

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK  
TABUNGAN IB HASANAH**



**SKRIPSI**

**Disusun untuk Melengkapi Syarat-syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)**

**Oleh:**

**BISMO PURYA SAPUTRA**

**NIM : 1507025015**

**NIMKO : 3954020215015**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA  
TAHUN 2019 M/ 1441 H**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK  
TABUNGAN IB HASANAH**



**SKRIPSI**

**Disusun untuk Melengkapi Syarat-syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)**

**Oleh:**

**BISMO PURYA SAPUTRA**

**NIM : 1507025015**

**NIMKO : 3954020215015**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA  
TAHUN 2019 M/ 1441 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan IB Hasanah”** merupakan hasil karya saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
3. Jika di kemudian hari terbukti bahwa karya ini merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.

Jakarta, 08 Oktober 2019



(Bismo Purya Saputra)

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan IB Hasanah”**, ditulis oleh **Bismo Purya Saputra**, NIM: 1507025015, NIMKO: 3954020215015, telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

Pembimbing,



(M.A.S Sridjoko Darodjatun,MT)

### PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan IB Hasanah", ditulis oleh Bismo Purya Saputra, NIM: 1507025015, NIMKO: 3954020215015. Telah diujikan pada hari Selasa 19 November 2019, diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dean,

  
Fitri Liza, S.Ag., M.A.

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Fitri Liza, S.Ag., M.A.

Ketua



5/11/19

Ai Fatimah Nur Fuad, Lc., MA., Ph.D

Sekretaris



4/12/19

M.A.S Sridjoko Daroajatun, MT

Anggota Pembimbing



4 Des 2019

Arif Hamzah, MA

Anggota Penguji I



28/11/2019

Yanti Budiasih, SE., MM

Anggota Penguji II



03 Des 2019

## ABSTRAK

Bismo Purya Saputra, Pengaruh Literasi keuangan Syariah dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan IB Hasanah. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan IB Hasanah. Penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif. Penelitian dilakukan terhadap 100 nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati yang menjadi sampel dari jumlah populasi sebesar 92.708 nasabah. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *Probability sampling* dengan *metode simple random sampling* sedangkan untuk metode analisis data menggunakan model regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.00.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Literasi Keuangan Syariah dan Citra Merek berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan IB Hasanah. Dan secara simultan variabel Literasi Keuangan Syariah dan Citra Merek berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan IB Hasanah.

**Kata Kunci : Literasi, Citra Merek, dan Keputusan Nasabah.**

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A.Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E.Tujuan dan manfaat Penelitian.....	9
F. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	11
G.Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>15</b>
A. Teori yang Berkaitan Dengan Pembahasan.....	15
1. Literasi Keuangan Syariah .....	15
2. <i>Brand Image</i> (citra merek) .....	22
3. Pengambilan Keputusan .....	25
B. Kerangka Berpikir.....	32
C. Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Ruang Lingkup Penelitian .....	35
B. Metode Pengumpulan Data.....	39
C. Metode Pengolahan Data .....	41
D. Metode Analisis Data .....	42

<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	49
1. Sejarah Singkat Bank BNI Syariah .....	49
2. Profil Bank BNI Syariah .....	50
3. Visi dan Misi BNI Syariah .....	51
4. Produk Tabungan Bank BNI Syariah.....	52
B. Gambaran Umum Responden.....	53
1. Karakteristik Jenis Kelamin .....	53
2. Karakteristik Umur.....	54
3. Karakteristik Pendidikan Terakhir .....	55
4. Karakteristik Pekerjaan .....	56
5. Karakteristik Lama Menjadi Nasabah.....	57
6. Karakteristik Akad yang digunakan .....	58
7. Karakteristik Pendapatan Perbulan .....	59
C. Hasil Kuesioner .....	60
D. Analisis Data .....	65
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	65
2. Uji Asumsi Klasik .....	68
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
4. Uji Hipotesis.....	73
E. Interpretasi Hasil Penelitian.....	76
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>79</b>
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	11
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	36
Tabel 4.1. Biaya Tabungan IB Hasanah.....	54
Tabel 4.2. Karakteristik Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4.3. Karakteristik Umur .....	55
Tabel 4.4. Karakteristik Pendidikan Terakhir .....	56
Tabel 4.5. Karakteristik Pekerjaan .....	57
Tabel 4.6. Karakteristik Lama Menjadi Nasabah.....	58
Tabel 4.7. Karakteristik Akad yang Digunakan.....	59
Tabel 4.8. Karakteristik Pendapatan Perbulan .....	59
Tabel 4.9. Frekuensi Statistik Variabel Literasi Keuangan Syariah .....	60
Tabel 4.10. Deskripsi Jawaban Variabel Literasi Keuangan Syariah .....	61
Tabel 4.11. Frekuensi Statistik Variabel Citra Merek.....	62
Tabel 4.12. Deskripsi Jawaban Variabel Citra Merek .....	63
Tabel 4.13. Frekuensi Statistik Variabel Keputusan Nasabah .....	64
Tabel 4.14. Deskripsi Jawaban Variabel Keputusan Nasabah.....	65
Tabel 4.15. Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 4.16. Hasil Uji Reliabilitas .....	68
Tabel 4.17. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	69
Tabel 4.18. Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4.19. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	70
Tabel 4.20. Hasil Uji Autokorelasi .....	71
Tabel 4.21. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	72
Tabel 4.22. Hasil Uji t (Parsial) .....	74
Tabel 4.23. Hasil Uji F (Simultan).....	75
Tabel 4.24. Hasil Uji Koefisien Determinan $R^2$ .....	76

