

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Pengetahuan

Pengetahuan dapat diistilahkan sebagai suatu berita atau kabar yang tidak dapat dipisahkan dengan pemikiran serta kemampuan untuk berbuat sesuatu yang layak dan disertai dengan pemahaman, hal yang demikian secara langsung akan menempel dipikiran seseorang (Hall, 2012). Pengetahuan juga bisa diistilahkan sebagai seluruh informasi mengenai sesuatu perihal tertentu. Pengetahuan ialah perubahan sifat atau perilaku seseorang yang dilandasi oleh pengalaman yang telah dilalui. Penilaian suatu pengetahuan bisa dievaluasi dengan cara mewawancarai seseorang secara langsung ataupun melalui metode menanyakan isi materi yang akan dievaluasi dari subjek penelitian (responden) (Hardcastle et al., 2015). Istilah pengetahuan juga bisa didefinisikan sebagai seluruh kabar berita yang telah tersimpan serta terekam dalam memori suatu individu. Kumpulan dalam banyak komponen secara keseluruhan berita yang cocok dengan bagian dari konsumen dapat dikatakan dengan pengetahuan konsumen (Marsh, Cantor, & M. Brashier, 2016).

Pengetahuan konsumen dapat dibagi menjadi tiga bidang umum yaitu pengetahuan produk (*product knowledge*), pengetahuan pembelian (*purchase knowledge*), dan pemakaian (*usage knowledge*). Pengetahuan produk meliputi kesadaran terhadap kategori dan merek suatu produk, atribut atau ciri suatu produk, terminologi produk dan kepercayaan terhadap merk dan spesifikasi suatu

produk secara umum. Pengetahuan yang kedua adalah pengetahuan pembelian yang meliputi berbagai informasi yang dimiliki oleh konsumen yang berkaitan dengan perolehan produk. Pengetahuan pembelian secara mendasar merupakan informasi yang berkaitan dengan keputusan tentang kapan dan dimana produk tersebut akan dibeli. Pengetahuan berikutnya adalah pengetahuan pemakaian. Pengetahuan ini berkenaan dengan informasi mengenai kegunaan suatu produk dan hal-hal apa saja yang harus diperhatikan dalam penggunaan suatu produk agar berfungsi maksimal dalam penggunaannya (Mochocki, 2013).

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang (McConnell, 2011) adalah sebagai berikut:

1. Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang sangat menentukan mudan atau tidaknya seseorang dalam penyerapan dan pemahaman pengetahuan yang mereka peroleh. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan semakin baik pula pengetahuannya (McConnell, 2011).

2. Pengalaman

Pengalaman adalah sumber pengetahuan dan merupakan suatu cara untuk memperoleh informasi mengenai kebenaran suatu pengetahuan. Maka dari itu pengalaman dapat digunakan sebagai upaya seseorang dalam memperoleh pengetahuan dengan cara menerapkan pengalaman yang diperoleh sebagai solusi pemecahan masalah yang dihadapi di waktu yang lalu (McConnell, 2011).

### 3. Usia

Semakin tua umur seseorang maka mentalnya akan semakin baik dalam proses pembentukannya. Namun perkembangan pengetahuan tidak pada umur tertentu tidak secepat pada umur belia atau muda. Semakin tua seseorang maka pengalaman yang menjadi pengetahuan akan semakin banyak dan beragam (McConnell, 2011).

## 2.1.2 Gaya Hidup

### 2.1.2.1 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup yaitu siklus atau pola seseorang untuk hidup yang dapat diekspresikan melalui aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup dapat membuktikan seluruh gambaran individu seseorang ketika bersosialisasi atau berinteraksi dengan lingkungan kehidupan sehari-hari. Gaya hidup juga dapat menandakan segala siklus suatu individu dalam beraksi maupun dalam berkomunikasi. Gaya hidup biasanya diistilahkan dengan cara seseorang untuk beraktivitas (aktivitas), dasar seseorang untuk mempertimbangkan hal yang sesuai dengan ketertarikannya pada suatu hal (minat), serta bagaimana pemikiran suatu individu mengenai dirinya dan lingkungan sehari-harinya (opini) (Philip Kotler, 2012).

Gaya hidup adalah cara hidup individu yang di identifikasikan dengan bagaimana seseorang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang dianggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang dipikirkan tentang dunia sekitarnya. Hal yang paling berpengaruh dalam gaya hidup terhadap sikap dan perilaku seseorang dalam hubungannya dengan 3 hal utama kehidupan yaitu

pekerjaan, persahabatan, dan cinta. Perpaduan antara kebutuhan untuk mengekspresikan diri dan harapan suatu kelompok terhadap seseorang dalam melakukan sesuatu berdasarkan pada norma atau aturan yang berlaku disebut dengan gaya hidup. Maka dari itu diketahui macam gaya hidup yang berkembang di masyarakat saat ini contohnya gaya hidup hedonis, gaya hidup metropolis, gaya hidup global dan lain sebagainya (Ashford, Edmunds, & French, 2010).

Gaya hidup atau *Lifestyle* merupakan gambaran dari tingkah laku, pola dan cara hidup seseorang yang digambarkan dengan bagaimana aktivitas, minat dan ketertarikan seseorang serta apa yang dipikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga membedakan statusnya dengan orang lain dan lingkungan melalui lambang-lambang sosial yang mereka miliki (Walsh, 2011).

Gaya hidup adalah seni yang menjadi budaya setiap orang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, gaya hidup adalah pola tingkah laku seseorang, kelompok atau masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Sedangkan dari sisi ekonomi, gaya hidup ialah perilaku seseorang dalam membelanjakan uang yang dimiliki serta bagaimana mengalokasikan waktunya (Departemen Pendidikan Indonesia, 2008).

Gaya hidup diartikan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interests, and opinions*). Gaya hidup seseorang tidak bersifat permanen atau berubah-ubah. Seseorang akan mungkin mengganti model dan selera berpakaian karena menyesuaikan dengan perubahan hidup dan lingkungannya (Eikhof & Haunschild, 2006).

### 2.1.2.2 Jenis-jenis Gaya Hidup

Ada sembilan jenis gaya hidup yaitu (Starmer, 2012):

1. *Funcionalist* yaitu orang-orang yang menghabiskan uang mereka untuk hal-hal yang penting. Gaya hidup seperti ini biasanya diterapkan oleh orang-orang yang memiliki Pendidikan dan pendapatan rata-rata, kebanyakandari mereka adalah pekerja kasar atau buruh, berusia kurang dari 55 tahun dan umumnya sudah berumah tangga serta memiliki anak.
2. *Nurturers* yaitu orang-orang yang masih tergolong Muda dan memiliki pendapatan rendah. Memiliki Pendidikan diatas rata-rata dan fokus dalam membesarkan anak dibanding dengan membangun keluarga yang berkecukupan dalam segi harta benda.
3. *Aspirers* yaitu orang-orang yang memiliki gaya hidup tinggi dicerminkan dengan kebiasaan membelanjakan sejumlah uang dalam jumlah yang banyak untuk barang-barang mahal dan berstatus, begitu juga dalam hal pemilihan rumah tempat tinggal,memiliki pendidikan tinggi dan umumnya adlah pekerja kantor.
4. *Experientials* yaitu orang-orang yang rela menghabiskan uangnya untuk membeli barang hiburan, memenuhi hobi, dan kesenangan (*convenience*). Memiliki pendidikan rata-rata, namun memiliki pendapatan tinggi karena mereka pada umumnya adalah pekerja kantor.
5. *Succeeders* yaitu orang-orang yang memiliki rumah tangga yang mapan, rata-rata berada di jenjang usia setengah baya dan memiliki pendidikan tinggi bahkan memiliki pendapatan tertinggi diantara kelompok yang lain, rela

menghabiskan banyak uang untuk pekerjaan dan menghabiskan banyak waktu untuk pendidikan.

