BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pemahaman Nasabah

Makna pemahaman dapat dijelaskan secara etimologi dan terminologi, secara etimologi dan terminologi, secara etimologi pemahaman berasal dari kata paham yang menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai pengertian, pendapat, pikiran, aliran, pandangan dan mengerti benar sedangkan pemahaman sendiri diartikan menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) adalah proses, cara, perbuatan memahami atau memahamkan.[1]

Secara terminologi pemahaman dapat dijelaskan menurut sudirman, sudirman mengungkapkan pemahaman adalah suatu kemampuan seseorang dalam mengartikan, menafsirkan, dan menerjemahkan atau menyatakan sesuatu dengan caranya sendiri tentang pengetahuan yang pernah diterimanya.[2]

Pemahaman berasal dari kata paham yang artinya pengertian, pengetahuan yang banyak, pendapat ; pikiran, aliran ; pandangan, mengerti benar (akan) ; mengetahui benar (akan), pandai dan mengerti benar.[3] Sedangkan nasabah termasuk dalam kelompok konsumen

---

[1]Ikromullah ramadhan,"*Pemahaman Masyarakat Pedesaan terhadap Asuransi Syariah*"("Skripsi—"), UIN Jakarta 2015,17.

[2]Muhammad Zainal Abidin,*Pemahaman Menurut Para Ahli*, www.MasBied.com "diakses pada" 02 Maret 2017 pukul 13.36.

[3]Depdikbud,"*Kurikulum Sekolah Lanjutan Tingkat Atas*",(Jakarta:Debdikbud 1994), 74.

yaitu setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.[4]

Nasabah adalah orang yang menjadi pelanggan (menabung, dsb) di bank, orang yang menjadi tanggungan asuransi. Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau Unit Usaha Syariah. Nasabah penyimpan adaah nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah atau Usaha Unit Syariah dalambentuk simpanan berdasarkan akad antara pihakbank syariah dan Usaha Unit Syariah dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah yang mengikuti asuransi syariah perlu mengetahui akad dan prinsip-prinsip asuransi syariah, sehingga kesimpulan yang dapat diambil dari pengertian pemahaman nasabah mengenai asuransi syariah adalah sejauh mana nasabah asuransi syariah mengerti benar-benar terhadap akaddan prinsip-prinsip asuransi syariah.

Penting bagi nasabah asuransi syariah untuk mengetahui akad dan prinsip-prisip yang di aterapkan oleh perusahaan asuransi syariah. Pemahaman ini berguna bagi nasabah, agar nasabah dapat mengetahui bagaimana uang yang di asuransikan dimasa depan apakah telah sesuai dengan perjanjian di awal kerja sama serta sudah sesuai dengan akad yang telah di tentukan, sehingga nasabah dapat

[4]Oka Dhermawan, *Optimalisasi Perlindungan Nasabah Bank Melalui Peran Advokasi Lembaga Perlindungan Konsumen dan Good CorporateGovernance,*Jurnal hukum bisnis,vol 28, No.1, 44-51

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempertimbangkan keputusannya dari segi efektif dan efisiensi tidak hanya faktor keagamaan semata. Dengan demikian nasabah dengan pengetahuan yang banyakdapat mengelolah dan memberikan informasi yang baik pula.

Informasi yang baik yang diberikan nasabah, dengan memberikan informasi kepada orang lain dapat memberi dampak yang baik bagi pertumbuhan asuransi syariah. Komunikasi antar masyarakat adalah sosialisasi yang paling baik untuk mempromosikan asuransi syariah.[5]

2. **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemahaman Nasabah**

a. Faktor Minat

Minat adalah keinginan kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang.[6] Minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang yang bertindak terhadap orang aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut disertai rasa senang.[7]

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat suatu konsumen dalam membeli suatu produk dapat dilihat dari segi eksternal dan internal. Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berasal dari lingkungan eksternal individu yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam membeli suatu

---

[5]Rahmat Setianto,*Sosiaisasi Perbankan Syariah Melalui Komunikasi Pemasaran Terpadu,* http://fosseijati.multiply.com .diunduh 5 mei jam 11.35

[6]Philip Kotler dan Gary Amstrong,"*Prisip-Prinsip Pemasaran*",(Jakarta:Erlangga 2011),hlm 18.

