

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teoritis

2.1.1. Tingkat Suku Bunga

2.1.1.1. Pengertian Tingkat Suku Bunga

Menurut Nopirin (2008: 167) Menyatakan bahwa makin tinggi tingkat bunga makin tinggi pula keinginan masyarakat untuk menabung. Artinya, pada tingkat bunga yang lebih tinggi masyarakat akan lebih terdorong untuk mengorbankan/mengurangi pengeluaran untuk konsumsi guna menambah tabungan.

Menurut Mangitung (2013: 14) Bunga (interest) adalah sejumlah nilai yang dibayarkan akibat transaksi pinjaman yang dihitung berdasar persentase untuk suatu periode tertentu dari jumlah pinjaman.

Menurut Kasmir (2014: 114) bunga dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Bunga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dengan yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman).

2.1.1.2. Jenis Bunga Bank

Menurut Kasmir (2014: 114) dalam kegiatan perbankan sehari-hari ada dua macam bunga yang diberikan kepada nasabahnya yaitu sebagai berikut.

1. Bunga simpanan

Bunga yang diberikan sebagai rangsangan atau balas jasa bagi nasabah yang menyimpan uangnya di bank. Bunga simpanan merupakan harga yang harus dibayar bank kepada nasabahnya. Sebagai contoh jasa giro, bunga tabungan, dan bunga deposito.

2. Bunga pinjaman

Bunga pinjaman adalah bunga yang diberikan kepada para peminjam atau harga yang harus dibayar oleh nasabah peminjam kepada bank. sebagai contoh bunga kredit .

2.1.1.3. Indikator-Indikator yang Mempengaruhi Tingkat Suku Bunga

Menurut Kasmir (2014: 115) faktor faktor utama yang mempengaruhi besar kecilnya penetapan suku bunga adalah sebagai berikut.

1. Kebutuhan dana

Apabila bank kekurangan dana, sementara permohonan pinjaman meningkat, maka yang dilakukan oleh bank agar dana tersebut cepat terpenuhi dengan meningkatkan suku bunga simpanan. Peningkatan bunga simpanan secara otomatis akan pula meningkatkan bunga pinjaman. Namun, apabila dana yang ada simpanan banyak sementara permohonan simpanan sedikit, maka bunga simpanan akan turun.

2. Persaingan

Dalam memperebutkan dana simpanan, maka disamping factor promosi, yang paling utama pihak perbankan harus memerhatikan pesaing. Dalam arti jika untuk bunga simpanan rata-rata 16%, maka jika hendak membutuhkan

dan cepat sebaiknya bunga simpanan kita naikkan di atas bunga pesaing misalnya 16%. Namun, sebaliknya untuk bunga pinjaman kita harus berada di bawah bunga pesaing.

3. Kebijakan pemerintah

Dalam arti baik untuk bunga simpanan maupun bunga pinjaman kita tidak boleh melebihi bunga yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

4. Target laba yang diinginkan

Sesuai dengan target laba yang diinginkan, jika laba yang diinginkan lebih besar, maka bunga pinjaman ikut besar dan sebaliknya.

5. Jangka waktu

Semakin panjang jangka waktu pinjaman, akan semakin tinggi bunganya, hal ini disebabkan besarnya kemungkinan risiko dimasa mendatang. Demikian pula sebaliknya jika peminjam berjangka pendek, maka bunganya relative lebih rendah.

6. Kualitas jaminan

Semakin likuid jaminan yang diberikan, maka semakin rendah bunga kredit yang dibebankan dan sebaliknya. Sebagai contoh jaminan sertifikat deposito berbeda dengan jaminan sertifikat tanah. Alasan utama perbedaan ini adalah dalam hal pencairan jaminan apabila kredit yang diberikan bermasalah. Bagi jaminan yang likuid seperti sertifikat deposito atau rekening giro yang dibekukan akan lebih mudah untuk dicairkan jika dibandingkan dengan jaminan tanah.

7. Reputasi perusahaan

Bonefiditas suatu perusahaan yang akan memperoleh kredit juga sangat menentukan tingkat suku bunga yang akan dibebankan nantinya. Karena biasanya perusahaan yang bonafid kemungkinan risiko kredit macet di masa mendatang relatif kecil dan sebaliknya.

8. Produk yang kompetitif

Produk yang dibiayai tersebut laku dipasaran. Untuk produk yang kompetitif, bunga kredit yang diberikan relatif rendah jika dibandingkan dengan produk yang kurang kompetitif.