6. *Moral Majority* yaitu orang-orang yang rela menghabiskan banyak uang untuk hubungan sosial dan lain sebagainya seperti untuk kepentingan organisasi, lembaga pendidikan, agama dan lain-lain.
7. *The Golden Years* yaitu golongan para pensiunan, yang memiliki pendapatan tinggi saat aktif bekerja. Mereka hanya memikirkan untuk hal-hal yang menyenangkan seperti hiburan dan tinggal ditempat yang menenangkan dan menyenangkan.
8. *Sustainers* yaitu golongan para pensiunan dan berusia tua memiliki pendidikan rendah dan membelanjakan hartanya untuk hal-hal yang tidak berguna seperti foya-foya dan lain sebagainya.
9. *Subsisters* yaitu orang-orang yang memiliki tingkat sosial ekonomi rendah. Memiliki kesejahteraan hidup diatas rata-rata, umumnya adalah para pekerja keras dan memiliki karir yang bagus dalam pekerjaan.

### **2.1.2.3 Indikator dan Pengukuran Gaya Hidup**

Dalam menentukan indikator dan pengukuran gaya hidup khususnya dari segi gaya hidup konsumen, kita mengenal istilah Psikografik, yaitu ilmu tentang pengukuran dan pengelompokkan gaya hidup konsumen. Psikografis adalah instrumen yang digunakan untuk mengukur gaya hidup, dan memberikan pengukuran kuantitatif yang biasa digunakan untuk menganalisis data yang sangat besar. Psikografis merupakan analisis yang biasanya dipakai untuk melihat

segmen pasar. Analisis psikografis juga biasa diartikan sebagai suatu riset terhadap konsumen yang menggambarkan segmen konsumen dalam hal kehidupan, pekerjaan dan aktifitas lainnya. psikografis mengacu pada pengukuran kegiatan, minat, dan opini (*activities, interest, dan opinion*) (Riche, 2016).

Terdapat tiga indikator yang menentukan gaya hidup yaitu (Tomba, 2011):

1. Kegiatan (*Activity*) yaitu apa yang dikerjakan konsumen, produk apa saja yang dibeli dan digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Adapun kegiatan yang dilakukan diantaranya seperti berbelanja di toko. Walaupun tindakan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung. Aktivitas yaitu bagaimana seseorang mudah atau tidak bergerak dan bereaksi serta bertingkah laku secara spontan.
2. Minat (*Interest*) adalah objek peristiwa, atau topik pada tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Interest bisa meliputi kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen. Minat yang dianggap penting oleh konsumen dalam hal mengeluarkan uang atau meluangkan waktu. Minat merupakan salah faktor pribadi seorang konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusannya. Minata adalah usaha yang bersifat aktif untuk mewujudkan suatu tujuan.
3. Opini (*Opinion*) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal oral ekonomi dan sosial. Opini biasanya digunakan untuk menjelaskan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai apa yang menjadi maksud orang lain atau antisipasi

terhadap peristiwa di masa depan dan penimbangan konsekuensi sebagai ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan yang dilakukan dengan tujuan sebagai alternatif.

Schiffman dan Kanuk (2014) menjelaskan bahwa riset AIO bertujuan untuk mencari tanggapan konsumen terhadap sejumlah pertanyaan yang mengukur AIO. Kegiatan yaitu bagaimana konsumen menggunakan waktunya, Minat yaitu pilihan dan prioritas konsumen, pendapat yaitu bagaimana konsumen memandang berbagai macam kejadian dan persoalan.

### 2.1.3 Pertimbangan Halal-Haram

#### 2.1.3.1 Pengertian Halal dan Haram Dalam Islam

Halal ialah segala sesuatu yang secara syari'ah diperbolehkan, termasuk di dalamnya makanan dan minuman. Allah SWT berfirman dalam surat al-Baqarah ayat 168:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ  
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

*“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terbaik dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu”. (Qs Al-Baqarah: 168)*

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap muslim disyariatkan untuk makan makanan yang halal dan baik. Makanan yang dimaksud ialah makanan yang di perbolehkan baik dari segi zatnya, cara memperolehnya dan cara mengolahnya.

Haram ialah segala sesuatu yang tidak diperbolehkan di dalam syariah, termasuk didalamnya konsumsi makanan dan minuman maupun hal-hal lain dalam kehidupan manusia, dan apabila tetap dikonsumsi dan digunakan maka akan mendapatkan dosa kecuali dalam keadaan terpaksa, serta banyak sekali madhratnya dari pada hikmanya, (Ryan, 2016).

Klasifikasikan benda-benda dalam perspektif halal-haram secara umum dibagi benda menjadi dua macam.

1. Suatu benda itu dikatakan haram karena hakekat dan keadaan benda itu sendiri
2. Suatu benda dikatakan haram karena sebab lain yang baru datang atau cara memperolehnya (Adnan, 2013).

Sedangkan harta-benda yang keharamannya sebab adanya sesuatu yang datang kemudian atau dalam cara memperolehnya, ini berarti zat barang tersebut adalah halal. Hal ini diperinci menjadi beberapa bagian:

1. sesuatu yang diperoleh karena memang tidak ada pemiliknya, seperti berbagai benda tambang, menghidupkan tanah mati, dan berburu. Semua itu halal hukumnya, dengan syarat bahwa apa yang diambil itu tidak dikhususkan untuk kehormatan pribadi tanpa mempertimbangkan dampak lingkungan, dan barang-barang tersebut tidak dimiliki oleh "seseorang" yang dilindungi oleh hukum.
2. Sesuatu yang diambil secara paksa dari siapa saja yang dianggap tidak ada kehormatan diri baginya. Seperti: fa'i, ghanimah, dan semua harta orang kafir yang memerangi orang Islam. Semua itu halal bagi orang Islam setelah

diambil seperti lima dari harta itu untuk kemaslahatan kaum muslimin, dan telah dibagi secara adil kepada mereka yang berhak menerimanya. Tetapi harta orang kafir yang telah dilindungi oleh hukum, maka tidak boleh diambil.