[7]Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab,"Psikologi Suatu Pengantar dalam Prespektif Islam",(Jakarta:Kencana,2004),263.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produk. Yang termasuk faktor eksternal adalah faktor budaya dan faktor sosial. Sedangkan dari faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari lingkungan internal yang berpengaruh terhadap minat dalam membeli suatu produk yakni

1. Produk

   Produk adalah segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun organisasi.[8] Pengertian produk secara umum juga dikemukakan oleh beberapa para ahli. Menurut Philip Kotler produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai atau dikonsumsi sehingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.[9]

2. Promosi

   Promosi dalam sistem ekonomi syariah harus memperhatikan niai-nilai kejujuran dan menjauhi penipuan. Media atau saran yang digunakan harus sesuai dengan prinsip syariah.[10] Menurut indriyo Gitosudarmo promosi merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Adapun alat-alat yang

[8]Danang Sunyoto,"Dasar-dasar Manajemen Pemasaran",(Yogyakarta:CAPS,2013),Cetakan 3, 65.
[9]Philip Kotler dan Gary Amstrong,"Prinsip-Prinsip Pemasaran",(Jakarta:Erlangga,2011), hlm 23.
[10]Abdul Amrin,"Strategi Pemasaran Asuransi Syariah",(Jakarta: PT. Grasindo,2007), Cetakan 1,62.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk dapat dipilih beberapa cara, yaitu: iklan, promosi penjualan, publisitas, bauran promosi.[11]

3. Harga

   Menurut kotler harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Di dalam perusahaan kecil, seringkali ditetapkan oleh menejemen pemasaran saja. Namun pada perusahaan-perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer divisi atau menejer lini produk.[12] Istilah harga dalam bisnis asuransi biasanya disebut dengan premi.

4. Sosial-Ekonomi

   Sosial-ekonomi didefinisikan sebagai sebuah kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat, yang didalamnya terjadi interaksi sosial dengan ekonomi. Sosiologi-ekonomi mengkaji masyarakat yang didalamnya terdapat proses dan pola interaksi sosial, dalam hubungannya dengan ekonomi.[13]

---

[11]Philip Kotler dan kevin lane keller, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: PT INDEKS, 2007),Edisi 12 Jilid 2,244.

[12]Fandi Tjiptono, Gregorius Chandra dan Dadi Andrian, *Pemasaran Strategic,* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008,), 244.

[13]Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi,* (Jakarta: Kencana, 2011), Cet2, 11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Faktor pengetahuan konsumen

Dalam hal ini konsumen yang dimaksud adalah nasabah dalam asuransi syariah. Sejumah pengalaman dengan informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiiki seseorang, semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiiki konsumen maka semakin banyak pula pengalaman yang ia punya menegenai produk tersebut. Pengalaman ini nantinya yang akan mempengaruhi keputusan pembelian dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk.[14] Pengetahuan sebagai informasi yang disimpan seseorang di dalam memori otaknyasebagian informasi tersebut berfungsi bagi konsumen untuk mengenali pasar, dan hal tersebut disebut sebagai pengetahuan konsumen.[15]

Berdasarkan kepada dua definisi tersebut dapat diartikan bahwa pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki 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.

Menurut Notoatmodjo, pengetahuan kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seorang (overt

[14]Mowel & minor,"Perilaku Konsumen Edisi Bahasa Indonesia", (Jakarta : Erlangga,2000) ,135.
[15]Engel, Blackwell and miniard,"Consumer Behavior Marketing Research", (Philadelphia:The Dryden Press Harcourt Brace Collage,1995), 337.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

behavior). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang yaitu :[16]

1) Usia

Usia mempengaruhi terhadap daya tangkap dan pola pikir seseorang. Semakin bertambahnya usia akan semakin berkembang pada daya tangkap dan pola pikirnya, sehingga pengetahuan yang diperolenya semakin membaik.[17]

Semakin tua usia seseorang maka proses-proses perkembangan mentalnya bertambah baik, akan tetapi pada usia tertentu, bertambahnya proses perkembangan mental ini tidak seperti ketika umur belasan tahun.[18] Menurut Sarwono, pada usia 25-29 tahun merupakan golongan usia paling produktif, dimana pada usia ini pemikiran yang lebih kritis, sehingga cenderung untuk mencari tahu.[19] Selain itu Abu Ahmadi (2001:74) juga mengemukakan bahwa memang daya ingat seseorang itu salah satunya dipengaruhi oleh umur. Sikap kritis diperlukan agar kita mampu mengambil keputusan yang tepat dalam berbagai aspek kehidupan (Molan, 2010). Dari uraian tersebut maka

