

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Religiusitas

2.1.1.1 Definisi Religiusitas

Menurut Yanuarti (Yanuarti, 2018: 24), Istilah religiusitas (religiosity) berasal dari bahasa Inggris “religion” yang berarti agama, kemudian menjadi kata sifat “religios” yang berarti agamis atau saleh. “Religi” berarti kepercayaan kepada Tuhan, kepercayaan adanya kekuatan di atas manusia. Religiusitas merupakan bagian dari karakteristik pribadi seseorang yang dengan sendiri menggambarkan personalitas sebagai internalisasi nilai-nilai religiusitas secara utuh yang diperoleh dari sosialisasi nilai religius disepanjang kehidupannya. Dengan demikian, kalau seseorang religius semestinya personalitas dan kepribadiannya menggambarkan bangunan integral dari dirinya, yang akan nampak pada wawasan, motivasi, cara berfikir, sikap, perilaku dan tingkat kepuasan pada dirinya yang merupakan hasil dari organisasi sistem psikofisiknya.

Menurut Sugeng (2019:5) Religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan ahirat.

Menurut Abror et al, (2019:3) *Religiosity is a belief refers to what people believe about all activities based on their religious point of view.* Dapat diartikan “Religiusitas adalah suatu keyakinan mengacu pada apa yang orang yakini tentang semua kegiatan berdasarkan sudut pandang agama mereka”.

Menurut Johnson et al (2016) “*The extent to which an individual is committed to the religion he or she professes and its teachings, such that individual attitudes and behaviour reflect this commitment*”. Sejauh mana seorang individu berkomitmen pada agama yang dianutnya dan ajarannya, sehingga sikap dan perilaku individu mencerminkan komitmen ini.

Menurut Dwi Suhartanto (2019:3). *These definitions imply that religiosity is an indication of one’s derivative towards his or her religion. The personal commitment to comply with divine rule could affect not only his or her selecting and consuming the product and service as well as on the way he or she communicating with others.* Dapat diartikan ‘Definisi ini menyiratkan bahwa religiusitas merupakan indikasi dari turunan seseorang terhadap agamanya. Pribadi komitmen untuk mematuhi aturan ilahi tidak hanya dapat memengaruhi pemilihan dan mengkonsumsi produk dan layanan serta cara dia berkomunikasi yang lain”.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Religiusitas adalah suatu kepercayaan dalam diri kita yang mendorong bertingkah laku, bersikap, dan bertindak sesuai ajaran agama yang dianutnya.

2.1.1.2 Dimensi Religiusitas

Menurut (Yanuarti, 2018:24) ada beberapa dimensi diantaranya :

1. Kepercayaan Religi, Konsep yang dipercaya secara mutlak
2. Ritual Keagamaan, Prilaku atau upacara-upacara keagamaan
3. Perasaan keagamaan, Tindakan keagamaan dalam diri
4. Keyakinan keagamaan, Tata Kaidah
5. Motivasi agama, Pedoman kehidupan

Table 2.1
Indikator Religiusitas

No	Tahun	Sumber Referensi	Indikator
1	2018	(Yanuarti, 2018: 24),	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepercayaan Religi 2. Ritual Keagamaan 3. Perasaan Keagamaan 4. Keyakinan Agama 5. Motivasi Agama
2	2019	Sugeng (2019:5)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebahagiaan Dunia 2. Kebahagiaan Akhirat
3	2016	Johnson et al (2016:2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ajaran Budaya Keagamaan 2. Sikap Keagamaan 3. Komitmen Keagamaan

2.12 Kelompok Referensi

2.12.1. Definisi Kelompok Referensi

Menurut Hamdi et al, (2016:16) Kelompok referensi adalah semua kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang Kelompok referensi adalah kelompok-kelompok yang berfungsi sebagai sumber seseorang dalam membentuk sikap dan perilakunya. Kelompok referensi adalah kelompok yang dapat mempengaruhi perilaku individu baik secara langsung maupun tidak langsung. kelompok referensi adalah seseorang yang telah menjadi nasabah tetap di bank syariah, ketika calon nasabah atau responden meminta pendapat kepada nasabah tetap tersebut nasabah itu akan menjelaskan keunggulan produk yang ia gunakan di perbankan syariah dan merekomendasikan kepada responden untuk menggunakan jasa perbankan syariah di banding perbankan konvensional.