3. Sesuatu yang diperoleh dari transaksi yang dilakukan secara suka sama suka (dengan cara tukar menukar). Harta benda yang dihasilkan dengan jalan seperti ini halal hukumnya apabila telah terpenuhi syarat-syarat yang benar sesuai dengan tuntutan syari'at, dan telah dihindari syarat-syarat yang merusakkan.
4. Harta yang diperoleh bukan dengan usaha, seperti harta hasil warisan. Harta seperti ini halal hukumnya, apabila yang meninggal dunia (yang mewariskan) dahulu memperolehnya dengan jalan yang halal pula (Adnan, 2013).

Dalam firman Allah surat Al-A'raf, ayat 157 yaitu:

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا  
عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ  
الْمُنْكَرِ وَهُمْ لَهُمْ الطَّيِّبَاتُ وَحُرِّمَ عَلَيْهِمُ الْخَبِيثَاتُ وَيَضَعُ عَنْهُمْ  
إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ فَالَّذِينَ ءَامَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ  
وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ ۗ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*“(yaitu) orang-orang yang mengikut rasul, Nabi yang Ummi yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (Al Quran), mereka Itulah orang-orang yang beruntung”.*(QS. Al A'Raaf: 157) (Al-Qur'an, 2002).

#### **2.1.3.2 Konsep Halal dan Haram**

Prinsip pertama yang ditetapkan dalam agama islam yaitu asal dari segala sesuatu ciptann Allah SWT hakikatnya adalah halal dan mubah. Tidak ada satupun yang haram, kecuali ada alasan yang sah dan tegas dari hukum Allah dan Rasul-Nya yang mengharamkan. Jika tidak ada nas atau alasan yang sah seperti karena ada sebagian Hadis lemah atau tidak ada nas yang tegas yang menunjukkan haram, maka hal tersebut tetap sebagaimana asalnya, yaitu mubah (Azrin, 2013). Para ulama sepakat bahwa segala sesuatu pada dasarnya adalah mubah , seperti tersebut di atas, dengan dalil ayat-ayat al-Quran yang antara lain:

أَلَمْ تَرَوْا أَنَّ اللَّهَ سَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَأَسْبَغَ عَلَيْكُمْ نِعْمَهُ ظَهْرَةَ وَبَاطِنَةً<sup>٢٠</sup> وَمِنَ النَّاسِ مَن تَجَدَّلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٍ مُّنِيرٍ ﴿٢٠﴾

*“Tidakkah kamu perhatikan sesungguhnya Allah telah menundukkan untuk (kepentingan)mu apa yang di langit dan apa yang di bumi dan menyempurnakan untukmu nikmat-Nya lahir dan batin. Dan di antara manusia ada yang membantah tentang (keesaan) Allah tanpa ilmu pengetahuan atau petunjuk dan tanpa Kitab yang memberi penerangan”. qs. Luqman:20 (Al-Qur’an, 2002)*

Segala hal yang berupa harta benda seharusnya dilihat dan diperhatikan aspek halal dan haramnya. Transaksi dalam hal harta dan kekayaan yang menyakut seluruh perbuatan yang jahat dan adalah hal yang benar-benar dilarang. Hal ini diperlihatkan dan ada dalam aplikasi dari prinsip Al Quran dalam sabda dan perilaku Rasulullah serta para sahabatnya. Halal maupun haram dapat dibedakan bukan saja hanya dalam mewajibkan tujuannya harus benar, melainkan sarana yang digunakan dalam mendapatkan tujuan itu juga wajib ditempuh dengan benar.

Ajaran islam menganjurkan untuk tiap muslim agar dalam mendapatkan harta yang halal sepatutnya linear antara niat, pelaksanaan dalam mendapatkannya serta sarana yang dipergunakan. Dengan kata lain meskipun diawali dengan niat yang lurus, tetapi apabila pengerjaan dan sarana yang digunakan tak sesuai dengan Islam, niscaya akan menghasilkan harta yang tidak memberi manfaat dan tidak diberkahi oleh Allah SWT, serta haram. Sehingga seseorang dapat

membersihkan hatinya dengan ibadah sehingga dapat meluruskan niat serta proses dalam mendapatkan harta serta penghasilan dengan halal (Thaib, 2014).

### 2.1.3.3 Ruang Lingkup Halal dan Haram

Ajaran islam memiliki prinsip dan etika untuk mengerjakan bisnis dan usaha diwajibkan untuk diikuti seluruh umat muslim yang terlibat dalam ruang lingkup usaha untuk kelompok maupun sendiri yaitu semua wajib untuk berpedoman pada hal yang halal dan diridhoi oleh Allah SWT serta dilarang melanggar hal yang telah ditentukan. Meskipun ruang lingkup halal luas, namun kebanyakan hati umat manusia tetap saja merasa kurang puas dengan hal yang halal tersebut. Tidak sedikit didapatkan orang-orang yang menginginkan atau tergoda dengan hal haram. Orang-orang tersebut beranggapan bahwa untuk mendapatkan hal haram saja susah apalagi yang halal. Anggapan ini adalah anggapan orang yang tidak mau berusaha dengan keras dan menginginkan hal yang mudah serta keuntungan namun tidak memperhatikan halal harang yang telah diatur dalam Alqur'an..

QS. Al-Baqarah: 229

وَمَنْ يَتَعَدَّ حُدُودَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴿٢٢٩﴾

“Barangsiapa yang melanggar hukum-hukum Allah mereka itulah orang-orang yang zalim”. QS Al Baqarah: 229 (Al-Qur'an, 2002)

Di bawah ini akan diuraikan hal-hal yang larang atau diharamkan untuk dikonsumsi baik yang merusak akidah, akhlak dan jiwa manusia. Umat muslim dilarang menanam hal yang berbahaya dan hal yang haram, selain itu tidak boleh menghasilkan atau memproduksi barang haram yang dipakai maupun dikoleksi.

Sebab hal-hal yang haram tersebut adalah hal yang merugikan, merusak akidah, akhlak serta sopan santun umat manusia. Sedangkan bentuk usaha yang haram untuk umat muslim Islam yaitu:

1. Investasi harta dengan cara membahayakan masyarakat.

Islam melarang produksi yang hanya merealisasikan kepentingan pribadi dan membahayakan kepentingan umum. Produksi dan keuntungan dengan cara eksploitasi, tipu daya, eksploitasi kebutuhan dan menimbulkan bahaya bagi kaum miskin dengan cara apapun diharamkan.

2. Riba

Islam dan agama-agama samawi lainnya mengharamkan riba, karena dalam riba terdapat hal yang membahayakan masyarakat dan ekonomi. Resiko ekonomi menunjukkan bahwa riba merupakan mediasi yang tidak cocok bagi kegiatan ekonomi berdasar beberapa alasan:

- a) Bunga yang dihasilkan oleh pelaku riba tidak dihasilkan dengan cara produksi, tapi diambil dari harta orang lain atau dari sumber masyarakat tanpa didahului oleh proses produksi.
- b) Bunga yang dihasilkan akan menyebabkan kemalasan dan nilai tambahnya tanpa usaha dan kerja keras.
- c) Riba akan menyebabkan pertambahan nilai inflasi di masyarakat.
- d) Riba memberatkan beban peminjam manakala ia tidak mampu melunasi dikarenakan berlipatnya nilai bunga.