9. Hubungan baik

Biasanya bank menggolongkan nasabahnya antara nasabah utama (primer) dan nasabah biasa (sekunder). Penggolongan ini didasarkan kepada keaktifan serta loyalitas nasabah yang bersangkutan terhadap bank. Nasabah utama biasanya mempunyai hubungan yang baik dengan pihak bank sehingga dalam penentuan suku bunganya pun berbeda dengan nasabah biasa.

10. Jaminan pihak ketiga

Dalam hal ini pihak yang memberikan jaminan kepada penerima kredit. Biasanya jika pihak yang memberikan jaminan bonafid, baik dari segi kemampuan membayar, nama baik maupun loyalitas terhadap bank, maka bunga yang dibeban pun berbeda. Demikian pula sebaliknya. Jika penjamin pihak ketiganya kurang bonafid atau tidak dapat dipercaya, maka mungkin tidak dapat digunakan sebagai jaminan pihak ketiga oleh pihak perbankan

2.1.2. Kualitas Pelayanan

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Fahmi (2016: 7) Kualitas merupakan mutu dari pekerjaan atau hasil yang telah dicapai dengan proses yang dilakukan sedangkan menurut (Kotler dan Keller (2008: 143) Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau terserat

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan. (Kasmir, 2017: 47)

Menurut Rangkuti (2013:44) *Service quality* (kualitas pelayanan) merupakan kunci dan faktor yang sangat penting dalam strategi bisnis, karena terbukti dapat meningkatkan profitabilitas, sehingga dapat menjadi alat untuk keunggulan bersaing. Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan (Tjiptono, 2008: 491)

2.1.2.2 Indikator-indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono,2014: 282) terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan yaitu.

1. Reliabilitas (reliability), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan
2. Daya tanggap (responsiveness), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (assurance), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dalam dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
4. Empati (empathy), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti fisik (tangibles), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2.1.3. Keputusan Nasabah Deposito

2.1.3.1. Definisi Keputusan

G. R. Terry Mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah sebagai pemilihan yang didasarkan kriteria tertentu atas dua atau lebih alternatif yang mungkin.

Claude S. Goerge, Jr mengatakan proses pengambilan keputusan itu dikerjakan oleh kebanyakan manajer berupa suatu kesadaran, kegiatan pemikiran

yang termasuk pertimbangan, penilaian dan pemilihan di antara sejumlah alternatif.

Horold dan Cyril O Donnell mereka mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah pemilihan diantara alternatif mengenai suatu cara bertindak, yaitu inti dari perencanaan, suatu rencana tidak dapat dikatakan tidak ada jika tidak ada keputusan, suatu sumber yang dapat dipercaya, petunjuk atau reputasi yang telah dibuat.

P. Siagian Pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan sistematis terhadap suatu masalah, pengumpulan fakta dan data penelitian yang matang atas alternative dan tindakan.(Ridhotullah, 2015: 181)

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan.(Fahmi,2016: 2)

2.1.2.2 Deposito

Deposito Berjangka (*Time Deposit*) adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan bank yang bersangkutan (Malayu,2015: 79)

Deposito (*Time Deposit*) merupakan salah satu tempat bagi nasabah untuk melakukan investasi dalam bentuk surat-surat berharga. Keuntungan bagi bank dengan menghimpun dana lewat deposito adalah uang yang tersimpan relatif lebih lama, mengingat deposito memiliki jangka waktu yang relatif panjang dan

frekuensi penarikan juga jarang. Dengan demikian, bank dapat dengan leluasa untuk menggunakan kembali dana tersebut untuk keperluan penyaluran kredit. (Kasmir, 2014: 102)

2.1.3.2 Indikator –Indikator Keputusan Nasabah

Proses Pengambilan Keputusan Pembelian menurut Malau (2017: 236) adalah sebagai berikut.

1. Membutuhkan Pengakuan

Proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan pembeli mengakui ada masalah atau kebutuhan. Kebutuhan dapat dipicu stimulus internal ketika salah satu kebutuhan normal seseorang misalnya, kelaparan atau kehausan naik ke tingkat yang cukup tinggi untuk menjadi dorongan. Kebutuhan juga dapat dipicu oleh rangsangan eksternal. Sebagai contoh, sebuah iklan atau diskusi dengan teman mungkin membuat anda berpikir tentang membeli mobil baru. Pada tahap ini, pemasar harus meneliti konsumen untuk mengetahui apa jenis kebutuhan atau konsumen yang timbul, apa yang menyebabkan, dan bagaimana mereka memimpin konsumen kepada produk tertentu ini.

