

ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA FIAI UII DALAM MEMILIH LAYANAN BANK (SYARIAH)

Oleh: Husain Muh Irsyad¹

Abstrak

Saat ini pertumbuhan bank syariah di Indonesia berkembang begitu mengembirakan yang diitandai dengan pertumbuhan asset bank syariah yang begitu signifikan. Namun demikian, masih banyak masyarakat yang masih enggan menggunakan jasa bank syariah dengan berbagai alasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat mahasiswa FIAI UII dalam memilih bank syariah. Metode kuantitatif dengan analisis regresi *logit binary* digunakan untuk mengkonfirmasi data yang didapatkan di lapangan dengan teori yang ada. Objek penelitian yang digunakan adalah mahasiswa FIAI UII dengan jumlah sampel sebanyak 100 mahasiswa dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner dan studi pustaka. Dari hasil olah data diketahui bahwa faktor religiusitas dan lokasi positif signifikan sedangkan faktor tingkat pengetahuan dan fasilitas layanan tidak signifikan dalam mempengaruhi minat mahasiswa dalam memilih layanan bank syariah. Penelitian ini akan bermanfaat bagi praktisi bank syariah untuk merumuskan kebijakan yang berguna untuk menghadapi tantangan pasar yang semakin tinggi.

Kata kunci: Bank Syariah, Keputusan, *Logit Binary*

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Langkah strategis pengembangan perbankan syariah yang di upayakan adalah pemberian izin kepada bank umum konvensional untuk membuka kantor cabang Unit Usaha Syariah (UUS) atau

¹ Penulis adalah mahasiswa aktif pada Prodi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. E-mail: husainirsyad9@gmail.com

konversi sebuah bank konvensional menjadi bank syariah. Langkah strategis ini merupakan respon dan inisiatif sejak diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, UU No. 23 tahun 1999 dan No.9 tahun 2004 tentang bank Indonesia, perkembangan sistem keuangan syariah semakin kuat dengan ditetapkannya dasar hukum operasionalnya dan memberikan peluang lebih besar bagi pengembangan bank syariah.

Pada tahun 2008 muncul trend baru pembentukan bank syariah melalui mekanisme akuisi dan konversi dari bank konvensional menjadi bank konvensional. Trend ini muncul setelah di sahkanya UU nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah mengenai konversi bank konvensional menjadi bank syariah yang menjadikan semakin menambah ruang bagi bank dan lembaga keuangan syariah lainnya untuk semakin melebarkan sayapnya di kancah industri keuangan di Indonesia.²

Data yang dirilis Bank Indonesia (BI), aset perbankan syariah per Oktober 2013 sudah mencapai Rp 179 triliun atau sekitar 4,4 persen dari aset perbankan nasional. Sementara Dana Pihak Ketiga (DPK) Rp 137 triliun. Total pembiayaan yang disalurkan perbankan syariah sebesar Rp 139 triliun, melebihi jumlah DPK. Hal ini mengindikasikan Financing to Deposit Ratio (FDR) perbankan syariah di atas 100 persen. Peningkat signifikan juga terjadi pada jumlah nasabah bank syariah, dari tahun 2012-2013 tumbuh sebesar 16,6 persen. Pada Oktober 2013, jumlah nasabah bank syariah mencapai 15,6 juta rekening baik nasabah DPK maupun nasabah pembiayaan. Jumlah itu meningkat dibandingkan tahun 2012 di mana jumlah pemilik rekening sebanyak 13,4 juta nasabah.³

Di sisi lain perkembangan perbankan syariah di Indonesia masih banyak mengalami kendala. Salah satu kendala yang di hadapi oleh perbankan syariah ialah kurangnya sosialisasi ke masyarakat tentang keberadaan bank syariah. Sosialisasi tidak hanya sekedar memperkenalkan keberadaan bank syariah di

²Abdul Ghofur Anshori,(2010), *Pembentukan Bank Syariah Melalui Akuisi dan Konversi (Pendekatan Hukum Positif dan Hukum Islam)*. Yogyakarta UII Press, hal 1-2