3. Jual beli tidak jelas (Gharar)

Gharar merupakan jenis benda yang ditransaksikan tanpa ada kejelasan ukuran dan sifat ketika transaksi berlangsung. Kerelaan sebagai unsur penting dalam jual beli tidak terdapat dalam transaksi ini. Bentuk transaksi ini termasuk transaksi yang mengandung unsur batil.

4. Pencurian.

Allah menetapkan hukuman potong tangan karena perbuatan mencuri merupakan bentuk pengkhianatan. Allah berfirman:

وَالسَّارِقُ وَالسَّارِقَةُ فَاقْطَعُوا أَيْدِيَهُمَا جَزَاءً بِمَا كَسَبَا نَكَالًا مِّن  
 اللَّهُ وَاللَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴿٣٨﴾

*“Laki-laki yang mencuri dan perempuan yang mencuri, potonglah tangan keduanya (sebagai) pembalasan bagi apa yang mereka kerjakan dan sebagai siksaan dari Allah. Dan Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana”.* Qs. Al Maaidah: 38 (Al-Qur’an, 2002)

5. Perampasan.

Menguasai harta orang lain secara ilegal. Kaum muslimin telah sepakat bahwa perbuatan ini adalah haram, karena memakan hasil rampasan dikategorikan sebagai memakan harta dengan cara yang batil sesuai dengan firman Allah:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu Qs.*

*An Nisaa’: 29 (Al-Qur’an, 2002)*

6. Upah pekerjaan yang haram dilaksanakan, seperti mas kawin zina dan tips bagi dukun.

Harta dengan cara menjual minuman keras, bangkai, babi dan berhala tidak dihalalkan. Nabi saw tidak hanya mengharamkan minum khamr, sedikit atau banyak, tetapi beliau juga mengharamkan memperjualbelikan khamr meskipun terhadap non muslim.

7. Suap

Adalah pemberian sesuatu kepada hakim atau orang lain agar memutuskan hukum sesuai yang diinginkan. Hukum suap haram. Pengharaman Islam ini ditujukan untuk menjaga masyarakat dari timbulnya kerusakan dan penganiayaan hukum tanpa hak atau untuk menegakkan keadilan. Kaum muslim telah satu kata tentang larangan suap. Perkara ini sama dengan mengambil harta dengan cara batil.

8. Menimbun/spekulan.

Menimbun adalah menahan komoditas yang dibutuhkan masyarakat dari sirkulasi pasar dalam satu masa tertentu agar harganya naik. Setelah naik, barang tersebut dijual di pasaran. Penimbunan merupakan bagian perbuatan haram.

9. Perjudian.

Yaitu setiap permainan antara dua kelompok yang akan munculkan kerugian di satu pihak dan keuntungan dipihak lain, baik berdasar kesepakatan atau kemujuran. Perbuatan ini digolongkan al Maisir seperti kesepakatan para ulama.

10. Penipuan.

Islam mengharamkan aseluruh macam penipuan, baik dalam masalah jual beli, maupun dalam seluruh macam mu'amalah. Seseorang dituntut untuk bertingkah laku jujur dalam semua urusanya, karena dengan kejujuran itulah yang akan membawa ia pada keselamatan dunia dan akhirat. Dan keiklasan dalam beragama, nilainya lebih tinggi daripada seluruh urusan duniawi (Saharuddin, 2016).

#### 2.1.4 Faktor Sosial

Keputusan suatu individu dalam memilih dan memakai suatu layanan perbankan baik dalam bentuk barang maupun jasa pasti akan berbeda setiap individu itu sendiri (Norman, Chalkidou, & Culyer, 2018), hal yang dapat mempengaruhi keputusan tersebut salah satunya adalah faktor sosial seseorang

(Kumar & Ghodeswar, 2015). Dalam pembahasan faktor sosial ini mempunyai tiga pengukuran (Gifford & Nilsson, 2014) yaitu:

1. Kelompok Acuan (*Reference Groups*)

Kelompok acuan (*Reference Groups*) adalah kelompok yang mempengaruhi keputusan pembelian atau pemilihan suatu produk melalui peran atau interaksi langsung berupa tatap muka maupun yang tidak secara langsung. Kelompok yang mempengaruhi seseorang secara langsung yang merupakan kelompok primer terdiri dari keluarga, teman, rekan kerja, tetangga yang berinteraksi secara berkesinambungan atau terus-menerus setiap hari. Kelompok sekunder terdiri kelompok profesi, asosiasi, kelompok keagamaan yang merupakan kelompok-kelompok formal dan tidak membutuhkan interaksi rutin setiap hari. Kedua kelompok ini disebut dengan kelompok keanggotaan. Kehidupan seseorang sangat dipengaruhi oleh kelompok acuannya, ada beberapa cara yang bisa mempengaruhi keputusan seseorang melalui kelompok acuan. pertama, kelompok acuan dapat mempengaruhi seseorang sehingga menjalani gaya hidup dan perilaku yang baru. Kedua, kelompok acuan dapat mempengaruhi pilihan seseorang terhadap produk atau merk tertentu. Ketiga, kelompok acuan berupa asosiasi, profesi dan lain sebagainya merupakan kelompok yang yang ingin dimasuki seseorang dan perilaku kelompok ini dapat dinilai untuk diikuti ataupun ditolak oleh seseorang (Gifford & Nilsson, 2014).

## 2. Keluarga

Keluarga adalah organisasi atau instrumen yang paling penting dalam keputusan pembelian seorang konsumen dalam masyarakat. Keluarga adalah acual primer yang paling berpengaruh dalam menentukan keputusan pembelian. Keluarga dalam kehidupan membeli dapat dibedakan menjadi dua yaitu keluarga orientasi yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung. Seseorang bisa mendapatkan orientasi agama, ekonomi, ambisi pribadi, politik, harga diri dan lain sebagainya dari orang tua meskipun seseorang tidak lagi berinteraksi secara langsung atau hidup bersama orang tuanya, namun pengaruh orang tua terhadap keputusan membeli atau menggunakan produk seseorang masih sangat signifikan. Keluarga juga bisa diartikan sebagai satu unit masyarakat terkecil yang sangat mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusannya melalui perilakunya (Gifford & Nilsson, 2014).

## 3. Peran atau Status Sosial

Kedudukan seseorang dapat ditentukan berdasarkan peran dan statusnya dalam masyarakat melalui berbagai partisipasi dalam banyak kelompok seperti keluarga, organisasi dan perkumpulan kelompok lainnya. Peran seseorang juga meliputi apa yang dilakukan seseorang. Sebagai contoh seorang direktur memiliki peran dan status berbeda dengan karyawan biasa sehingga membentuk pola konsumsi dan selera membeli yang berbeda, hal ini dibedakan karena adanya perbedaan peran, pendapatan, pergaulan dan lain sebagainya (Gifford & Nilsson, 2014).