---

[16]Notoatmodjo,S.2007.*Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*, Cetakan I. Jakarta : PT Rineka Cipta,25

[17]*Ibid*,219

[18]Gunarsih Singgih,1998,*Psikologi Perkembangan*, Jakarta, BPK Gunung Mulia, 273

[19]Wirawan Sarwono, Surlito. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Jakarta Rajawali Pers, 2010.,35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat disimpulkan bahwa bertambahnya umur seseorang dapat berpengaruh pada pertambahan pengetahuan yang diperolehnya, akan tetapi pada unsur-unsur tetentu atau menjelang usia lanjut kemampuan penerimaan atau mengingat suatu pengetahuan akan berkurang.

2) Jenis kelamin

Beberapa orang beranggapan bahwa pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh jenis kelaminnya. Dan hal ini sudah tertanam sejak jaman penjajahan. Namun hal itu di jaman sekarang inisudah terbantahan karena apapun jenis kelamin seseorang, bila dia masih produktif, berpendidikan, dan berpengalaman maka ia cenderung mempunyai tingkat pengetahuan yang tinggi.[20]

3) Pendidikan

Pendidikan adalah suatu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan di dalam dan di luar sekolah dan berlangsung seumur hidup pendidikan mempengaruhi proses belajar, makin tinggi pendidikan seseorang semakin mudah seseorang tersebut untuk menerima informasi.[21]Dengan pendidikan tinggi maka seseorang akan cenderung untuk mendapatkan informasi, baik dari orang lain maupun media

[20]Mubin, Cahyani Ani. *Psikologi Perkembangan, Cetakan I.* Jakarta : Ciputat Press Grup, 2006.
[21]Notoatmodjo,S.2007.*Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*, Cetakan I. Jakarta : PT Rineka Cipta,25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

massa. Semakin banyak informasi yang masuk, semakin banyak pula informasi yang didapat. Pengetahuan sangat erat kaitannya dengan pendidikan dimana diharapkan seseorang dengan pendidikan tinngi, maka orang tersebut akan semakin luas pula pengetahuannya.

4) Pekerjaan

memang secara tidak langsung pekerjaan turut andil dalam mempengruhi tingkat pendidikan seseorang, hal ini dikarenakan pekerjaan berhubungan erat dengan faktor interaksi sosial dan kebudayaan, sedangkan interaksi sosial dan budaya berhubungan erat dengan proses pertukran informasi. Dan hal ini tentunya akan mempengaruhi tingkat pengetahuan seseorang. [22]

Dari beberapa uraian faktor-faktor diatas peneliti maka peneliti menentukan 8 variabel yaitu minat, produk, promosi, harga, sosial-ekonomi, usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan.

3. Asuransi Syariah

a. Pengertian Asuransi

Menurut sudut pandang bisnis,asuransi adalah sebuah perusahaan yang usaha utamanya menerima atau menjual jasa,pemindahan resiko dari pihak lain dan memperoleh

[22] *Ibid 27.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keuntungan dengan berbagi risiko diantara sejumlah nasabahnya. Dari sudut pandang sosial asuransi sebagai sebuah organisasi sosial yang menerima pemindahan risiko dan mengumpulkan dana dari anggota-anggotanya guna membayar kerugian yang mungkin terjadi pada masing-masing anggota tersebut.[23]

Menurut Undang-Undang No. 2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransian,asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih dimana pihak penganggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima sejumlah premi asuransi, untuk memberikan pergantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti atau untuk memberikan suatu pembayaranyang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan.[24]

Tujuan asuransi pada dasarnya adalah mengalihkan risiko yang ditimbulkan oleh peristiwa-peristiwa yang tidak diharapkan kepada orang lain yang bersedia mengambil risiko itu dengan mengganti kerugian yang dideritanya.[25]

---

[23]Hasan Ali,*Asuransi dalam perspektif Hukum Islam,Suatu Tinjauan Analisi Historis,Teoritis dan praktis,*(Jakarta:Prenada Media,2004),59.

[24]Gemala Dewi,*Aspek-aspek dalam perbankan dan perasuransian Syariah di Indonesia*(Jakarta:Kencana,2007) Cetakan Ke-4,19.