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>1</sup> Bank syariah (Islam) pertama kali berdiri di wilayah timur tengah. Pada tahun 1963 berdiri Mit Ghamr Local Saving Bank. Yang selanjutnya diikuti oleh Nasir Social Bank pada tahun 1967. Setelah bank-bank syariah ini berdiri, kemudian diikuti oleh *Islamic Bank Development* (IBD) pada tahun 1967 dan Faisal *Islamic Bank* pada tahun 1976. Pendirian bank syariah kemudian menyebar ke penujuru dunia, termasuk Indonesia.<sup>2</sup>

Di Indonesia sendiri bank syariah yang pertama kali didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Pada awal pendirian Bank Muamalat Indonesia, keberadaan bank syariah ini belum mendapatkan perhatian yang optimal dalam tatanan industri perbankan nasional. Landasan hukum operasi bank yang menggunakan sistem syariah ini hanya dikategorikan sebagai “bank dengan sistem bagi hasil”: tidak

---

<sup>1</sup>Undang-Undang No 21 thn 2008 tentang perbankan syariah.pasal 1 Ayat 1.

<sup>2</sup>Kuat Ismanto, “Literasi Masyarakat dan Dampaknya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah,”*Human Falah*, Vol. 5, No.1, Januari 2018, 15.

terdapat rincian landasan hukum syariah serta jenis-jenis usaha yang diperbolehkan.<sup>3</sup>

Perkembangan bank syariah sampai saat ini mengalami peningkatan yang sangat signifikan, hingga desember 2018, Bank Umum Syariah (BUS) memiliki 14 institusi, Unit Usaha Syariah (UUS) memiliki 20 institusi, dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) memiliki 167 institusi.<sup>4</sup> Kembali pada tujuan awal didirikannya perbankan syariah adalah untuk menjadi solusi warga Indonesia yang ingin menghindari transaksi yang mengandung unsur riba, maysir, gharar, dan bathil. Apalagi Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi terbesar di dunia dan lebih dari 87% penduduknya adalah umat muslim.<sup>5</sup>

Dilihat dari perkembangan bank syariah pada tahun 2018 yang mengalami peningkatan yang sangat pesat hal itu tidak terlepas dari semakin meningkatkannya minat masyarakat untuk mengambil produk perbankan syariah.

Namun menurut Dhani Gunawan selaku Direktur Perbankan Syariah OJK mengungkapkan bahwa terdapat beberapa masalah yang menjadi tantangan dan perlu diatasi oleh perbankan syariah. Yaitu, akses perbankan syariah masih kurang pada sektor-sektor tertentu, khususnya infrastruktur. Perlunya peningkatan pengawasan pada pengelolaan dana

---

<sup>3</sup> Nurul Ichsan Hasan, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Gaung Persada Press Group, 2014), 102.

<sup>4</sup> Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah Desember 2018* (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2018), 4.

<sup>5</sup> <https://support.mulsimpro.com> (diakses 16 Juni 2019).

bank syariah. Masalah permodalan, kualitas sumber daya manusia, dan lain-lain.<sup>6</sup>

Strategi yang dilakukan untuk meningkatkan literasi keuangan syariah adalah dengan menggandeng industri jasa keuangan syariah dalam mensosialisasikan produk dan jasa syariah kepada masyarakat. Sehingga melalui literasi keuangan syariah masyarakat tidak ragu-ragu dalam menggunakan produk dan jasa keuangan syariah.