## 2.1.5 Kartu Kredit Syariah

### 2.1.5.1 Pengertian Kartu Kredit Syariah

Kartu kredit merupakan kartu yang diciptakan dari bahan plastik yang diterbitkan oleh bank atau perusahaan pengelola kartu kredit lainnya, yang memberikan hak untuk seseorang selaku pemegang kartu kredit yang memenuhi syarat-syarat tertentu serta nama pemilik kartu kredit tersebut akan tertulis di kartunya. Kartu inilah yang akan dipakaidipakai untuk bertransaksi secara kredit untuk membayar suatu barang maupun jasa serta dapat juga digunakan untuk mengambil sejumlah uang secara tunai namun dalam limit tertentu yang sesuai dengan aturan bank yang menerbitkan kartu tertentu (Bhattacharyya, Jha, Tharakunnel, & Westland, 2011).

Dalam pembayaran tagihan kredit yang telah digunakan, nasabah atau pemegang kartu kredit bisa membayar tagihan bulanan sebanyak 10% dari total hutang atau 100% (*full payment*). Namun nasabah atau pemegang kartu kredit akan dikenakan bunga ataupun biaya tambahan jika tidak melakukan pembayaran penuh saat jatuh tempo atau hanya membayar separuh dari tagihan kreditnya. Kartu kredit termasuk kredit tanpa jaminan (*unsecured loan*) sehingga memiliki risiko tinggi gagal bayar. Oleh sebab itu, kebanyakan bank konvensional menentukan bunga yang cukup tinggi. Saat ini berkisar 2,95% per bulan ditambah dengan denda keterlambatan untuk pembayaran cicilan yang cukup besar. Sistem kartu kredit merupakan suatu jenis penyelesaian transaksi ritel (*retail*) dan sistem kredit. Sebuah kartu kredit berbeda dengan kartu debit di mana penerbit kartu

kredit atau bank memberikan pinjaman kepada konsumen berupa uang dan bukan mengambil uang dari rekening nasabah tersebut (Sculley et al., 2014).

Bithaqah al-l'timan atau nama yang umumnya disebut dengan kartu kredit syariah merupakan suatu alat berupa kartu berfungsi layaknya seperti kartu kredit pada umumnya yang tidak terlepas dari regulasi serta aturan yang berlaku dan telah ditetapkan, namun bedanya dengan kartu kredit konvensional, kartu kredit syariah ini untuk prinsip serta kebijakannya mengikuti prinsip dan kebijakan yang syariah. Dewan Syariah Nasional dalam Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 54/DSN-MUI/X/2006 telah mengatur dalam ketentuan umum dan mengeluarkan fatwa mengenai kartu kredit syariah. Fatwa yang dimaksud ini menerangkan bahwa kartu kredit syariah (*Syariah Card*) merupakan kartu yang fungsinya sama dengan kartu kredit yang berhubungan dengan peraturan atau hukum (mengikuti metode yang telah ada) melalui beberapa pihak yang mengikuti prinsip Syariah serta dibatasi dan melalui fatwa ini. Beberapa pihak yang ikut terlibat dalam operasional kartu kredit yaitu pihak penerbit kartu (mushdir al-bithaqah), pemegang kartu (hamil al-bithaqah) dan penerima kartu (merchant, tajir atau qabil al-bithaqah) (Majelis Ulama Indonesia, 2006).

Bisa disimpulkan dari penjelasan diatas bahwa seluruh peraturan dan kebijakan yang dilaksanakan dalam kartu kredit syariah adalah ketentuan yang diterbitkan oleh Dewan Syariah Nasional dan MUI.

Hal yang membedakan kartu kredit syariah dengan yang konvensional adalah kebijakan yang disebutkan diatas, walaupun dari segi peraturan, hukum, dan regulasi dari pemerintah keduanya macam kartu kredit ini syariah ataupun

konvensional masih melaksanakan peraturan yang tidak berbeda. Kartu kredit syariah tidak berbeda dengan kartu kredit konvensional, kartu kredit syariah bisa dipakai untuk beragam kebutuhan layanan untuk berbelanja maupun penarikan secara tunai menggunakan mesin ATM.

#### 2.1.5.2 Akad-akad Kartu Kredit Syariah

Kartu kredit syariah (*syariah card*) terdiri dari banyak akad yang digunakan untuk dasar operasional, serta menjadi pembeda dengan kartu kredit konvensional. Ini merupakan poin plus untuk keuntungan penggunanya, sehingga pelanggan dapat memakai dan memanfaatkan fasilitas kartu kredit yang cocok dengan prinsip dan ketetapan syariah. Akad dalam kartu kredit syariah menjadi tanda yang membedakan antara kartu kredit syariah dengan kartu kredit konvensional. Akad-akad yang demikian yaitu (Majelis Ulama Indonesia, 2006):

##### a) Kafalah

Berdasarkan bahasa adalah *adh dhamman* (jaminan), padahal definis kafalah dari sisi istilah ialah suatu proses yang menggabungkan tanggungan kafil atau penjamin yang menjadi tanggungan *ashiil* dalam permintaan dengan materi yang sama dalam wujud hutang, barang atau profesi. Dalam akad Kafalah untuk kartu kredit syariah yakni penerbit kartu bertindak sebagai penjamin (kafil) bagi pemegang kartu/nasabah terhadap merchant atas semua kewajiban bayar (*dayn*) yang timbul dari transaksi antara pemegang kartu dengan merchant, dan/atau penarikan tunai dari selain bank atau atm bank penerbit kartu. atas pemberian kafalah, penerbit kartu dapat menerima fee (ujrah kafalah).

Akad kafalah dalam bahasa Indonesia berarti sebagai penjamin transaksi, maka Bank sebagai pihak yang menerbitkan kartu kredit bertindak sebagai penjamin di dalam berbagai macam transaksi yang dilakukan nasabah selaku pemegang kartu terhadap merchant dan/atau atas kegiatan penarikan tunai yang dilakukan di mesin ATM selain milik bank penerbit kartu kredit tersebut.

**b) Qardh**

Yakni akad pinjaman (penyaluran dana) yang diserahkan pihak Bank terhadap nasabah dengan ketetapan nasabah harus mengembalikan dana yang diserahkan oleh Bank dalam wujud pinjaman dalam waktu yang sudah disepakati antara nasabah dan Pihak Bank Syariah.

Dalam kartu kredit syariah (syariah card), Penerbit Kartu dalam hal ini pihak Bank sebagai yang memberikan pinjaman (muqridh) terhadap nasabah (muqtaridh) melewati penarikan tunai yang dilaksanakan oleh nasabah atau pemegang kartu dari bank atau ATM bank Penerbit Kartu

**c) Ijarah**

Akad ini adalah akad yang memindahkan hak guna atau manfaat atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (Ujah) tanpa disertai dengan memindahkan hal pemilik produk tersebut. Dapat juga dikatakan bahwa ijarah merupakan layanan sewa menyewa

Ijarah diruang lingkupkartu kredit syariah (*syariah card*), yang menerbitkan sebagai penyedia jasa proses pembayaran dan pelayanan terhadap Pemegang Kartu. Karena adanya layanan ini maka yang memegang kartu mendapatkan *membership fee* atau iuran keanggotaan. Sedangkan akad ijarah merupakan dana

keanggotaan (iuran tahunan) yang diharuskan untuk nasabah atau pemegang kartu kredit.