³Bank Indonesia,(2013) *Statistik Perbankan Syariah* Jakarta: Bank Indonesia, hlm. 6, <http://www.bi.go.id> diakses tanggal 7 Oktober 2014

suatu tempat, tetapi juga memperkenalkan mekanisme, produk bank syariah dan instrumen instrumen keuangan bank syariah kepada masyarakat⁴

Kebanyakan masyarakat memang sudah tahu apa itu bank syariah, tetapi mereka tidak tahu produk-produk yang ditawarkan bank syariah, sehingga masyarakat yang tidak tahu produk-produk bank syariah tentunya tidak akan berminat untuk menggunakan jasa bank syariah karena mereka menganggap bahwa fasilitas penunjang yang diberikan masih kalah dengan fasilitas yang ditawarkan oleh bank konvensional, kecuali orang yang mempunyai keinginan kuat menabung pada bank syariah dikarenakan menghindari unsur riba. Pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah juga akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai bank syariah itu sendiri. Secara mudahnya, pandangan masyarakat terhadap bank syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka dalam memandang dan keinginan untuk menjadi nasabah bank syariah pastinya rendah pula.

Sejak awal perkembangan bank syariah pada sekitar tahun 2000 an, perbankan syariah mulai dikenal khususnya dikalangan masyarakat. Tetapi informasi yang mereka peroleh hanya sekilas saja tentang perbankan syariah. Dari data penelitian yang dilakukan oleh Departemen SAF UGM, yang melakukan penelitian tentang sejauh mana tingkat pengetahuan dan preferensi mahasiswa UGM tentang perbankan syariah yang menunjukkan hasil hanya 27% mahasiswa yang mengetahui produk produk perbankan syariah, bahkan ada yang tidak mengetahui sama sekali. Meskipun banyak responden yang tertarik untuk menabung di bank syariah tetapi ternyata kebanyakan dari mereka belum memiliki rekening di sana. Sebanyak 72,6% responden belum memiliki rekening di bank syariah. Sedangkan sisanya 16,67% yang sudah memiliki rekening di bank syariah. Sedangkan 10,42% responden ingin membuka rekening di bank syariah. Ada beberapa alasan mengapa mahasiswa masih belum punya keinginan untuk membuka rekening di bank syariah salah satunya ialah sulitnya akses yang di

⁴Heri Sudarsono (2003), *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah. Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta, Ekonisia hal 54

jangkau, dikarenakan saat ini UGM masih menggunakan jasa bank konvensional untuk kegiatan transaksinya sehingga mahasiswa akan merasa kerepotan jika harus mengganti rekening mereka ke bank syariah.⁵

Kurangnya sosialisasi dan sulitnya akses bank syariah menjadi salah satu alasan masyarakat dan mahasiswa khususnya lebih akrab dan memilih bank konvensional. Ini adalah salah satu kendala yang dihadapi perbankan syariah di Indonesia saat ini, ditambah lagi tingkat pengetahuan yang kurang terhadap bank syariah menjadikan masyarakat lebih memilih bank konvensional untuk kebutuhan transaksinya.

Oleh sebab itu penulis tertarik melakukan penelitian di kampus Universitas Islam Indonesia yang notabnya kampus yang mempunyai background agama Islam yang kental, dari faktor wawasan, lingkungan maupun pengetahuan mahasiswa tentang ekonomi Islam maupun tentang perbankan syariah dan ditunjang fasilitas kampus yang sudah menyediakan jasa perbankan syariah yang menurut penulis sudah cukup memadai untuk jasa transaksi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Rahayu Saraswati melakukan penelitian tentang *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Tidak Memilih Bank Syariah Di Kota Yogyakarta*. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menggunakan model logit menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim Yogyakarta untuk tidak memilih bank syariah dipengaruhi oleh fasilitas layanan dan lokasi dari pada tingkat bagi hasil, hadiah dan tingkat religiusitas. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat muslim Yogyakarta merupakan konsumen yang rasional yang mempertimbangkan secara rasional mengenai fasilitas yang diberikan

⁵<http://jurnalekis.blogspot.com/2012/08/preferensi-mahasiswa-terhadap-bank.html>
dikutip 20 maret 2014

dan layanan yang cepat dan tepat serta didukung lokasi yang dapat di jangkau sehingga dapat menunjang kelancaran dalam bertransaksi.⁶

Samy meneliti *Faktor faktor yang mempengaruhi minat nasabah menyimpan dana pada bank syariah di kota surakarta*. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dengan menggunakan model logit menunjukkan bahwa bank syariah adalah sebagai perbankan yang bersifat islami belum terlalu banyak memberikan pengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung, hal ini di pengaruhi oleh faktor bahwa jumlah bank syariah saat ini masih belum sebanyak bank konvensional.⁷

Mustafa Ismail *Motivasi Menabung di Lembaga Keuangan Syariah: studi kasus di BPRS kabupaten Bantul*. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menggunakan metode deskriptif analitik menunjukkan bahwa motivasi nasabah dalam memilih/menabung di lembaga keuangan Islamialah

1. Dalam diri nasabah

Masih didominasi oleh alasan emosional fanatisme religius, yaitu bahwa nasabah sudah sepenuhnya mempercayakan dananya dikelola oleh BPRS dengan mengesampingkan alasan seperti keuntungan, dan lain lain. Nasabah merasa aman dari hukum agama yaitu bebas riba yang menyangkut keuntungan yang diperoleh dari bagi hasil yang diberikan BPRS.

2. Dari pihak BPRS

Motivasi nasabah lebih memilih menabung di BPRS karena ada alasan pendukung yang berasal dari pihak BPRS yaitu kualitas layanan. Hal ini harus didukung oleh sumber daya manusia (SDM) pengelola yang benar benar profesional dan produk yang ditawarkan variatif dan tidak memberatkan⁸

Dahlia Bonang (2009) *Preferensi Nasabah Dalam Memilih Produk Dan Jasa Bank syariah*. PT Bank Muamalat Cabang Denpasar. Berdasarkan analisis dan hasil

⁶Rahayu Saraswati (2011) *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Tidak Memilih Bank Syariah Di Kota Yogyakarta*, skripsi

⁷SAMY (2011) *Faktor faktor yang mempengaruhi minat nasabah menyimpan dana pada bank syariah di kota surakarta*, skripsi

⁸ Mustafa Ismail (2002) *Motivasi Menabung di Lembaga Keuangan Syariah : studi kasus di BPRS kabupaten Bantul*. Tesis

pembahasan menggunakan model Chi square test menunjukkan temuan bahwa, faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim dalam memilih produk dan jasa bank syariah antara lain:kepuasan pelayanan,lokasi yang setrategis, iklan media, tingkat keamanan dana simpanan, variasi produk, faktorekonomi, keyakinan/agama, pengalaman orang lain, penggunaan non bunga, reputasi bank, kedekatan lokasi letak kantor bank syariah,serta kemudahan syarat dan prosedur. Sedangkan faktor yang menjadi preferensi non muslim adalah keuntungan konsep bagi hasil, tingkat keamanan dana simpanan, variaso produk perbankan, aktor ekonomi, penggunaan non bunga, reputasi bank, kedekatan letak kantor bank syariah, serta kemudahan syarat dan prosedur.

Terdapat perbedaan preferensi antara nasabah muslim dan non muslim, faktor agamis lebih cenderung menjadi alasan nasabah muslim dalam memilih produk dan jasa perbankan syariah.⁹

Harif Amali Rivai *Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah Vs Bank Konvensional* Dari hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa pertimbangan responden dalam memilih jasa bank syariah paling dominan ialah Faktor religiusitas yaitu bahwa bunga bank bertentangan dengan ajaran agama, kemudian keramahan petugas bank syariah dan persepsi bahwa berurusan dengan bank syariah lebih cepat dan mudah. Di lain pihak penelitian ini juga mengungkapkan bahwa masyarakat yang belum pernah berhubungan langsung dengan lembaga keuangan (bank syariah & bank konvensional) memberikan pernyataan yang berimbang antara keduanya tentang bunga bank yaitu 42% menyatakan bunga bank bertentangan dengan agama dan 42% menyatakan tidak bertentangan dengan agama.¹⁰