Sosialisasi tentang literasi keuangan syariah yang dilakukan oleh industri keuangan syariah diharapkan bukan hanya mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang literasi keuangan syariah, tetapi juga mengubah perilaku masyarakat dalam mengelola keuangan menjadi lebih baik, pandai memilih investasi halal dan mencegah masyarakat mengikuti investasi bodong yang kerap muncul. Melalui program literasi keuangan syariah, diharapkan masyarakat dapat memperoleh pemahaman mengenai lembaga keuangan syariah serta produk dan jasa keuangan syariah, termasuk fitur, manfaat dan resiko terkait produk dan jasa keuangan syariah.<sup>7</sup>

Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SLNIK) 2016 yang dilakukan oleh OJK menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah 2016 sebesar 8,11% dan indeks inklusi keuangan syariah

---

<sup>6</sup>Rahmawati Deylla Handida dan Maimun Sholeh, "Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta," *Jurnal Economia*, Volume 14, No. 1, April 2018, 85.

<sup>7</sup><https://www.iqtishadconsulting.com/content/read/blog/membangun-literasi-keuangan-syariah-di-indonesia> (diakses 17 Juni 2019).

2016 sebesar 16,00%. Indeks ini masih sangat rendah dibandingkan dengan indeks literasi keuangan konvensional tahun 2016 sebesar 29,66% dan indeks inklusi keuangan konvensional tahun 2016 sebesar 67,82%.<sup>8</sup>

Faktor yang menyebabkan tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia masih rendah yaitu tingkat pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang keuangan syariah masih sangat rendah. Istilah-istilah Arab yang mewarnai nama produk keuangan syariah menjadi alasan mengapa tingkat pemahaman masyarakat demikian rendah, belum lagi sistem, konsep dan mekanisme masing-masing akad dan produk. Masih terlalu banyak yang belum mengerti dengan sistem dan produk keuangan syariah, apa perbedaannya dan keunggulannya dengan keuangan biasa. Terbatasnya pakar dan SDM keuangan syariah untuk mengedukasi keuangan syariah. Para akademisi di berbagai Perguruan Tinggi, termasuk Perguruan Tinggi Islam belum memainkan peran yang optimal dalam sosialisasi dan edukasi ekonomi syariah.<sup>9</sup>

Menurut anggota Dewan Komisioner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen Tirta Segara. Menyampaikan bahwa indeks inklusi keuangan tersebut menunjukkan banyak masyarakat yang telah menggunakan produk dan layanan keuangan tanpa dibekali pemahaman keuangan yang memadai. Menurutnya, literasi keuangan masyarakat dan pengelolaan keuangan bagi setiap keluarga Indonesia merupakan hal yang

---

<sup>8</sup>Otoritas Jasa Keuangan, *Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan 2016* (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2016), 15.

<sup>9</sup><https://www.iqtishadconsulting.com/content/read/blog/membangun-literasi-keuangan-syariah-di-indonesia> (diakses 17 Juni 2019)

penting. Pasalnya, keluarga merupakan salah satu pilar perekonomian dimana kesehatan keuangan keluarga akan memberikan pengaruh terhadap kesehatan keuangan Negara secara keseluruhan.<sup>10</sup>

Selain faktor literasi keuangan syariah, ada beberapa faktor yang menyebabkan pertumbuhan perbankan syariah masih jauh dari perbankan konvensional, antara lain: (1) pemahaman masyarakat yang belum tepat terhadap operasional perbankan syariah, (2) keterbatasan kualitas sumber daya, serta (3) kurang inovatif dalam mengembangkan produk berbasis syariah.<sup>11</sup>

Dalam persaingan di dunia bisnis perbankan yang semakin kompetitif dan dengan banyaknya jumlah bank yang berdiri saat ini, terdapat beberapa alasan yang menjadi bahan pertimbangan masyarakat untuk menjadi nasabah pada suatu bank yang menjadi pilihan. Alasan tersebut salah satunya karena berbagai macam produk yang bervariasi yang ditawarkan oleh bank. Terkadang masyarakat menjadi nasabah lebih dari dua bank, dikarenakan adanya kebutuhan produk atau jasa yang tidak dapat terpenuhi dari salah satu bank tersebut mengakibatkan persaingan antar bank dalam menghimpun dana masyarakat sebanyak-banyaknya ditempuh melalui bermacam-macam cara, antara lain dengan

---

<sup>10</sup><https://ekbis.sindonews.com/newsread/1245411/178/literasi-keuangan-di-indonesia-tercatat-masih-rendah> (diakses 19 Juni 2019).