#### **d) Sharf**

Dalam bahasa artinya Al-Ziyadah (penambahan), Al-Adl (seimbang), penghindaran atau transaksi jual beli. Sharf merupakan perjanjian jual beli valuta atau mata uang asing dengan mata uang lainnya. Selain itu, sharf (*money changing*) juga dapat menjual nilai sesuatu dengan nilai sesuatu yang lain, termasuk emas dan perak.

Akad “sharf” dalam kartu kredit syariah adalah berupa fasilitas yang diberikan oleh bank kepada nasabahnya dalam melakukan transaksi keuangan dalam mata uang asing. Fasilitas ini merupakan salah satu fasilitas yang diberikan oleh pihak bank selaku penerbit kartu dengan tujuan untuk memudahkan nasabahnya dalam bertransaksi dengan mata uang asing terutama saat berada diluar negeri. (Majelis Ulama Indonesia, 2006).

#### **2.1.5.3 Ketentuan kartu kredit syariah (*Syariah Card*)**

##### **1) Ketentuan tentang Batasan (Dhawabith wa Hudud) Kartu Kredit Syariah (*Syariah Card*)**

Dewan Syariah Nasional, Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 54/DSN-MUI/X/2006 telah mengatur dan mengeluarkan fatwa mengenai batasan kartu kredit syariah seperti yang dijelaskan sebagai berikut:

- a) Dilarang ada hal yang menghasilkan riba didalamnya.
- b) Dilarang menggunakan Kartu Kredit Syariah (*Syariah Card*) untuk hal yang haram serta harus sesuai dengan ajaran syariah.
- c) Harus ada limit pemberlanjaan agar tidak menghasilkan pengeluaran yang berlebihan (*israf*).
- d) Untuk nasabah yang menggunakan kartu kredit ini wajib mempunyai komitmen dan memiliki keuangan yang sesuai agar dapat melakukan pelunasan tepat waktu.
- e) Layanan fasilitas harus sesuai dengan ajaran syariah.

## 2) Ketentuan Pembayaran Iuran (*fee*)

Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 54/DSN-MUI/X/2006 telah mengeluarkan fatwa mengenai pembayaran iuran (*fee*) kredit syariah, seperti berikut ini:

- a) Iuran keanggotaan (*membership fee*)

Penerbit Kartu dalam hal ini bank berhak menerima iuran keanggotaan (rusum al-'udhwiyah) termasuk didalamnya perpanjangan masa keanggotaan dari pemegang Kartu atau nasabah sebagai imbalan (ujrah) atas izin penggunaan fasilitas kartu.

- b) Merchant fee

Bank selaku Penerbit Kartu dibolehkan menerima iuran atau pembayaran (*fee*) yang diambil dari harga objek transaksi atau pelayanan sebagai imbalan (ujrah) atas perantara, pemasaran, dan penagihan.

c) Fee penarikan uang tunai

Bank selaku Penerbit kartu diperbolehkan menerima Iuran atau pembayaran (*fee*) atas penarikan uang tunai jika nasabah melakukan hal tersebut untuk balasan dari layanan serta menggunakan layanan tersebut dimana besar imbalan tersebut tidak terkait dengan jumlah penarikan.

d) Fee Kafalah

Pihak Bank sebagai pihak yang menerbitkan kartu bisa mendapatkan pembayaran (*fee*) dari Pemegang Kartu atas pemberian Kafalah.

e) Keseluruhan pembayaran (*fee*) yang dituliskan sebelumnya wajib ditetapkan dalam akad penggunaan kartu dengan transparan, jelas dan tidak berubah-ubah, terkecuali *merchant fee* (Majelis Ulama Indonesia, 2006).

**3) Ketentuan Ta'widh dan Denda**

Ketentuan Umum fatwa Dewan Syariah Nasional, Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 54/DSN-MUI/X/2006 telah mengatur mengenai Ta'widh dan denda pada kredit syariah seperti sebagai berikut:

a) Ta'widh

Penerbit Kartu dapat mengenakan *ta'widh*, yaitu pembayaran atau ganti rugi terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan oleh Bank Penerbit Kartu atas keterlambatan pemegang kartu dalam membayar kewajibannya yang telah jatuh tempo.

b) Denda keterlambatan (*late charge*)

Jika nasabah terlambat membayar maka pihak yang menerbitkan kartu dapat memberikan denda yang dianggap sebagai dana sosial.

Musyawarah adalah tahap untuk menyelesaikan masalah apabila terjadi perbedaan pendapat dalam pihak yang terkait dengan kartu kredit syariah ini, namun jika tidak mendapatkan penyelesaian maka Badan Arbitrase Syari'ah atau melalui Pengadilan Agama akan mengambil alih untuk menyelesaikan permasalahan tersebut (Majelis Ulama Indonesia, 2006).

#### 2.1.6 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, determinan atau faktor tersebut dibagi menjadi tiga kategori yaitu sebagai berikut (Reisinger, 2009):

1. Pengaruh lingkungan yang terdiri dari budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, sikap dan situasi.

Budaya adalah sekumpulan nilai, persepsi, preferensi serta perilaku keluarga atau lembaga-lembaga penting lainnya. Kelas sosial adalah pembagian dalam masyarakat yang terdiri dari individu dengan berbagai minat, nilai dan perilaku yang sama, atau kelompok yang relatif homogen. Kelas sosial yang berbeda cenderung menghasilkan perilaku konsumen yang berbeda (Serra Cantalops & Salvi, 2014).

Pengaruh pribadi merupakan tekanan yang dirasakan untuk menyesuaikan dengan norma atau harapan yang diberikan oleh orang lain yang berhubungan dekat dengan konsumen akan menjadi kelompok acuan atau pemimpin opininya. Kelompok acuan terdiri dari kelompok-kelompok yang mempunyai

pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap seseorang seperti keluarga, organisasi formal dan lainnya. Kelompok ini akan dijadikan sebagai acuan seseorang dalam menentukan pilihan konsumsinya (Andrews & Bianchi, 2013).

2. Perbedaan individu yang terdiri dari faktor internal seperti sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan sikap, kepribadian, gaya hidup dan demografi (Reisinger, 2009).

Menurut Reisinger (2009) dalam proses pertukaran barang dan jasa, konsumen mempertimbangkan tiga sumber daya utama yakni sumberdaya ekonomi atau pendapatan dan kekayaan, sumber daya temporal atau waktu, dan sumberdaya kognitif atau kapasitas konsumen untuk mengolah informasi. motivasi dan keterlibatan merupakan kebutuhan variabel utama dalam motivasi. Kebutuhan didefinisikan sebagai perbedaan yang disadari antara keadaan ideal dengan keadaan yang sebenarnya sehingga dapat mengaktifkan perilaku. Keterlibatan mengacu pada tingkat relevansi yang disadari dalam tindakan pembelian. Bila keterlibatan tinggi, ada motivasi lebih kuat untuk memperoleh dan mengolah informasi serta kemungkinan yang jauh lebih besar dari pemecahan kebutuhan yang diinginkan.