Menurut Rifky (2018:5) Kelompok Referensi adalah orang-orang terdekat yang memiliki peran didalam merubah pola pikir seseorang dalam menyikapi suatu produk dan akhirnya membeli atau menggunakan produk tersebut. Pola pikir tersebut berubah dikarenakan seseorang dihadapkan dengan gaya hidup yang baru, perubahan konsep pribadi seseorang, dan tekanan dari kelompok yang mempengaruhi individu tersebut.

Menurut Zulfison (2019:2) *The reference group is the closest people who have participated in changing the mindset in responding to the product and finally*

buying or using the product. The mindset changes because a person is faced with a new lifestyle, changes in one's personal concepts, and pressures from groups that affect the individual. Dapat diartikan “Kelompok referensi adalah orang-orang terdekat yang memiliki turut serta mengubah pola pikir dalam menyikapi produk dan akhirnya membeli atau menggunakan produk tersebut. Pola pikir berubah karena seseorang dihadapkan dengan gaya hidup baru, perubahan pribadi seseorang konsep, dan tekanan dari kelompok yang mempengaruhi individu”.

Menurut Hafidz et al, (2019:1) *Reference group is any person or group that is considered as a comparison and reference that forms general or specific values in behavior.* Dapat diartikan “Kelompok Referensi adalah setiap orang atau kelompok yang dianggap sebagai pembandingan dan acuan yang membentuk nilai-nilai umum atau khusus dalam perilaku”.

Menurut Sugito (2018:4) *Reference group is group of people who are considered capable of having influence, aspirations and even behavior towards others directly. Moreover, they are also considered as a comparison for someone in forming general/special values and attitudes or specific guidelines for reference group behavior providing standards that can be perspective for determinants about how someone thinks or behaves and this group is useful as someone's.* Kelompok Referensi adalah sekelompok orang yang dianggap mampu mempengaruhi, aspirasi dan bahkan perilaku terhadap orang lain secara langsung. Selain itu, mereka juga dianggap sebagai pembandingan bagi seseorang dalam membentuk nilai dan sikap

umum/khusus. kelompok referensi memberikan standar yang dapat menjadi perspektif untuk penentu tentang bagaimana seseorang berpikir atau berperilaku dan kelompok ini berguna sebagai milik seseorang referensi dalam pengambilan keputusan.

2.1.2.2. Indikator Kelompok Referensi

Menurut Hafidz et al (2019:1) terdapat indikator dari kelompok referensi, diantaranya:

1. Pengaruh *normative*, pengaruh normatif adalah pengaruh dari kelompok referensi terhadap seseorang melalui norma-norma sosial yang harus dipatuhi dan diikuti.
2. Ekspresi nilai, kelompok referensi akan mempengaruhi seseorang melalui fungsinya sebagai pembawa ekspresi nilai
3. Pengaruh informasi, kelompok referensi akan mempengaruhi pilihan produk atau merek dari seorang konsumen, karena kelompok referensi tersebut dapat dipercaya sarannya, karena memiliki pengetahuan dan informasi yang lebih baik

Table 2.2
Kelompok Referensi

No	Tahun	Sumber Referensi	Indikator
1	2016:141	Hafidz et al, (2019:1)	1. Pengaruh <i>normative</i> . 2. Ekspresi nilai 3. Pengaruh informasi
2	2019:2	Zulfison	1. Niat

No	Tahun	Sumber Referensi	Indikator
			2. Keluarga
3	2018	Rifky	1. Keluarga 2. Teman

2.13 Keputusan Menabung

2.1.3.1 Definisi Keputusan Menabung

Menurut Selly et al, (2017:14) *“saving decision is a decision to save money and choose an alternative considered the most beneficial of some alternatives faced to save. Saving money in bank could be in term of savings, investment, deposit, current account and other service available”* dapat diartikan keputusan menabung adalah keputusan untuk menyimpan uang dan memilih alternatif yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternatif yang dihadapi untuk menabung. Menyimpan uang di bank bisa dalam bentuk tabungan, investasi, deposito, giro dan layanan lain yang tersedia.

Menurut Uun Sunarsih et al, (2021:94) Keputusan menabung merupakan suatu pengambilan keputusan penyimpanan uang untuk mengatasi masalah finansial yang kemungkinan terjadi di masa mendatang diantara banyak pilihan alternatif lainnya.

Menurut Ali (2017:37) mendefinisikan keputusan nasabah untuk menabung merupakan efek akhir dari suatu pembelian yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku di masa depan dan diekspresikan melalui hal-hal seperti,

komitmen untuk membeli produk dari perusahaan jika membutuhkan produk lainnya, komitmen untuk memberikan rekomendasi pada orang lain, niat untuk menambah jumlah tabungan, niat atau keinginan memberikan hal-hal positif perusahaan.