<sup>11</sup>Rahman El Junusi, "Implementasi Syariah Governance Serta Implikasinya Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Bank Syariah," *Al-Tahrir*, Vol. 12, No. 1, Mei 2012, 95.

mengeluarkan jenis-jenis tabungan baru yang dilengkapi dengan sejumlah atribut yang dapat merangsang keputusan masyarakat untuk menabung.<sup>12</sup>

Melalui citra merek yang kuat maka nasabah akan memiliki asumsi yang kuat terhadap merek dari produk yang ditawarkan oleh bank syariah. melalui *brand image* yang baik maka dapat menimbulkan perasaan pada saat nasabah yang ingin menggunakan merek tertentu. Citra merek (*brand image*) memiliki posisi strategi dalam persaingan yang tidak dapat diabaikan oleh perbankan syariah dalam rangka menarik keputusan masyarakat untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan.<sup>13</sup>

nasabah cenderung menjadikan citra merek suatu produk dan jasa bank konvensional sebagai acuan sebelum menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah sehingga perusahaan harus dapat membangun citra merek bank syariah yang lebih baik dengan menawarkan produk dan jasa yang lebih menarik serta menggambarkan manfaat produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>14</sup> Sehingga citra merek (*brand image*) digunakan oleh nasabah untuk mengevaluasi suatu produk ketika nasabah tidak memiliki pengetahuan yang cukup baik terhadap suatu produk. Nasabah lebih cenderung memilih produk yang

---

<sup>12</sup>Farrah Balqis, "Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Proses Keputusan Nasabah Produk Tabungan Bank BRI Syariah," (Skripsi S1 UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), 7.

<sup>13</sup>Nur Istiana, "Analisi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Mandiri Salatiga," (Skripsi S1 IAIN Salatiga, 2015), 6.

<sup>14</sup>Aditya Bagus dan Yessy Artanti, "Pengaruh Citra Merek dan Promosi penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri," *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2, No.4, Oktober 2014, 1261.

sudah terkenal dan digunakan oleh banyak orang dari pada produk yang belum dikenalnya.

Penelitian ini dilakukan di bank BNI Syariah karena Per Desember 2018, Aset BNI Syariah mencapai Rp41,05 Triliun atau tumbuh sebesar 17,88% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Dari sisi bisnis khususnya penghimpunan dana, Dana Pihak Ketiga (DPK) BNI Syariah mencapai Rp 35,50 Triliun atau tumbuh 20,82% dengan jumlah nasabah mencapai lebih dari 3 juta. Komposisi DPK tersebut didominasi oleh dana murah (Giro dan Tabungan) yang mencapai 55,82%. Komposisi dana murah ini juga meningkat jika dibanding tahun sebelumnya (51,60%).<sup>15</sup>

Hasil penelitian tentang pengaruh literasi, dan *brand image* (citra merek) telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Variabel literasi Menurut penelitian yang dilakukan oleh Viviliana, pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah berpengaruh signifikan. Dan menurut penelitian yang dilakukan oleh Aksanul Khosasi, pengaruh literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di bank syariah bukopin sidoarjo tidak berpengaruh secara signifikan.

Hasil penelitian tentang variabel *brand image* (citra merek) menurut penelitian yang dilakukan oleh Agung Satrio Elhamidy, variabel citra merek berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan nasabah

---

<sup>15</sup><https://www.bnisyariah.co.id/id-id/beranda/berita/siaranpers/ArticleID/1564/Kinerja-BNI-Syariah-Tumbuh-Positif-di-Tahun-2018> (diakses 20 Agustus 2019).

bank bni syariah. Dan menurut penelitian yang dilakukan oleh Cut Dilam Chalida Ulfah, variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN *BRAND IMAGE* (CITRA MEREK) TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN IB HASANAH”**.

#### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Tingkat pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang keuangan syariah masih sangat rendah.
2. Indeks literasi keuangan syariah 2016 sebesar 8,11% dan indeks inklusi keuangan syariah 2016 sebesar 16,00%.
3. Pemahaman nasabah yang belum tepat terhadap operasional perbankan syariah,
4. Nasabah menjadikan citra merek suatu produk dan jasa bank konvensional sebagai acuan sebelum menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah.

### C. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya pembahasan pada penelitian ini, maka penulis membatasi penelitian ini. Peneliti hanya membatasi masalah pada pengaruh literasi Keuangan Syariah dan *brand image* (citra merek) terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan IB Hasanah (Studi Kasus Bank BNI Syariah KC Fatmawati).

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Literasi Keuangan Syariah secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan IB Hasanah?
2. Bagaimana pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan IB Hasanah?
3. Bagaimana pengaruh Literasi Keuangan Syariah, dan *Brand Image* (Citra Merek) secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan IB Hasanah?

### E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Syariah secara parsial terhadap keputusan nasabah

menggunakan produk tabungan IB Hasanah diBank BNI Syariah.

- b. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image*(Citra Merek) secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan IB Hasanah diBank BNI Syariah.
- c. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Literasi Keuangan Syariah dan Citra Merek secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan IB Hasanah diBank BNI Syariah.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan kemudian dapat digunakan untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari oleh penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Prof Dr. Hamka yang kemudian akan dipraktikkan dimasyarakat.

### b. Bagi Perbankan

Dapat memberikan informasi kepada perbankan syariah khususnya mengenai pengaruh literasi dan *brand image* (citra merek) terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan IB Hasanah dibank BNI Syariah.

### F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama	Judul	Hasil	Perbedaan	Persamaan
1.	Dian Wahyunita (2019)	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Sosiodemografi Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Pada Karyawan KSPPS BMT Tumang Boyolali.	Variabel Literasi Keuangan Berpengaruh Positif Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Karyawan KSPPS BMT Tumang Boyolali.	Perbedaan penelitian ini adalah penelitian ini menambahkan variabel Sosiodemografi dan sampel yang digunakan adalah karyawan KSPPS BMT Tumang Boyolali.	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang literasi keuangan syariah.
2.	Cut Dilam Chalida Ulfah (2018)	Pengaruh Citra Merek, Periklanan, dan persepsi Terhadap keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah	variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah variabel yang digunakan periklanan dan persepsi.	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang variabel citra merek.
3.	Agus Yulianto (2018)	Pengaruh Literasi keuangan syariah terhadap keputusan penggunaan produk dan jasa lembaga keuangan	Variabel literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk dan jasa lembaga	Perbedaan dengan penelitian ini adalah hanya menggunakan 1 variabel, yaitu literasi keuangan syariah	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang literasi keuangan syariah

		syariah	keuangan syariah		
4.	Viviliana (2018)	Pengaruh literasi keuangan Syariah dan Syariah Governance Terhadap Keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.	Variabel literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah sampe yang digunakan adalah mahasiswa.	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang literasi keuangan syariah
5.	Agung Satrio Elhamidy (2018)	Pengaruh citra merek, promosi media sosial, promosi penjualan, dan <i>word of mounth</i> terhadap proses pengambilan keputusan nasabah Bank BNI Syariah.	Variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah Bank BNI Syariah.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah menggunakan variabel promosi media sosial, promosi penjualan, dan <i>word of mounth</i>	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang variabel citra merek.

## **G. Sistematika Penelitian**

Berikut peneliti menyajikan secara ringkas kerangka sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Membahas tentang pendahuluan yang berisi alasan pentingnya penelitian ini dilakukan, rumusan masalah sebagai inti dari penelitian serta tujuan dan manfaat penelitian dan penutup bab ini diakhiri dengan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Membahas tentang landasan teori yang dijadikan sebagai referensi.

Selain itu, dalam bab ini juga berisi tentang teori-teori yang mendasari penelitian ini, mencakup teori mengenai konsep kualitas pelayanan serta tingkat kepuasan nasabah. Untuk lebih mengenal konsep kualitas pelayanan maka akan dijelaskan mengenai pengertian pelayanan, dan strategi pelayanan. Kemudian membahas teori mengenai makna dan akan dijelaskan mengenai dimensi-dimensi tentang kualitas pelayanan sebagai tolak ukur penelitian ini.

### **BAB III : METEDOLOGI PENELITIAN**

Membahas tentang beberapa metode yang akan digunakan dalam penelitian, penentuan sampel, sumber data dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Membahas mengenai hasil dari analisi yang telah dilakukan dan kemudian akan dipaparkan secara sistematis.

### **BAB V : PENUTUP**

Membahas bagian penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta saranyang ditujukan kepada para pihak terkait atas hasil penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Anak Putu Agung. *Metedologi Penelitian Bisnis*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012.
- Ansori, Muslich dan Sri Iswati. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga Press, 2017.
- Bagus, Aditya dan Yessy Artanti. “Pengaruh Citra Merek dan Promosi penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri” *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2, No.4, Oktober 2014.
- Balqis, Farrah. “Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan Nasabah Produk Tabungan Bank BRI Syariah” . Skripsi S1 UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017.
- Basuki, Tri Agus dan Nano Prawoto. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Depok: Raja Grafindo Persada, 2017.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2017.
- H, Chen dan Volpe, R.P. “An Analysis of Personal Literacy Among College Students. *Financial Services Review*. Vol. 7, No. 2 (1998)”, Dalam Dwi Latifiana. “Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha Kecil Menengah (UKM)”, Prosiding Seminar Pendidikan Ekonomi dan Bisnis.
- Hamdi, Saepul Asep. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish, 2014.
- Handida, Deylla Rahmawati dan Maimun Sholeh. “Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Jurnal Economia*, Volume 14, No. 1, April 2018.
- Hasan, Ichsan Nurul. *Perbankan Syariah* Jakarta: Gaung Persada Press Group, 2014.
- <https://ekbis.sindonews.com/newsread/1245411/178/literasi-keuangan-di-indonesia-tercatat-masih-rendah> (diakses 19 Juni 2019)
- <https://support.mulsimpro.com> (diakses 16 Juni 2019)
- <https://www.bnisyariah.co.id/beranda/berita/siaranpers/ArticleID/1564/Kinerja-BNI-Syariah-Tumbuh-Positif-di-Tahun-2018> (diakses 20 Agustus 2019)
- <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah> (diakses 26 September 2019)

- <https://www.iqtishadconsulting.com/content/read/blog/membangun-literasi-keuangan-syariah-di-indonesia> (diakses 17 Juni 2019)
- Huda, Nurul dkk. *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Insurhadi. “Kajian Tingkat Literasi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah” . Thesis S2 Universitas Sriwijaya, 2013.
- Ismanto, Kuart. “Literasi Masyarakat dan Dampaknya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah” , *Human Falah* Vol. 5, No.1, Januari 2018.
- Istiana, Nur. “Analisi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Mandiri Salatiga” . Skripsi S1 IAIN Salatiga, 2015.
- Junusi, El Rahman. “Implementasi Syariah Governance Serta Implikasinya Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Bank Syariah,” *Al-Tahrir*, Vol. 12, No. 1, Mei 2012.
- Kurniawan ,Firman dkk. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei kepada para siswa SMAN 15 Surabaya kelas XII yang menggunakan Laptop ber Merek ASUS)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 56, No. 1, Maret 2018.
- Kurniawan, Robert dan Budi Yuniarto. *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2016.
- Kusumasitta. “Relavasi Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Bagi Pengunjung Museum Di Taman Mini Indonesia Indah”, *Jurnal Manajemen dan Pemasaran jasa*, volume 7, No.1, 2014.
- Muhamad. *Metedologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013.
- Otoritas Jasa keuangan. *Statistik Perbankan Syariah Desember 2018*.
- Otoritas Jasa keuangan. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan2017*.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan 2016. Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Sangadji, Mamang Etta dan Spoiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Sari, Human Eva. “Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Aset Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Jakarta Islamic Index Tahun 2012-1015”, *Jurnal Akutansi Syariah*, 2017.

- Setiadi, J Nugroho. *Perilaku Konssumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Sugiarto. *Metedologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sumarwan, Ujang dkk. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press, 2011.
- Suryani, dan Hendryandi. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Suryati, Lilis. *manajemen pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish, 2015.
- Susilo, Agus. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Studi Kasus KSPPS Baitul Tanwil Muhamdiyah(BMT) Amanah Bina Insan Bangunrejo Lampung Tengah” Skripsi S1 UIN Lampung, 2018.
- Undang-Undang No 21 thn 2008 tentang perbankan syariah. pasal 1 Ayat 1
- Wardana, Wikrama. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Yudiaatmaja, Fridaya. *Analisis Regrensi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.