuan konsumen tentang produk pembiayaan modal kerja terhadap keputusannya untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya, dengan menggunakan metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Dari berbagai penelitian terdahulu yang pernah dibaca oleh peneliti, dua penelitian di ataslah yang dianggap paling berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan sekarang ini. Sehingga dua penelitian tersebut yang menjadi pandangan dan referensi peneliti.

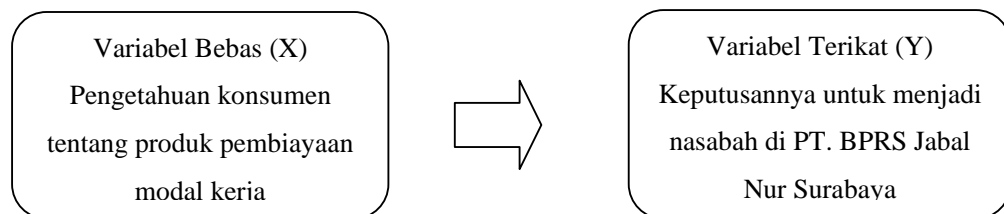
C. Kerangka Konseptual

Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk termasuk produk perbankan, keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan kualitas dan merek produk tersebut. Berbagai upaya dilakukan perusahaan dalam mempromosikan produk tersebut ke konsumen agar konsumen mengetahui semakin banyak tentang produk tersebut. Semakin baik promosi yang dilakukan oleh bank tentang produk yang dijual maka akan berdampak pada pengetahuan yang didapat oleh konsumen dari produk yang dijual dan keputusan pembelian oleh konsumen.

Keputusan pembelian oleh konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap kualitas, persepsi terhadap nilai dan persepsi terhadap produk. Disinilah dapat melihat sejauh mana pengetahuan konsumen tentang produk yang dapat mempengaruhi penilaian konsumen tersebut. Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat disusun hubungan antar variabel dan kerangka konseptual.

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



Bahwa variabel bebas pengetahuan konsumen tentang pembiayaan modal kerja akan mempengaruhi keputusannya untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Dari penjelasan kerangka konseptual di atas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Pengetahuan Konsumen tentang Produk Pembiayaan Modal Kerja dengan Keputusannya untuk Menjadi Nasabah di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya.

H_1 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pengetahuan Konsumen tentang Produk Pembiayaan Modal Kerja dengan Keputusannya untuk Menjadi Nasabah di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya.