

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Bank Syariah

2.1.1.1 Pengertian Bank syariah

Bank syariah dapat diartikan sebagai suatu lembaga atau badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (A. Wangsawidjaja Z, 2013).

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah menyebutkan bahwa Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Bank syariah merupakan suatu badan atau lembaga keuangan yang fungsinya sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang berkekurangan dana untuk suatu kegiatan usaha dan kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariat Islam. Selain itu, bank syariah biasa disebut Islamic Banking atau interest free banking, yaitu suatu sistem perbankan yang pelaksanaan operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidakjelasan (*Gharar*) (Usman, 2012).

2.1.1.2 Sejarah Bank Syariah

Bank syariah merupakan sistem perbankan yang beroperasi berdasarkan hukum syariat Islam. Bank syariah tidak menerapkan bunga pada sistem layanannya karena dianggap tidak sesuai dengan ajaran Islam. Sebagai gantinya, bank syariah menggunakan sistem bagi hasil dengan mendapatkan keuntungan yang telah ditentukan dari hasil sistem tersebut.

Sejarah perbankan syariah dimulai sejak tahun 1990, pada tahun 1990 Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk kelompok kerja untuk mendirikan bank Islam di Indonesia. Hasil dari kelompok kerja tersebut berhasil mendirikan bank syariah pertama di Indonesia yaitu PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang sesuai dengan akteb pendiriannya berdiri pada tanggal 1 November 1991.

Perkembangan bank syariah di Indonesia dapat dikatakan sangat cepat, hal tersebut didorong berbagai faktor diantaranya Indonesia merupakan negara dengan mayoritas agama Islam terbesar di dunia. Disamping itu faktor berdirinya bank syariah raksasa yakni Bank Syariah Indonesia yang merupakan hasil merger antara Bank Mandiri Syariah, Bank BNI Syariah, dan Bank BRI Syariah menjadi faktor penunjang pertumbuhan ekonomi syariah.

2.1.1.3 Prinsip Dasar Perbankan Syariah

Secara umum prinsip perbankan syariah didasari beberapa prinsip syariah seperti prinsip keadilan, prinsip kemaslahatan dan prinsip keseimbangan. Adapaun penjelasan dari beberapa prinsip yang dimaksud, seperti:

1. Prinsip Keadilan (*'adalah*)

Jajuli, (25:2012) dalam bukunya yang berjudul Produk Pendanaan Bank Syariah menyebutkan kata adil merupakan suatu kalimat yang tidak asing dan sering kita dengar. Menurut Al-Ghazali prinsip keadilan pada sistem kekuasaan berimplikasi pada kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat. Al-Ghazali berpendapat bahwa keadilan merupakan nilai pokok setiap kebijakan yang telah dibuat dan seharusnya mampu dijalankan dengan baik dalam roda pemerintahan yang sah baik itu pemerintahan islami atau tidak.

Prinsip keadilan pada perbankan syariah menekankan betapa pentingnya kesetaraan dan keadilan dalam transaksi keuangan. Hal ini mencakup aspek seperti pembagian risiko dan atau keuntungan secara adil antara berbagai pihak yang terlibat dalam proses transaksi. Pada konteks ini, perbankan syariah menekankan transparansi, kejujuran, dan kesepakatan bersama sebagai dasar landasan untuk terciptanya lingkungan bisnis yang adil.

2. Prinsip Keseimbangan (*tawazun*)

Menurut Ibnu Faris dalam Jajuli, (25:2012) menyebutkan, keseimbangan berasal dari kata "*al-waznu*" yang dapat dimaknai penyeimbangan, pelurusan (penyesuaian), dan kesungguhan (*istiqomah*). Sementara itu, *tawazun* bermakna memberi sesuatu akan haknya tanpa adanya penambahan atau pengurangan. Karena *tawazun* berarti

keseimbangan dan keseimbangan berarti kesempurnaan, kesempurnaan berarti kebahagiaan.

Prinsip keseimbangan dalam perbankan syariah mengacu pada suatu upaya untuk mencapai keharmonian antara berbagai sudut kepentingan. Dalam konteks ini, perbankan syariah mempertimbangkan beberapa aspek seperti aspek sosial, aspek ekonomi, dan aspek lingkungan dalam setiap keputusan bisnis yang diambil. Prinsip keseimbangan juga mencakup aspek seperti pengendalian risiko dan pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai suatu bagian integral dari operasional perbankan syariah.

3. Prinsip Kemaslahatan

Hakikat kemaslahatan pada dasarnya adalah segala bentuk kebaikan dan manfaat yang berdimensi integral duniawi dan ukhrawi, material dan spiritual, serta individual dan kolektif. Sesuatu akan dianggap maslahat apabila memenuhi unsur kepatuhan terhadap syariah (halal), bermanfaat dan membawa kebaikan (*thayyib*) bagi semua aspek dan tidak menimbulkan madharat dan merugikan pada salah satu aspek (Jajuli, 2012).

Prinsip kemaslahatan pada perbankan syariah menekankan pentingnya manfaat yang dapat diperoleh dari terjadinya transaksi keuangan. Transaksi dalam perbankan syariah harus memberikan manfaat yang jelas dan tidak merugikan salah satu pihak yang terlibat. Pada prinsip ini juga mengarah pada praktik bisnis yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi masyarakat secara menyeluruh.

2.1.1.4 Akad dan Transaksi Bank Syariah

1. Wadiah

Akad penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang atau uang.

2. Mudharabah

Akad kerjasama suatu usaha antara pihak pertama (malik, shahibul mal, atau bank syariah) yang menyediakan seluruh modal dan pihak kedua ('amil, mudharib, atau nasabah) yang bertindak selaku pengelola dana dengan kesepakatan yang dituangkan dalam akad, sedangkan kerugian ditanggung sepenuhnya oleh Bank Syariah kecuali jika pihak kedua melakukan kesalahan yang disengaja, lalai atau menyalahi perjanjian.

3. Musyarakah

Akad kerjasama diantara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan porsi dana masing-masing.

4. Murabahah

Akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.

5. Salam

Akad pembiayaan suatu barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga yang dilakukan terlebih dahulu dengan syarat tertentu yang disepakati.

6. Istisna'

Akad pembiayaan barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu yang disepakati antara pemesan atau pembeli (mustashni') dan penjual atau pembuat (shani').

7. Ijarah

Akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.

8. Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik

Akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa dengan opsi pemindahan kepemilikan barang.

9. Qardh

Akad pinjaman dana kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya pada waktu yang telah disepakati.

2.1.1.5 Undang-Undang dan Regulasi Perbankan Syariah

1. Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

Undang-undang ini mengatur tentang prinsip syariah yang digunakan dalam perbankan, serta menganut demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Undang-undang ini juga mengatur tentang tata cara dan persyaratan dalam perizinan usaha bank syariah, serta ketentuan mengenai badan hukumnya. Selain itu, undang-undang ini juga memberikan ketentuan mengenai jenis serta kegiatan usaha bank syariah dan unit usaha syariah, serta ketentuan mengenai kelayakan penyaluran dana.

2. Regulasi Perbankan Syariah

Portal OJK menyediakan berbagai regulasi perbankan syariah, termasuk POJK Nomor 64/POJK.03/2016 tentang Perubahan Kegiatan Usaha Bank Konvensional Menjadi Bank Syariah, Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 15/51/DPbS tentang Perubahan Atas Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 11/28/DPbS tanggal 5 Oktober 2009 perihal Unit Usaha Syariah, dan lainnya.

2.1.2 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank syariah dan bank konvensional memiliki beberapa perbedaan mendasar baik dari filosofi, prinsip, operasional sampai nilai. Berikut penulis uraikan beberapa perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional sebagai berikut:

A. Prinsip Bank Syariah

Bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip hukum Islam yang memfokuskan pada pembagian risiko dan keuntungan yang adil, sedangkan

bank konvensional lebih berfokus pada tingkat profitabilitas dengan penerapan bunga dalam proses transaksinya.

B. Tujuan dan Fungsi

Bank konvensional bertujuan memiliki keuntungan dengan sistem bebas nilai atau dengan prinsip yang dianut masyarakat pada umumnya. Sedangkan bank syariah hanya terfokuskan pada keuntungan saja. Melalui laman resmi OJK menjelaskan bahwa perbedaan bank syariah dan bank konvensional dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian.

C. Dasar Hukum

Bank syariah beroperasi sesuai dengan hukum Islam atau syariah, sedangkan bank konvensional berdasarkan hukum negara dan peraturan perbankan yang berlaku baik itu dari Bank Indonesia ataupun dari Otoritas Jasa Keuangan.

D. Fungsi

Dilihat dari fungsinya, bank syariah memiliki fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga *baitul mal*, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah dan atau dana sosial lainnya. Sedangkan fungsi bank konvensional yakni memberikan layanan keuangan dan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya bagi pemegang sahamnya.

E. Orientasi Kegiatan Usaha

Pada bank syariah berorientasi pada kegiatan usaha yang halal dan tidak mengandung unsur *Gharar* (ketidakjelasan), *masyir* (perjudian), dan *riba* (bunga). Sedangkan pada bank konvensional cenderung bebas dan tidak memiliki batasan terkait.

F. Perolehan Keuntungan

Bank syariah memperoleh keuntungan dari sistem bagi hasil, margin keuntungan dan *fee*. Sedangkan pada bank konvensional perolehan keuntungan terbesarnya diperoleh dari bunga.

G. Pengawasan

Bank syariah diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah, sementara itu bank konvensional diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan.

H. Penyelesaian Sengketa

Pada penyelesaian sengketa bank syariah biasanya melalui Badan Arbitrase Syariah, sedangkan pada bank konvensional melalui pengadilan.

2.1.3 Pengertian Nasabah

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) nasabah adalah individu atau kelompok yang memanfaatkan dan atau menggunakan fasilitas perbankan, baik itu berupa produk ataupun jasa perbankan. Selain itu, para ahli berpendapat bahwa nasabah adalah seseorang atau sekumpulan orang yang mempercayakan pengelolaan keuangannya kepada bank, untuk kemudian dapat digunakan dalam memenuhi setiap kebutuhannya diwaktu yang akan datang. Adapun dasar hukum

yang menjelaskan hubungan nasabah dengan bank adalah Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan.

2.1.4 Keputusan Pembelian

(Angga Ekadhesti, 2017) berpendapat keputusan merupakan suatu hal yang diputuskan nasabah untuk memutuskan suatu pilihan atau tindakan pembelian barang (produk perbankan) atau jasa. Keputusan berarti pilihan yang dapat diartikan pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Suatu keputusan akan muncul jika adanya dua atau lebih alternatif pilihan.

Keputusan pembelian merupakan pemilihan dari dua alternatif atau lebih untuk suatu keputusan pembelian. Artinya seseorang dapat membuat keputusan jika tersedia dua atau lebih alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah pada bagaimana proses yang terjadi dalam pengambilan keputusan yang dilakukan (Aprizal, 2018).

Menurut (Keller, 2009) berpendapat keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam sekumpulan pilihan. Pengambilan keputusan oleh nasabah dipengaruhi oleh stimulus atau rangsangan yang berasal dari luar diri nasabah. Stimulus pemasaran meliputi bauran pemasaran jasa yang meliputi 7p yaitu : produk (*product*), harga (*price*), tempat atau lokasi distribusi (*place*), promosi (*promotion*), bukti fisik (*phisical evidence*), proses penyediaan jasa hingga nasabah dapat memanfaatkan jasa perbankan (*processes*), dan karyawan yang memberikan layanan dalam penyediaan jasa perbankan tersebut (*people*).

Menurut (Kotler & Keller, 2008) dalam (Adhim, 2020) keputusan pembelian konsumen menjadi faktor penting dan penentu terhadap eksistensi suatu perusahaan. Suatu perusahaan dapat terus beroperasi jika ada dorongan dari konsumen dalam memutuskan pembelian terhadap produk dan mendapatkan respon baik. Konsumen akan membuat preferensi atas beberapa merek yang ada dalam kumpulan pribadi dan konsumen akan menciptakan niat untuk membeli pada merek yang diminati sehingga akan menciptakan pembelian yang berulang.

(Kotler, 2001) dalam (Adhim, 2020) menyebutkan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor sosial, budaya, pribadi dan psikologis. Faktor budaya berhubungan perilaku dan keinginan untuk mendapatkan dengan persepsi atau preferensi. Faktor sosial berhubungan dengan kelas sosial ataupun strata dari individu. Faktor pribadi berhubungan dengan karakteristik psikologis individu atau konsumen. Sedangkan faktor psikologis berkaitan langsung dengan lingkungan dia berada seperti motivasi.

Menurut Swastha dan Handoko (2008:102) dalam (Almeida et al., 2016) setiap keputusan pembelian mempunyai satu struktur sebanyak tujuh komponen, yaitu keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang penjualannya, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang waktu pembelian dan keputusan tentang cara pembayaran yang akan dilakukan untuk transaksi pembayaran. (Almeida et al., 2016) berpendapat keputusan konsumen untuk menentukan pilihan membeli ataupun tidak terhadap suatu produk dapat juga dipengaruhi empat faktor yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi.