Menurut Ahmad (2022) Keputusan Menabung di Bank Syariah adalah tindakan yang diambil seseorang untuk memilih dari beberapa alternative yang ditawarkan sebagai bentuk pengendalian diri dari hawa nafsu dengan cara menyisihkan sebagian hartanya pada perbankan syariah dalam bentuk uang guna memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang.

Menurut Dhepril (2021:101) menyatakan bahwa *decision is a process of a problem-solving approach, seeking information, several alternative assessments, making buying decisions and post-buying behavior that consumers go through. The definition of a saving decision is the same as the definition of a buying decision, which is the result of various options to find solutions and assess the existing options systematically and objectively accompanied by looking at the advantages and disadvantages.* Dapat diartikan Keputusan adalah sebuah proses pendekatan pemecahan masalah, mencari informasi, beberapa alternative penilaian, membuat keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian yang dialami konsumen. Definisi keputusan menabung sama dengan definisi Pembelian suatu keputusan yang merupakan hasil dari berbagai pilihan untuk mencari solusi dan menilai yang ada pilihan secara sistematis dan objektif disertai dengan melihat kelebihan dan kerugian.

Menurut Sugeng (2019:3) Keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. Maka, pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*), dalam hal ini nasabah, dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana nasabah melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Mangkunegara (2015:43) Keputusan pembelian merupakan salah satu proses dari perilaku konsumen. Menurut perilaku konsumen adalah kerangka kinerja atau sesuatu yang mewakili apa yang diyakini konsumen dalam mengambil keputusan membeli.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2008) “*Decision is a process approach to problem solving which consists of identifying the problem, seeking information, researching alternatives, making buying decisions and consumer behavior after buying*”. Keputusan adalah sebuah proses pendekatan terhadap penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penelitian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.

Menurut Peter dan Olson (2015:163) “*Purchasing decisions are a process carried out to combine the knowledge obtained as a consideration in choosing two or*

more alternatives so that they can decide on one product. The decision to purchase a product by consumers is a collection of the number of decisions taken and taken into consideration in purchasing a product". keputusan pembelian merupakan suatu proses yang dilakukan untuk mengkombinasikan pengetahuan yang diperoleh konsumen sebagai pertimbangan guna memilih dua atau lebih alternatif sehingga dapat memutuskan salah satu produk. Keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang diambil dan dijadikan pertimbangan dalam pembelian suatu produk.

2.1.3.2 Indikator Keputusan Menabung

Menurut Kotler (2008) ada beberapa indikator diantaranya :

1. Pengenalan Masalah, sebagai awal mula dimana individu mulai menyadari bahwa ada kebutuhan yang harus dipenuhi.
2. Alternatif, pilihan lain
3. Membuat Keputusan Pembelian

Table 2.3
Keputusan Menabung

No	Tahun	Sumber Referensi	Indikator
1	2008	Kotler	1. Pengenalan Masalah 2. Alternatif 3. Membuat Keputusan Pembelian
2	2015	Mangkunegara	1. Prilaku Konsumen 2. Keyakinan 3. Keputusan
3	2015	Peter dan Olson	1. Pertimbangan 2. Alternatif

2.14 Hasil Penelitian Terdahulu

Sebelum peneliti melakukan penelitian, penulis mempelajari dan membaca penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, untuk menjaga keaslian penelitian, maka dapat dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Table 2.4
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian/Judul Referensi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (studi kasus pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin Vol. 3 Oleh: Wahyu Utami, Marijati Sangen, M.Yudy Rachman (2015)	Hasil uji statistic menunjukkan bahwa factor religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa faktor kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Hasil uji statistic menunjukkan bahwa faktor motivasi berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank Syariah	Menggunakan Religiusitas, kelompok Referensi dan Motivasi sebagai variabel X yang mempengaruhi variabel Y yaitu Keputusan Menabung	Penulis menggunakan metode deskriptif dan metode verifikatif sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan metode pola hipotesis.
2.	Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Banda Aceh ISSN 2302-0164 Maisur, Muhammad Arfan, M. Shabri, 2015	Hasil Uji statistik menunjukkan bahwa factor Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan Menabung	Menggunakan Religiusitas sebagai variabel X yang mempengaruhi variabel Y sebagai Keputusan Menabung	Penulis menggunakan indikator Menurut Glock dan Rodney (1968:32) (dalam Maisur, et al, 2015) sedangkan penelitian terdahulu tidak menggunakan indikator
3.	Analisis Pengaruh	Hasil Uji Statistik	Menggunakan	Penulis