2. Pencarian Informasi

Konsumen yang tertarik mungkin atau mungkin tidak mencari informasi lebih lanjut. Jika dorongan konsumen kuat dan produk yang memuaskan berada dekat, ia cenderung untuk membelinya kemudian. Jika tidak, konsumen dapat menyimpan kebutuhan dalam ingatan atau berusaha melakukan pencarian informasi yang berhubungan dengan kebutuhan.

3. Mengevaluasi Alternatif

Kita telah melihat bagaimana konsumen menggunakan informasi untuk sampai pada serangkaian pilihan merek akhir. Pemasar perlu tahu tentang evaluasi alternatif, yaitu bagaimana konsumen memproses informasi untuk sampai pada pilihan merek. Jika pemasar mengetahui apa yang terjadi dalam proses evaluatif, mereka dapat mengambil langkah-langkah untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

4. Keputusan pembelian

Pada tahap evaluasi, konsumen memberikan peringkat terhadap merek dan membentuk niat pembelian, umumnya, keputusan pembelian akan membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bias datang antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain. Jika seseorang yang penting bagi anda berpikir bahwa anda harus membeli mobil dengan harga termurah. Maka kemungkinan anda untuk membeli mobil yang lebih mahal berkurang. Faktor kedua adalah faktor situasional yang tak terduga. Konsumen mungkin membentuk niat pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan yang diharapkan, harga yang diharapkan, manfaat produk yang diharapkan. Namun, kejadian tak terduga dapat mengubah niat beli.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Pekerjaan pemasar tidak berakhir ketika produk dibeli. Setelah membeli produk, konsumen akan baik puas atau tidak puas dan akan terlibat dalam perilaku pasca pembelian yang menarik bagi pemasar. Hal yang menentukan

apakah pembeli puas atau tidak puas dengan pembelian terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan kinerja yang dirasakan langsung pada produk. Jika produk jatuh jauh dari harapan, konsumen kecewa. Jika memenuhi harapan, konsumen merasa puas. Jika melebihi harapan, konsumen sangat gembira. Semakin besar kesenjangan antara harapan dan kinerja, semakin besar ketidakpuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa penjual harus berjanji hanya merek mereka saja dapat diberikan sehingga pembeli puas.

2.2. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini diuraikan beberapa hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini.

Sarwita, 2017 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan promosi pada Perumda BPR Majalengka baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan yaitu metode survey dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan verifikatif. Sedangkan analisis datanya adalah analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. begitu pula kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keputusan nasabah untuk menabung.

Widodo, 2016 dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan dan Promosi serta Minat Nasabah dalam Memutuskan Menabung di Bank Danamon Simpan Pinjam Unit Pemalang”. Dalam pemilihan sampel ini menggunakan *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan menggunakan validitas, reliabilitas, asumsi klasik, analisis linear berganda dan pengujian hipotesis berupa uji t dan uji F. dengan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini menunjukkan $b_1 = -0,129$ variabel menunjukkan pengaruh negatif Lokasi (X1) terhadap pengambilan keputusan nasabah, $b_2 = 0,061$ variabel menunjukkan pengaruh signifikan promosi (X2) terhadap keputusan nasabah menabung, $b_3 = 0,757$ menunjukkan pengaruh suku bunga variabel yang signifikan (X3) terhadap keputusan nasabah menabung dan $b_4 = -0,094$ variabel menunjukkan pengaruh negatif pelayanan (X4) terhadap keputusan nasabah menabung

Rusmawati, 2016 dengan judul “ Pengaruh Tingkat Suku Bunga Terhadap Simpanan Mudharabah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia”. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Data penelitian adalah data runtut waktu (*time series*) tahunan dari tahun 2010 hingga tahun 2015. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa suku bunga memiliki pengaruh yang negatif sebesar 40,4% yang dapat dilihat pada koefisien determinasi atau *R Square* sebesar 0,404, sedangkan 59,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Abhimantra, Maulina, & Agustianingsih, 2013 dengan judul “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih

Menabung Pada Bank Syariah”. Penelitian ini untuk melihat faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi nasabah mahasiswa dalam memilih menabung pada Bank Syariah. Data yang digunakan merupakan data primer dengan menyebarkan kuisioner kepada 50 responden. Data yang diperoleh, diolah menggunakan SPSS dengan melakukan uji asumsi klasik, analisis linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan, religiusitas, produk, reputasi dan pelayanan di Bank Syariah memiliki pengaruh Positif terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah, meskipun tidak signifikan.