2.1.4.1 Pengaruh Faktor Pribadi, Psikologi, Sosial dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian

A. Faktor Pribadi

Faktor pribadi dapat diartikan sebagai suatu pola kebiasaan seseorang yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan dan kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan (Herlina et al., 2021:213). Faktor pribadi merujuk pada karakteristik setiap individu yang dapat mempengaruhi preferensi mereka dalam pengambilan keputusan pembelian produk ataupun layanan. Aspek utama pada faktor pribadi adalah *self concept* atau konsep diri. Konsep diri setiap individu akan berbeda-beda, karena pandangan setiap individu terhadap suatu objek akan berbeda. Selain itu, faktor demografis seperti umur, jenis kelamin dan gaya hidup menjadi faktor yang mempunyai peran penting dalam menentukan preferensi konsumen.

Faktor pribadi merupakan pandangan setiap individu yang berbeda sesuai dengan tujuan, kebutuhan dan kemampuan yang berbeda satu sama lain. Perbedaan pandangan dalam hal ini bisa berdampak dari lingkungan eksternal seperti lingkungan kerja ataupun internal seperti konsep diri. Faktor pribadi dapat dikatakan sebagai tanggapan yang bersifat konsisten, bertahan lama dan sulit dipengaruhi secara cepat.,

B. Faktor Psikologi

Faktor psikologis mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini mencakup beberapa aspek seperti

persepsi, keyakinan, motivasi, sikap dan kepribadian. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan atau layanan mempengaruhi keputusan mereka dalam mengambil keputusan, konsumen akan bisa termotivasi oleh kebutuhan ataupun keinginan untuk kebutuhan pengakuan status sosialnya yang akhirnya mendorong untuk mengambil keputusan membeli (Herlina et al., 2021:214).

Keyakinan dan sikap terhadap merek atau produk tertentu dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Jika konsumen memiliki keyakinan positif terkait manfaat produk, maka akan lebih cenderung melakukan keputusan pembelian. Selain itu, pengalaman pembelian sebelumnya dan kepuasan yang dihasilkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian di masa depan.

C. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang dapat berpengaruh terhadap perilaku individu untuk melakukan sesuatu tindakan yang berdasarkan kebiasaan (Shelviana et al., 2020:45). Faktor sosial mempunyai peran yang tidak kalah penting karena interaksi sosial bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Bahkan faktor sosial ini bisa keterkaitan dengan faktor budaya, hal tersebut disebabkan karena interaksi sosial yang akan menjadi kebiasaan jika terus menerus dilakukan.

Faktor sosial merupakan interaksi formal maupun informal dalam masyarakat yang relatif permanen dimana anggotanya cenderung mempunyai minat dan perilaku yang sama atau serupa dalam usahanya

mencapai tujuan bersama. Yang termasuk kedalam faktor sosial diantaranya kelompok referensi, keluarga, peran dan status (Falah, 2021).

D. Faktor Budaya

Faktor budaya merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen khususnya keputusan pembelian. Faktor budaya membentuk nilai-nilai, kepercayaan, sikap, dan kebiasaan yang dianut oleh masyarakat. Hal ini berperan besar dalam menentukan apa yang diinginkan dan dibeli oleh konsumen. Faktor budaya akan menumbuhkan kebutuhan atau keinginan jika terjadi terus menerus, hal ini menjadi point penting penunjang perilaku konsumen terkhusus keputusan pembelian. Faktor budaya merujuk pada norma, nilai, dan tradisi yang dipelajari dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya ini mencakup berbagai aspek, seperti agama, bahasa, norma sosial, dan preferensi konsumsi.

Dapat disimpulkan bahwa faktor budaya merupakan faktor yang didorong dari kebiasaan sebuah kelompok dalam melakukan sebuah keputusan yang didasari tradisi yang dilakukan antar generasi yang akan menimbulkan kebutuhan jika dilakukan terus menerus. Faktor budaya akan lebih berdampak signifikan karena sudah mempunyai pengalaman dan pandangan positif dari generasi sebelumnya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