No	Judul Penelitian/Judul Referensi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank BRI Syariah, TBK Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang) ISSN 2621-6833 Oleh : Rokhmania Nurmaeni, Siti Hasanah, Mustika Widowati 2020	menunjukkan bahwa factor Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung	Religiusitas sebagai variabel X yang mempengaruhi variabel Y sebagai Keputusan Menabung	menggunakan metode deskriptif dan metode verifikasi sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif terapan kausal.
4.	Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif, Motivasi, Kelompok Referensi, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung Oleh : Melina Agustina Rahayu, Mustika Widowati, Jati Handayani, 2021	Hasil uji statistic menunjukkan bahwa factor Kelompok Referensi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan Menabung	Menggunakan Kelompok Referensi sebagai variabel X yang mempengaruhi variabel Y sebagai Keputusan Menabung	Penulis menggunakan indikator
5.	Pengaruh Promosi dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Menabung Nasabah Tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) TBK Kantor Cabang Brigjen Sudiarto Semarang Oleh : Elsa Wilna, Nawazirul Lubis, Bulan Prabawani, 2015	Hasil uji statistic menunjukkan bahwa factor Kelompok Referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan Menabung	Kelompok Referensi sebagai variabel X yang mempengaruhi variabel Y sebagai Keputusan Menabung	Penulis menggunakan indikator
6.	Religiosity level and saving decisions in Baitul Maal Wat Tamwil : the case of Indonesia No. 201308 Oleh : Ibrahim, et al 2019	Hasil uji statistic mengatakan bahwa Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung	Menggunakan Religiusitas sebagai variabel X yang mempengaruhi variabel Y sebagai keputusan menabung.	Penulis menggunakan indicator
7.	Antecedents of Saving Decision at Sharia	Hasil uji statistic mengatakan bahwa	Menggunakan Religiusitas	Menggunakan Indikator

No	Judul Penelitian/Judul Referensi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Banks: Islamic Financial Literacy, Religiosity and Service Quality (Studies on Millennial Generation) ISSN: 2460 Oleh: Dhepril et al, 2021	Religiusitas tidak berpengaruh secara positif maupun signifikan terhadap Keputusan Menabung	sebagai variabel X yang mempengaruhi variabel Y sebagai Keputusan Menabung.	
8.	Religiosity and Literacy of Islamic Banks: Analysis Islamic Banks Customers in Jakarta ISSN: 2089 Oleh : Zulfison (2019)	Hasil penelitian menyatakan bahwa factor Kelompok Referensi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan Bank Syariah	Menggunakan Kelompok Referensi sebagai variabel X	Penelitian terdahulu tidak menggunakan indikator
9.	Reference Group Influence on Product and Brand Purchase Decisions Oleh: William O. Bearden et al, 2016	Kelompok referensi dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap keputusan Menabung	Menggunakan kelompok referensi sebagai variabel x	Penulis menggunakan indikator
10.	Influence of reference group indicators to the image of modern retail (case in Indonesia) Vol IV Oleh: Sugito, 2018	Variabel kelompok referensi berpengaruh secara signifikan terhadap	Menggunakan kelompok referensi sebagai variabel x	Tidak menggunakan keputusan menabung sebagai variabel Y

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka konseptual yang dapat menjadi landasan dalam pengambilan data lapangan. Berdasarkan landasan teori yang dijabarkan diatas maka penelitian ini menganalisis Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sumedang Tanjungsari. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independent yaitu Religiusitas (X1), dan Kelompok Referensi (X2) serta variabel

dependen yaitu Keputusan Menabung (Y). dengan memperhatikan variabel-variabel tersebut dapat mempengaruhi Keputusan Nasabah yang mengacu pada keputusan Menabung pada Nasabah.