[25]Zainnudin Ali,*Hukum Asuransi syariah,*(Jakarta:Sinar Grafika,2008), 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Pengertian Asuransi Syariah

Kata asuransi berasal dari bahasa inggris yaitu, *insurance*, yang dalam bahasa indonesia telah menjadi bahasa popular dan diadopsidalam kamus besarbahasa indonesia dengan padanan kata 'pertanggungan'. Dalam bahasa belanda biasa disebut dengan istilah *assurantie* (asuransi) dan *verzekering* (pertanggungan).[26]

Asuransi syariah adalah pengaturan pengelolaan resiko yang memenuhiketentuan syariah, tolong-menolong secara mutual yang melibatkan peserta dan operator. Syariah berasal dari ketentuan-ketentuan di dala Al-Qur'an dan As-Sunnah.[27]

Dalam perspektif ekonomi Islam asuransi dikenal dengan istilah takaful yang berasal dari bahasa arab *tākāfālā-yātākāfulu-tākāfūl* yang berarti saling menanggung atau menjamin. Asuransi dapat diartikan sebagai perjanjian yang berkitan dengan pertanggungan atau penjaminan atas resiko kerugian tertentu.[28]

Dari beberapa pengertian di atas, dapat kita ambil kesimpulan bahwasannya asuransi takaful merupakan pihak yang tertanggung penjamin atas segala risiko kerugian, kerusakan, kehilangan, atau kematian yang dialami oleh nasabah (pihak tertanggung). Dalam hal ini, si tertanggung mengikat perjanjian (penjaminan resiko) dengan si penanggung atas barang atau harta, jiwa dan sebagainya berdasarkan

[26]AM. Hasan Ali , *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam*, (Jakarta:Kencana,2004), 57.
[27]Iqbal Muhaimin, *Asuransi Umum Syariah dalam Praktik,* (Jakarta: Gema Insani Press,2005),2.
[28]Hendi Suhendi dan Deni K Yusuf, *Asuransi Takaful dari Teoritis Ke Praktik*, (Bandung: Mimbar Pustaka, 2005), I.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

prinsip bagi hasil yang mana kerugian dan keuntungan disepakati oleh kedua belah pihak.[29]

Asuransi merupakan cara atau metode untuk memelihara manusia dalam menghindari resiko (ancaman) bahaya yang beragam yang akan terjadi dalam hidupnya, dalam perjalanan kegiatan hidupnya atau dalam aktivitas ekonominya.[30]

Dalam ensiklopedi hukum islam telah disebutkan bahwa asuransi adalah transaksi perjanjian antara dua pihak, dimana pihak yang satu berkewajiban membayar iuran dan pihak yang lain berkewajiban memberikan jaminan sepenuhnya kepada pembayar iuran jika terjadi sesuatu yang menimpa pihak pertama sesuai dengan perjanjian yang dibuat.[31]

Abbas salim berpendapat, bahwa asuransi adalah suatu kemauan untuk menetapkan kerugian-kerugian kecil (sedikit) yang sudah pasti sebagai pengganti (substitusi) kerugian-kerugian yang belum pasti.[32]

Dalam pengertian asuransi di atas, menunjukkan bahwa asuransi mempunyai unsur-unsur sebagai berikut :

1) Adanya pihak tertanggung
2) Adanya pihak penanggung
3) Adanya perjanjian asuransi

---

[29] *Ibid* ,.3.
[30] Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah*, (Jakarta: Gema Insani, 2004),28.
[31] AM. Hasan Ali, *Masail Fiqhiyah : Zakat, Pajak, Asuransi dan Lembaga Keuangan,* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.2003),95.
[32] Abbas Salim,*Dasar-dasar Asuransi*, (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada,1995), I.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Adanya pembayaran premi
5) Adanya kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan (yang diderita tertanggung)
6) Adanya suatu peristiwa yang tidak pasti terjadinya.[33]

Jadi asuransi syariah adalah suatu pengaturan pengelolaan risiko yang memenuhi ketentuan syariah, tolong-menolong secara mutual yang melibatkan peerta dan perusahaan asuransi.

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Untuk menghindari penelitian terhadap objek yang sama atau pengulangan terhadap suatu penelitian yang sama, serta menghindari anggapan plagiasi terhadap karya tertentu, maka perlu adanya penelitian terdahulu yang relevan.