| No . | Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian | Persamaan | Perbedaan | Hasil Penelitian | Sumber Referensi |
|------|---|---|---|---|--|
| 1. | Medi Sugianto Dr. Onsardi.,M. M Katra Pramadeka, S.E.I., M.E.I, 2020, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu (Sugianto & Pramadeka, n.d.) | Menganalisis 4 faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah yakni faktor pribadi, psikologi, sosial dan budaya. | Menggunakan analisis kuantitatif. | Terdapat pengaruh positif yang signifikan terkait faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih jasa perbankan syariah. Ada juga pengaruh pribadi, psikologi dan budaya namun tidak signifikan | Repository Universitas Muhammadiyah Bengkulu |
| 2. | Sufitrayati dan Fanny Nailufar, 2018, Kota Banda Aceh. (Sufitrayati & Nailufar, 2018) | Membahas satu faktor yang berpengaruh signifikan. | Faktor pribadi dan psikologi stimulan berpengaruh signifikan. | Faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah Bank | Ihtiyath Vol. 2 No. 1 |

| | | | | | |
|----|---|--|---|---|---|
| | | | | Syari'ah di Kota Banda Aceh. Faktor budaya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Syari'ah di Kota Banda Aceh. | |
| 3. | Yeyen Fitriyani, 2016, Kecamatan Ciputat. (Fitriyani, 2020) | Faktor pribadi dominan mempengaruhi keputusan nasabah. | Teknik pengambilan sampelnya menggunakan <i>sampling incidental</i> | Faktor pribadi dan psikologi merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah memilih bank syariah | Repository UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYARIF HIDAYATULLAH |
| 4. | Fitriani Sinaga, 2019, Daerah Cirendeui. (Sinaga, 2019) | Menggunakan analisis kualitatif dengan metode pengumpulan data penyebaran kuesioner angket | Melakukan tambahan wawancara dalam metode pengumpulan data | Faktor psikologis berpengaruh dominan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Pada Bank Syariah Mandiri Cirendeui. | Repository Universitas Muhammadiyah Jakarta |
| 5. | Rahma Wati, 2022, Bank | Menjelaskan hubungan faktor yang | Menjadikan dua faktor yang | Faktor pribadi dan psikologi | Repository Universitas |

| | | | | | |
|--|---|---------------------------------|---------------------------------|--|----------------------|
| | Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soetta 1. (Wati, 2022) | mempengaruhi keputusan nasabah. | dominan berpengaruh signifikan. | memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soetta 1 | Islam Negeri Mataram |
|--|---|---------------------------------|---------------------------------|--|----------------------|

2.3 Pendekatan masalah

Industri perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Namun disamping itu, menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang sudah ada akan tetap menjadi tantangan bersama. Maka dari itu, pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah sangat penting agar dapat meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah.

Pendekatan penelitian ini dibatasi dan akan menganalisis 4 faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Faktor-faktor tersebut dikategorikan menjadi faktor internal nasabah dan faktor eksternal nasabah. Dimana faktor internal nasabah terdiri dari faktor pribadi dan faktor psikologi sedangkan faktor eksternal nasabah terdiri dari faktor budaya dan faktor sosial.

Keputusan nasabah dalam memilih bank syariah dipengaruhi berbagai faktor utamanya faktor sosial, budaya, pribadi dan psikologi. Faktor-faktor tersebut

mempengaruhi persepsi dan preferensi nasabah yang pada akhirnya dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Faktor sosial mencakup pengaruh dari lingkungan termasuk keluarga, teman, dan masyarakat lainnya. Misalnya jika keluarga dan teman ada yang menggunakan bank syariah dan memberikan testimoni positif, maka kemungkinan besar orang tersebut cenderung untuk memilih bank syariah.

Faktor pribadi mencakup karakteristik setiap individu seperti jenis pekerjaan, usia, pendapatan dan *lifestyle*. Misalnya jika seseorang memiliki pendapatan tinggi dan gaya hidup mewah maka akan cenderung memilih bank syariah dengan pelayanan premium seperti memilih produk bjb syariah prioritas.

Faktor budaya mencakup nilai-nilai, keyakinan, dan norma-norma yang dianut oleh suatu kelompok masyarakat. Contohnya dalam suatu kelompok masyarakat mayoritas penduduknya beragama Islam, bank syariah memiliki kemungkinan besar dipilih karena sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma syariat islam.

Faktor psikologi mencakup motivasi, persepsi, sikap dan keyakinan. Contohnya jika seseorang lebih percaya bahwa bank syariah lebih adil dibandingkan dengan bank konvensional, maka orang tersebut cenderung lebih berpotensi memilih bank syariah.