2.2.1 Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menabung

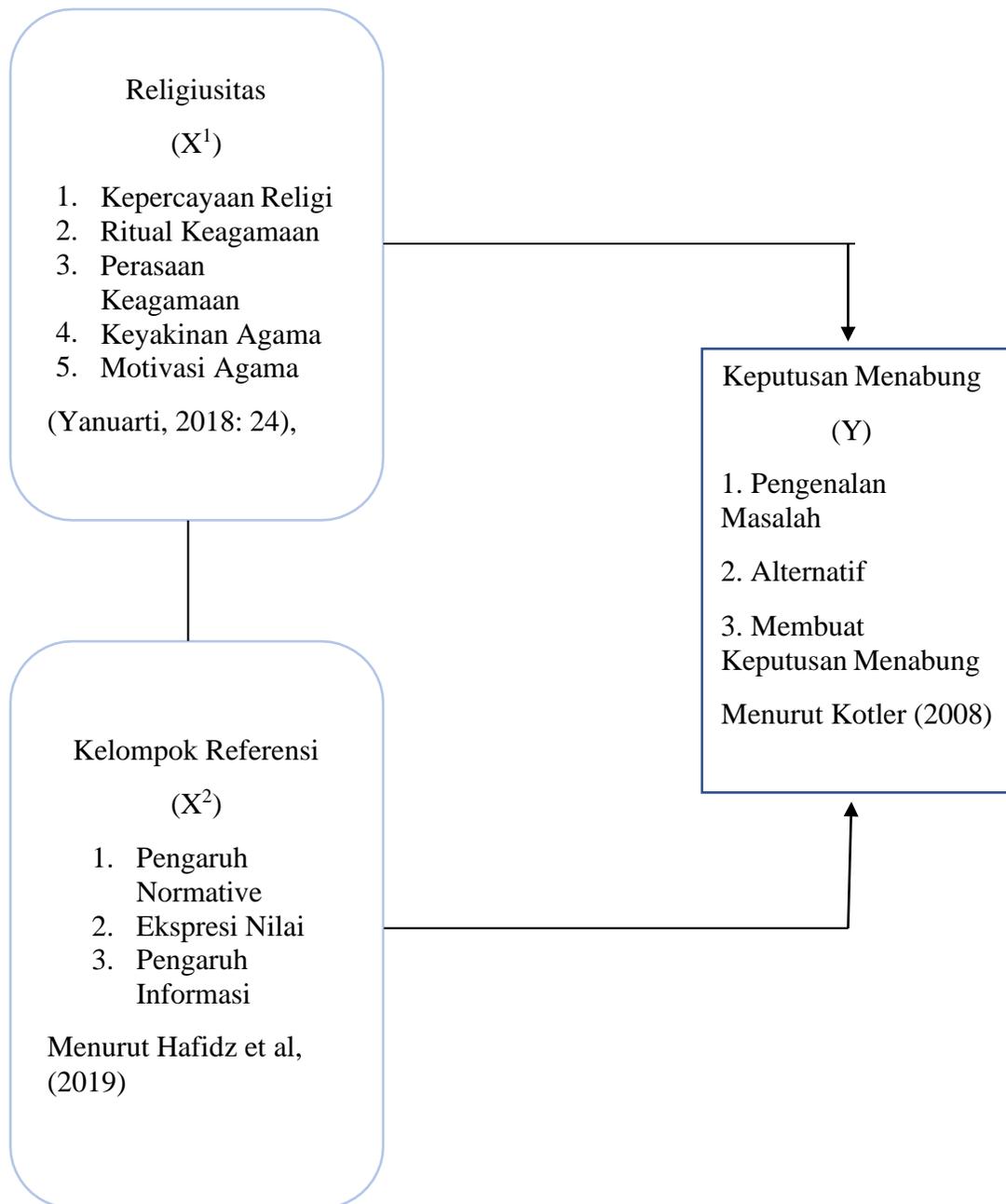
Dalam penelitian (Wahyu Utami, Marijati Sangen, M. Yudy Rachman, 2015) menemukan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung. Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian (Rokhmania Nurmaeni, Siti Hasanah, Mustika Widowati, 2020) yang menyatakan Religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung.

Berdasarkan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa Religiusitas memiliki keterkaitan dengan Keputusan Menabung.

2.2.2 Pengaruh Kelompok Referensi terhadap keputusan Menabung

Dalam penelitian (Elsa Wilna, Nawazirul Lubis, Bulan Prabawani, 2015) menemukan bahwa Kelompok Referensi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung. Hasil penelitian tersebut didukung oleh (Melina Agustina Rahayu, Mustika Widowati, Jati Handayan, 2021) yang menyatakan Kelompok Referensi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Religiusitas dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Menabung secara simultan



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan (Sugiyono, 2010). Karena dugaan, maka timbul pertanyaan yang lebih jelas dalam pengujian hubungan yang dinyatakan. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis Utama :

Terdapat pengaruh Religiusitas, dan Kelompok Referensi pada Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sumedang Tanjungsari.

Sub Hipotesis :

1. Religiusitas berpengaruh pada Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sumedang Tanjungsari.
2. Kelompok Referensi berpengaruh pada Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Sumedang Tanjungsari.