Menurut Reisinger (2009) secara umum pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan. Pengetahuan konsumen dibagi menjadi tiga kategori, yaitu pengetahuan produk mencakup atribut produk dan kepercayaannya, pengetahuan membeli yaitu dimana dan kapan membeli dan, pengetahuan pemakaian (dari ingatan konsumen dan iklan).

Menurut Reisinger (2009) sikap merupakan keseluruhan evaluasi yang dilakukan konsumen. Sikap ini dilakukan konsumen berdasarkan pandangannya terhadap produk dan proses belajar baik dari pengalaman maupun dari yang lain. Intensitasnya, dukungan dan kepercayaannya adalah sikap penting dari sikap konsumen. Masing-masing sikap ini akan bergantung pada kualitas pengalaman konsumen sebelumnya dengan objek sikap.

Kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan tahan lama terhadap lingkungannya. Kepribadiannya biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, dominasi, ketaatan dan yang lainnya. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen. Jelas kepribadian tersebut dapat diklasifikasikan dengan akurat dan terdapat korelasi yang kuat antara jenis kepribadian tertentu dengan pilihan produk (Serra Cantallops & Salvi, 2014).

3. Proses psikologis merupakan proses pengolahan suatu informasi, perubahan sikap dan perilaku serta pembelajaran.

Pengolahan informasi yaitu cara-cara informasi ditransformasikan, dirinci, disimpan, didapatkan kembali dan digunakan. Faktor-faktor tersebut dipengaruhi oleh dua jenis utama determinan, yaitu pribadi dan stimulus. Determinan pribadi adalah karakteristik individual seperti motivasi, sikap, adaptasi dan rentang perhatian. Efek dari pengaruh pribadi adalah membuat

perhatian sangat selektif, sedangkan faktor stimulus adalah karakteristik dari stimulus itu sendiri (Cetină, Munthiu, & Rădulescu, 2012).

### 2.1.7 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *Electronic Payment System*

#### *System*

*Electronic payment system* atau pembayaran menggunakan metode elektronik biasanya memakai alat yang berupa kartu oleh perbankan, untuk debit ataupun kredit telah tersebar meluas mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi yang benar-benar berkembang dengan cepat} ini (Rancha & Singh, 2013)

Menurut Rancha & Singh (2013) Ada beberapa kategori yang bisa digunakan sebagai alat untuk mengukur dan melihat faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan *electronic payment system* termasuk kartu kredit, yaitu sebagai berikut:

1. *Socio-demographic* yang terdiri dari umur, jenis kelamin, pendidikan, dan bahasa.
2. *Financial* (dengan menanyakan berapa penghasilan per bulan responden setelah dikurangi pajak).
3. Teknologi (frekuensi penggunaan mobile phone, komputer pribadi, internet, PDA, dan penggunaan pelayanan bank melalui telepon).
4. *Supply-side* yaitu menghitung jumlah POS (*Point Off Sale*) terminals dan ATM (*Automatic Teller Machine*) per ZIP code (Rancha & Singh, 2013).

Variabel *socio-demographi* hanya dipengaruhi oleh 2 hal yaitu bahasa serta pendidikan yang memberikan pengaruh dan sadar untuk mempunyai dan menggunakan kartu kredit. Kedua hal yang memberikan pengaruh tadi dalam *socio-demographi*, pendidikanlah yang paling besar pengaruhnya baik dari segi penggunaannya maupun frekuensi penggunaan kartu kredit. Penggunaan kredit juga dipengaruhi oleh employment dimana orang yang mempunyai profesi yang lebih tinggi atau kecukupan seperti manager maupun seseorang self-employed lebih. Dalam hal financial, tingginya pendapatan seorang individu berpengaruh positif terhadap penggunaan kartu kredit. Hal yang sama juga terjadi dalam hal technology, semakin sering atau lancar seorang individu menggunakan teknologi maka semakin tinggi pula kemungkinan seseorang tersebut menggunakan kartu kredit. Sedangkan *supply-side* dalam hal tempat tinggal seseorang tidak begitu mempengaruhi, jumlah ATM dalam lingkungan seseorang berpengaruh negatif terhadap penggunaan kartu kredit (C. Kim, Tao, Shin, & Kim, 2010).

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Kegiatan peneliti selalu berawal dari pengetahuan – pengetahuan yang sudah ada sebelumnya, dan pada umumnya semua ilmuan memulai penelitiannya dengan menggali hal-hal yang sudah ditemukan oleh para ahli-ahli yang lain. Dari apa apa yang telah ditemukan para ahli tersebut dapat dilakukan dengan mempelajari, memahami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi melalui hasil penelitian dalam bentuk jurnal, skripsi, thesis atau karya ilmiah yang ada. Adapun telaah pustaka yang dilakukan oleh peneliti adalah menggali hal-hal apa

yang sudah dikemukakan oleh para peneliti terdahulu, karena penelitian ini adalah merupakan lanjutan – lanjutan dari penelitian terdahulu, diantaranya:

Variabel pengetahuan, agama dan sikap memberikan pengaruh positif serta signifikan dalam hal niat nasabah untuk menggunakan kartu kredit syariah (Ali, Raza, & Puah, 2017).

Faktor sosio demografi dan karakteristik finansial tidak mempengaruhi sikap dan perilaku dalam menggunakan kartu kredit syariah (Rita, 2011).

Pengaruh interaksi orang tua (sosial) paling berpengaruh terhadap kepemilikan kartu kredit siswa. Dengan kata lain bahwa gaya hidup yang dimiliki orang tua akan mempengaruhi gaya hidup siswa (Hancock, Jorgensen, & Swanson, 2013).

Religiusitas memiliki pengaruh dalam hal keputusan dengan hasil nilai uji T sebesar 6,3229 yang memiliki arti bahwa awal pemikiran nasabah memutuskan memakai produk syariah adalah keyakinan agama, dimana mengindar dari riba merupakan dasar utama dalam memutuskan untuk penggunaan produk bank syariah (Rum, 2015).

Preferensi utama menabung mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Brawijaya-Malang pada perbankan syariah adalah karena kepatuhan agama dipengaruhi oleh religiusitas (Lestari, 2016).

Penelitian lainnya mengenai keputusan menggunakan kartu kredit dikerjakan oleh Fauzan (2017) memberikan hasil bahwa gaya hidup achievers (activities, interest and opinion) memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan kartu kredit Bank Mandiri cabang

Pematangsiantar. Hasil analisis regresi menggambarkan variabel activities dan opinion berpengaruh paling tinggi dibandingkan interest (Fauzan, 2017).