Shobirin, Fathoni, & Minarsih, 2016 dengan judul “Pengaruh Lokasi, Tingkat Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Studi Empiris pada BPR Arthanugraha Makmu sejahtera) Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan; Ada pengaruh positif yang signifikan terhadap pengambilan keputusan antara lokasi pinjaman Arthanugraha Makmur sejahtera, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai $t(2,790) > t$ tabel (1.661) atau t sig $0.006 < 0.05$, ada yang signifikan efek positif antara tingkat bunga pada pengambilan keputusan pinjaman Artha nugraha Makmur sejahtera, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai $t(5,078) > t$ tabel (1.661) atau sig $t(0,000) < 0,05$, Ada signifikan positif efek antara kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan kredit Artha nugraha Makmur sejahtera, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai $t(2,669) > t$ tabel (1.661) atau sig $t(0,009) < 0,05$. Ada pengaruh positif yang signifikan antara lokasi, tingkat bunga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama untuk pengambilan keputusan

pinjaman Artha nugraha Makmur sejahtera, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik di mana $F_{hitung} (89,839) > F_{tabel} (2,705)$ atau $\text{sig } F (0000) < 0,05$. Koefisien determinasi sama dengan 0,739, yang berarti perubahan variasi pengambilan keputusan pinjaman Artha nugraha Makmur sejahtera dipengaruhi lokasi, suku bunga dan kualitas layanan yang sama untuk 73,9%, sedangkan sisanya 26,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian

Mariana, Suharminingsih, & Sutopo, "Pengaruh Rewards, Tingkat Suku Bunga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pengajuan Kartu Kredit di BCA Darmo Surabaya" Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh rewards, tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah melakukan pengajuan kartu kredit di BCA Darmo. Penelitian dilakukan dengan cara membagikan kuesioner ke 38 nasabah yang datang ke BCA Darmo Surabaya untuk melakukan pengajuan kartu kredit, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Dari hasil penelitian dan analisa diketahui bahwa rewards, tingkat suku bunga, dan kualitas pelayanan secara simultan maupun secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pengajuan kartu kredit di BCA Darmo Surabaya. Sedangkan variabel tingkat suku bunga merupakan faktor dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah melakukan pengajuan kartu kredit.

Prasetyo, Wulandari, & Mukhlis, 2015 *"The Effect of the Perception of Deposit Bank Rate, Quality of Service, and the Using of Banking Technology towards Rural Fellow's Interest to Save Money in Bank Rakyat Indonesia Inc.*

Unit Wates – Blitar There are several factors that affect a person's interest to save. In the study, there are three free variables namely interest rates of savings, service quality, and the use of banking technology. This research was done by taking sample from one population (people in Wates District, Blitar Regency), the taken sample is the customers of Bank Rakyat Indonesia Corp. The research design of this research is explanatory descriptive design and the descriptive approach correlation were used to describe, explain, or present the data from perception variable of deposit bank rate, service quality, and banking technology towards people interest to save their money in Bank Rakyat Indonesia Corp. Unit Wates. The used method in sample taking in this research uses simple random sampling which found 99 customers to be given questionnaire. From the result of analysis the perception of bank rate doesn't affect rural fellows' interest in saving money to Bank Rakyat Indonesia Corp. Unit Wates-Blitar. Service quality affects people's interest in the village to save money in Bank Rakyat Indonesia Corp. The perception of bank rate, service quality, and banking technology implementation influence village people's willingness to save their money to Bank Rakyat Indonesia Corp. Unit Wates-Blitar. (Prasetyo, Wulandari, & Mukhlis, 2015, dengan Judul Pengaruh Persepsi Suku Bunga Deposito, Mutu Pelayanan, dan Penggunaan Teknologi Perbankan Terhadap Minat Pedesaan untuk Menyimpan Uang di Bank Rakyat Indonesia Inc. Unit Wates – Blitar. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat seseorang untuk menabung. Dalam penelitian ini, ada tiga variabel bebas yaitu suku bunga tabungan, kualitas layanan, dan penggunaan teknologi perbankan. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel dari satu