Berikut penulis memaparkan beberapa penelitian yang membahas tema yang sama diantaranya :

No	Judul Penelitian	Penyusun	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Gender, Tingkat Pendidikan dan Usia Terhadap Kesadaran Berasuransi pada Masyarakat Indonesia	Sri Hermawati	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan pengetahuan dan pemahaman akan asuransi jiwa pada berbagai usia responden. Gender berpengaruh hanya pada perbedaan pemahaman akan asuransi jiwa. Tingkat pendidikan mempengaruhi kesadaran akan asuransi jiwa.
2.	Persepsi Etnis China Terhadap Perbankan Syariah	Harviz Akbar Haroni Doli	Hasil penelitian ini adalah hubungan positif antara variabel kinerja, pelayanan, promosi dan

[33]Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*,(Jakarta: Gema Insani,2006), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Di Kota Medan	H. Ritonga	physical evidence terhadap bank syariah di Medan.
3.	Pemahaman Masyarakat Pedesaan Terhadap Asuransi Syariah (Studi dan Analisis pada Desa Duku Puntang Kecamatan Duku Puntang Kabupaten Cirebon)	Ikromullah Ramadhan	Hasil penelitian ini adalah Teori yang mendukung pendapat yang di jelaskan dalam bab II adalah teori solidaritas mekanik dan Emile durkhem yang menyebabkan terhambatnya arus pemahaman masyarakat terhadap asuransi
4.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim dalam Membeli Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi pada AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Margonda)	Winny Rahmawati	Hasil penelitian ini adalah tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat non muslim adalah faktor promosi merupakan faktor yang paling dominan dalam minat non muslim.
5.	Analisis Pemahaman Nasabah Bank Syariah Terhadap Sistem Perbankan Islam (Studi Kasus Mahasiswa S1 Ekonomi Islam Universitas Brawijaya)	Citra Pratiwi	Hasil penelitian ini adalah untuk menetap padasuatu perbankan juga dipengaruhi oleh pemahaman dan pengetahuan.

Sumber : diolah dari berbagai sumber

Penelitian pertama, berjudul pengaruh Gender, Tingkat Pendidikan dan Usia Terhadap Kesadaran Berasuransi yang dituliskan oleh Sri Herawati dalam jurnal asuransi dan manajemen risiko Volume 1, No 1, Februari 2013 yang diterbitkan oleh AAMAL. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan analisis manova sedangkan penulis menggunakan analisis faktor.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian kedua, berjudul Persepsi Etnis China Terhadap Perbankan Syariah di Kota Medan dituliskan oleh Harviz Akbar Haroni Doni H. Ritonga dalam jurnal Ekonomi dan Keuangan , Vol 1, No. 2, Januari 2013. Perbedaan penelitian ini adalah peneliti ini mengolah data dengan menggunakan ordinary least square sedangkan penulis menggunakan analisis faktor.

Penelitian ketiga, berjudul Pemahaman Masyarakat Pedesaan Terhadap Asuransi Syariah (Studi dan Analisis pada Desa Duku Puntang Kecamatan Duku Puntang Kabupaten Cirebon), penulisan ini berbentuk skripsi di tuliskan oleh Ikromullah Ramadhan. Perbedaan penelitian ini terletak pada tempat penelitiannya, penelitian ini tempatnay di Desa Duku Puntang Kecamatan Duku Puntang Kabupaten Cirebon, sedangkan penulis di AJB Bumiputera1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo.

Penelitian keempat, berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim dalam Membeli Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi pada AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Margonda) penelitian ini berbentuk skripsi yang dituliskan oleh Winny Rahmawati. Perbedaan penelitian ini terletak pada tempat penelitiannya yaitu terletak di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Margonda, dan objeknya adalah nasabah non-muslim sedangkan penulis di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo.