Penelitian tentang Pengaruh Gaya Hidup dan Pemanfaatan Teknologi (*e-banking*) Terhadap Kepemilikan Kartu Kredit Serta Dampaknya pada Sikap Pengguna menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap kenyamanan pemilik kartu kredit dalam kegiatan untuk berbelanja. Hasil penelitian dalam jurnal ini menjelaskan mengenai pemanfaatan teknologi dan gaya hidup secara simultan mempengaruhi kepemilikan kartu kredit (Reni Anggraini, 2016).

Penelitian tentang Hubungan Antara Gaya Hidup Achievers dengan Minat Menggunakan Kartu Kredit Pada Pegawai Wanita Sekretariat Daerah Propinsi Jawa Tengah mengemukakan bahwa semakin tinggi gaya hidup achievers maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakan kredit (Alam, 2006).

Zaimy & Putit (2015) juga menulis jurnal ilmiah yang menjelaskan mengenai pengetahuan yang dalam untuk konsep halal-haram suatu produk dan luasnya pengetahuan perihal prinsip-prinsip islami benar-benar memberikan pengaruh dalam keputusan untuk memakai kartu kredit syariah. Secara kedua variabel tersebut mempunyai pengaruh yang benar-benar signifikan dalam penelitian ini. Inilah salah satu hal yang juga menjadi rujukan bagi bank syariah supaya terus menjaga kesesuaian semua langkah aturan dan kebijakannya dalam operasional (Johana, 2015).

Penelitian tentang kartu kredit syariah pada Bank Danamon Syariah produk Dirham Card menjelaskan bahwa preferensi konsumen atas produk secara

keseluruhan berada pada tingkat positif-moderate dengan atribut variabel yang berpengaruh positif secara signifikan adalah merek pada urutan pertama, biaya pada urutan kedua serta fitur pada urutan ketiga. Sebaliknya, tingkat komitmen beragama tidak berpengaruh terhadap preferensi atas produk. Atribut merek yang sangat mendukung adalah persepsi atas reputasi Bank Danamon Syariah yang dipandang baik serta berkompeten dalam menerbitkan kartu kredit syariah serta nama kartu kredit syariah yaitu Dirham Card (Sitasari, 2008).

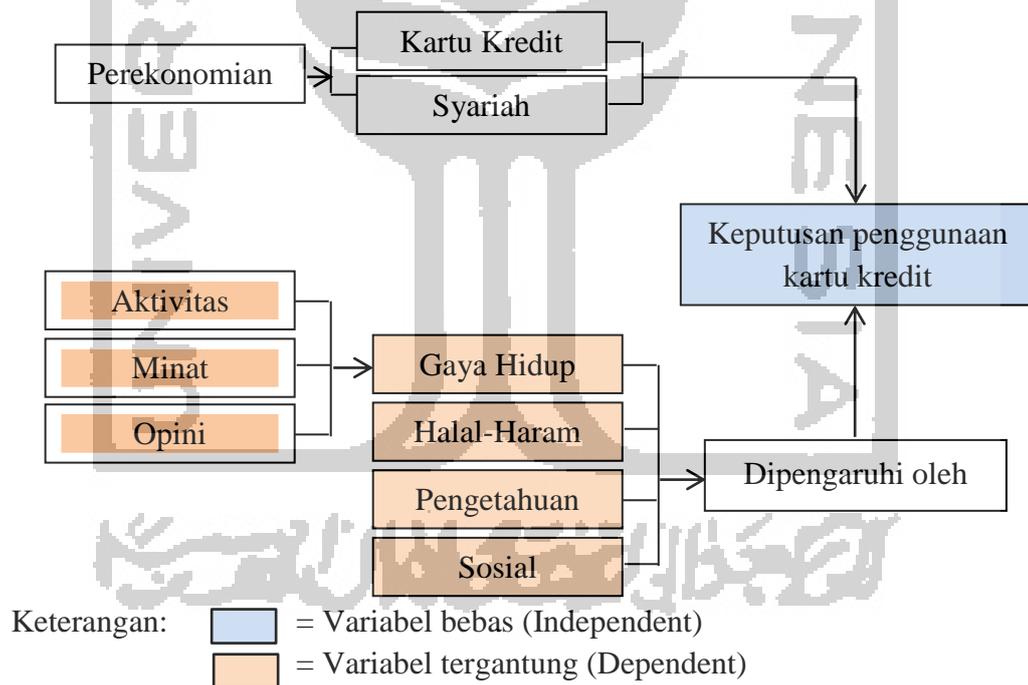
Tingginya penggunaan kartu kredit syariah oleh pegawai wanita dipengaruhi oleh gaya hidupnya. Tingkat pengaruh gaya hidup dalam penelitian ini ditunjukkan dengan angka 28% yang memiliki nilai yang positif terhadap penggunaan kartu kredit syariah. Gaya hidup achievers dalam penelitian ini ditandai oleh tingkat kepercayaan diri yang bertambah ketika menggunakan kartu kredit syariah yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata 3,35 yang berarti ketika para pegawai wanita menggunakan kartu kreditnya, mereka menunjukkan bahwa dengan menggunakan kartu kredit syariah sebagai suatu kebanggaan yang menyatakan bahwa mereka berhasil secara ekonomi sehingga bisa memiliki dan menggunakan kartu kredit syariah. Tetapi gaya hidup achievers tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan kartu kredit syariah karena terjadi perubahan selera, kebiasaan, dan perilaku pembelian yang dapat mengubah gaya hidup seseorang atau karena faktor-

Rakhmad (2017) menjelaskan bahwa Berdasarkan dari pengolahan data dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang positif signifikan antara variabel Akad yang termasuk didalamnya larangan riba,

transaksi yang sesuai syariah, dan aspek halal-haram, Biaya, Denda dan Pelayanan dengan preferensi nasabah dalam memilih IB Hasanah Card. Dari sisi demografi (Agama) membuktikan bahwa IB Hasanah Card tidak hanya menjadi produk yang diandalkan oleh masyarakat muslim saja, tetapi juga oleh masyarakat non-muslim juga (Rakhmad, 2017).

### 2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka teori ini disusun untuk menjelaskan alur penelitian yang dilakukan oleh peneliti, sehingga bisa mendapatkan kesimpulan terbaik dari hasil penelitian ini. Kerangka teori penelitian ini adalah sebagai berikut.



**Gambar II.1 Kerangka Teori Penelitian**

## 2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian yang telah disusun, hipotesis dinyatakan sebagai dugaan atau jawaban sementara karena jawaban yang dihasilkan hanya berupa jawaban yang didasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, atau dengan kata lain hipotesis adalah jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian bukan jawaban empirik. Rumusan masalah bisa dalam bentuk pertanyaan maupun pernyataan. Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Pengetahuan berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan nasabah.
- H2: Gaya hidup (aktivitas, minat dan opini) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan nasabah.
- H3: pertimbangan halal-haram berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan nasabah.
- H4: Faktor Sosial Berpengaruh Positif terhadap pengambilan keputusan nasabah.