populasi (orang-orang di Kabupaten Wates, Kabupaten Blitar), sampel yang diambil adalah pelanggan Bank Rakyat Indonesia Corp. Rancangan penelitian dari penelitian ini adalah explanatory deskriptif dan korelasi deskriptif digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, atau menyajikan data dari variabel persepsi suku bunga deposito bank, kualitas layanan, dan teknologi perbankan terhadap minat masyarakat untuk menyimpan uangnya di Bank Rakyat Indonesia Corp. Unit Wates. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling yang menemukan 99 pelanggan diberi kuesioner. Dari hasil analisis persepsi suku bunga bank tidak mempengaruhi minat masyarakat pedesaan dalam menabung ke Bank Rakyat Indonesia Corp. Unit Wates-Blitar. Kualitas layanan mempengaruhi minat masyarakat terhadap desa untuk menghemat uang di Bank Rakyat Indonesia Corp. Persepsi tingkat suku bunga bank, kualitas layanan, dan penerapan teknologi perbankan mempengaruhi kesediaan masyarakat desa untuk menyimpan uang mereka ke Bank Rakyat Indonesia Corp. Unit Wates-Blitar.

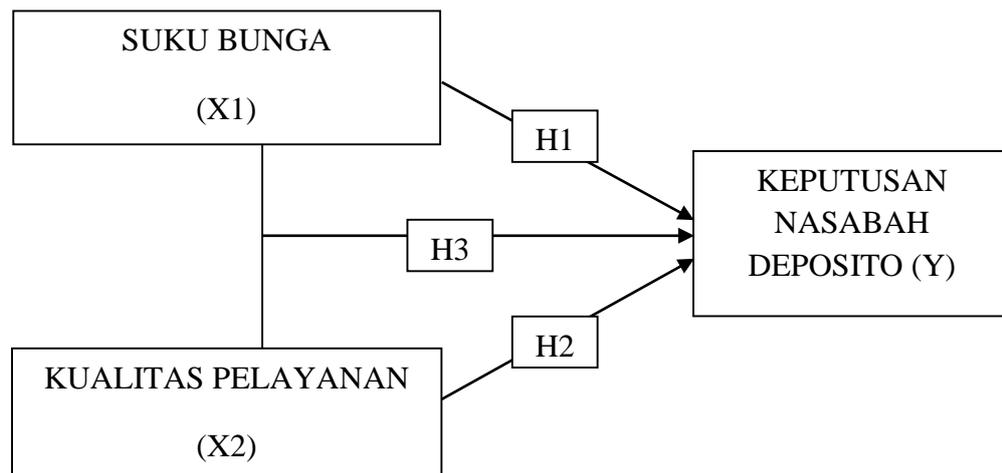
Fera, 2017 *“Factors Affecting The Customer Saving in KC Singkawang Bank Syariah Mandiri”* This study aims to determine how much influence the product factor, quality of services provided, offered profit sharing ratio and religiosity factor customers to save customers' interest in Bank Syariah Mandiri (BSM) KC Singkawang. The research The method used is an associative method, the data collection technique of distributing questionnaires to the respondents to explore related information about the factors that affect customers save on BSM KC Singkawang. This research resulted in the coefficient of determination (R^2) of

0443 which means that the variable products, services, revenue sharing and religiosity can explain the customer's decision in BSM KC Singkawang saving of 44.3%. While the remaining 55.7% is influenced by other factors not included in this research model. (Maulina Fera (2017) dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tabungan Nasabah di KC Singkawang Bank Syariah Mandiri”). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor produk, kualitas layanan yang diberikan, rasio keuntungan bagi hasil dan faktor religiusitas terhadap minat nasabah untuk menabung pada Bank Syariah Mandiri (BSM) KC Singkawang. Metode yang digunakan adalah metode asosiatif, teknik pengumpulan data penyebaran kuesioner kepada responden untuk mengeksplorasi informasi terkait mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah pada BSM KC Singkawang. Penelitian ini menghasilkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0443 yang berarti bahwa variabel produk, layanan, revenue sharing dan religiusitas dapat menjelaskan keputusan pelanggan pada tabungan BSM KC Singkawang sebesar 44,3%. Sedangkan sisanya 55,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini)

2.3. Kerangka Pemikiran

Menurut Uma Sekaran (1992) dalam buku Sugiyono (2015: 93) Menyatakan bahwa kerangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dalam kerangka pemikiran dapat diketahui variable apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah terhadap perusahaan. Oleh karena itu, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dijabarkan dalam suatu model dimana

variable tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan merupakan variable bebas (X) dan keputusan nasabah deposito merupakan variable terikat (Y) dari uraian tersebut, maka hubungan itu dapat dilihat dalam gambar berikut .



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. (Sugiyono,2015: 99)

H1 : Tingkat Suku bunga deposito berpengaruh terhadap keputusannasabah deposito PT BPR Kencana Graha.

H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah deposito PT BPR Kencana Graha.

H3 : Tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah deposito PT BPR Kencana Graha