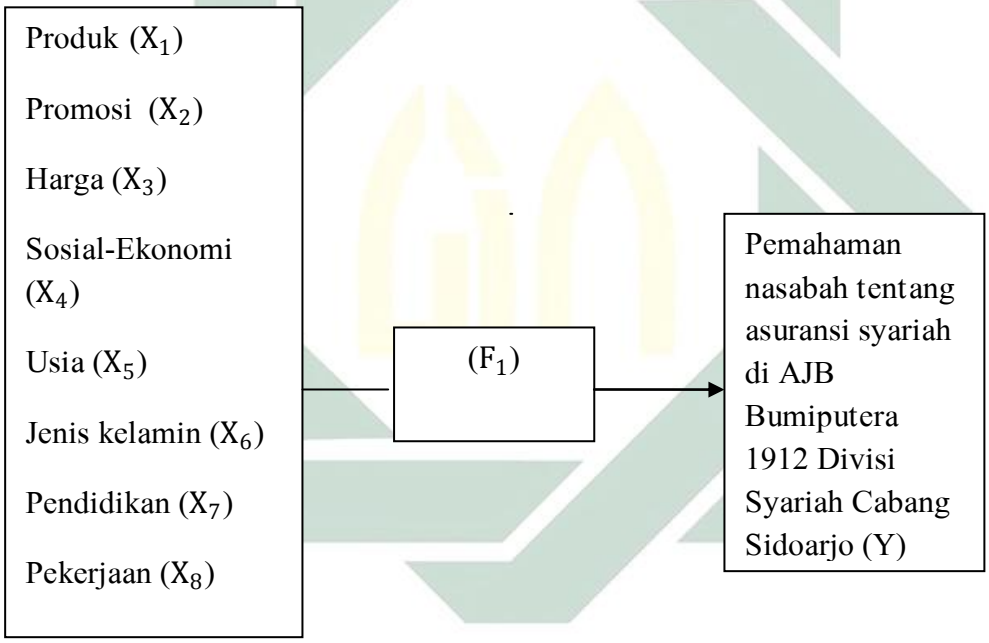
Penelitian kelima, berjudul Analisis Pemahaman Nasabah Bank Syariah Terhadap Sistem Perbankan Islam (Studi Kasus Mahasiswa S1 Ekonomi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Islam Universitas Brawijaya) penelitian ini berbentuk skripsi yang dituliskan oleh Citra Pratiwi. Perbedaan penelitian ini terletak objeknya yakni mahasiswa S1 Ekonomi Islam Universitas Brawijaya malang sedangkan penulis objeknya nasabah AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo.

C. Kerangka Konseptual

Bagan 2.1 Kerangka Konseptual



Sumber : dari berbagai sumber

Pemahaman nasabah dapat di pengaruhi oleh beberapa variabel, dalam penelitian ini menggunakan sebelas variabel bebas yaitu produk, promosi, harga, sosial-ekonomi, usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, keinginan, kebutuhan, motivasi, pengetahuan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang paling berperan diantara kesebelas variabel tersebut terhadap pemahaman nasabah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Hipotesis

Hipotesis secara etimologisdibentuk dari dua kata, yaitu kata *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan *thesis* adalah pendapat. Kemudian kedua kata ini digabung menjadi hypotesis dan di indonesia kan menjadi hipotesis dengan arti suatu kesimpulan yang masih kurang yang masih beum sempurna. Pengertian ini kemudian diperluas dengan maksud sebagai kesimpulan yang belum sempurna, sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hypotesis itu. Pembuktian itu hanya dapat dilakukan dengan menguji hipotesis dengan data lapangan.[34]

Hypotesis sesungguhnya adalah jawaban sementara terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan. Dengan hipotesis, penelitian menjadi tidak ngambang karena dibimbing oleh hipotesis tersebut. Disamping hipotesis berfungsi sebagai *guide* penelitian, ekstensi peneitian itu sendiriyang terpenting adalah menguji hipotesis. Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka konseptual, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah [35]

1. Diduga variabel produk berpengaruh positif terhadap pemahaman nasabah di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo.
2. Diduga variabel promosi berpengaruh positif terhadap pemahaman nasabah di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo.

[34]Burhan Bungin,*Metodologi Penelitian Sosial (Format-format Kuantitatif dan Kualitatif)*,(Surabaya: Airlangga University Press,2011),90.
[35]Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Diduga variabel harga berpengaruh positif terhadap pemahaman nasabah di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo.
4. Diduga variabel soaial-ekonomi berpengaruh positif terhadap pemahaman nasabah di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo.
5. Diduga variabel usia berpengaruh positif terhadap pemahaman nasabah di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo.
6. Diduga variabel jenis kelamin berpengaruh positif terhadap pemahaman nasabah di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo.
7. Diduga variabel pendidikan berpengaruh positif terhadap pemahaman nasabah di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo.
8. Diduga variabel pekerjaan berpengaruh positif terhadap pemahaman nasabah di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id