Telaah Pustaka

Dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mustafa Ismail dengan judul Motivasi Menabung di Lembaga Keuangan Syariah diperoleh hasil bahwa

⁹Dahlia Bonang (2009) Preferensi Nasabah Dalam Memilih Produk Dan Jasa Bank syariah. PTg' Bank Muamalat Cabang Denpasar. *Tesis*

¹⁰<http://www.bi.go.id/id/publikasi/perbankandanstabilitas/arsitektur/Documents/be97b7ef957a461a90ec56f3a78022b31IdentifikasiFaktorPenentuKeputusanKonsumenDalamMem.pdf> jurnal ekonomi Islam diakses tanggal 5 desember 2014

Alasan emosional fanatisme religious mendominasi keputusan nasabah mempercayakan dananya dikelola oleh BPRS karena mereka merasa aman dari hukum agama yaitu bebas riba yang menyangkut keuntungan yang diperoleh dari bagi hasil yang diberikan BPRS. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dahlia Bonang dengan judul Preferensi Nasabah Dalam Memilih Produk Dan Jasa Bank syariah didapatkan hasil bahwa Faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim dalam memilih produk dan jasa bank syariah antara lain:kepuasan pelayanan, lokasi yang strategis, iklan media, tingkat keamanan dana simpanan, variasi produk, faktor ekonomi, keyakinan/agama, pengalaman orang lain, penggunaan non bunga, reputasi bank, kedekatan lokasi letak kantor bank syariah, serta kemudahan syarat dan prosedur dan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu Saraswati dengan judul Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Tidak Memilih Bank Syariah didapatkan hasil bahwa Fasilitas layanan, lokasi bank, tingkat bagi hasil, hadiah dan tingkat religiusitas berpengaruh pada keputusan memilih bank syariah.

Penelitian ini akan memodifikasi dari penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya, yaitu dengan menambahkan variabel tingkat pengetahuan dalam model penelitian. Variabel pengetahuan dirasa penting dimasukkan kedalam penelitian ini dikarenakan merupakan salah satu tahap seseorang dalam proses pengambilan keputusan. Dalam hal ini pengetahuan akan mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih mahasiswa untuk memilih bank syariah.

B. Landasan Teori

1. Teori Bank Syariah

Kata bank berasal dari kata *banque* dalam bahasa perancis, dan dari *banco* dalam bahasa italia, yang berarti peti/lemari atau bangku. Kata peti atau lemari selalu menyiratkan fungsi sebagai tempat penyimpanan benda benda berharga seperti peti emas, peti berlian, peti uang dan sebagainya. Pengertian bank umum menurut Undang-Undang No. 10 tahun 1998: *Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas*

pembayaran. Kegiatan dan fungsi bank akan selalu berkait dengan komoditas antara lain:

1. Pemindahan uang
2. Menerima dan membayarkan kembali uang dalam rekening koran
3. Mendiskonto surat wesel, surat order maupun surat surat berharga lainnya
4. Membeli dan menjual surat surat berharga
5. Membeli dan menjual cek wesel, surat wesel, kertas dagang
6. Memberi kredit dan
7. Memberi jaminan¹¹

Pada dasarnya falsafah perbankan syariah ialah mengacu kepada ajaran agama Islam yang bersumber kepada Al Quran, Al hadist dan Al Ijtihad. Sedangkan tujuan syariat Islam sendiri ialah untuk memberikan petunjuk kepada manusia agar mendapatkan kesejahteraan lahir dan batin. Islam melarang menghalalkan segala cara dalam mengejar kehidupan dunia, oleh sebab itu Islam memberikan batasan batasan dan aturan kepada manusia dalam kegiatan ibadah maupun muamalah.¹²

Pada umumnya yang dimaksud dengan Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan pembiayaan dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang dari pihak yang berkelebihan dana untuk pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya yang pengoperasiannya berdasarkan dengan prinsip-prinsip Syariah¹³. Sehingga semua kegiatan transaksi bank syariah harus tunduk kepada hukum Islam (syariat Islam) seperti dilarangnya riba dalam semua bentuk transaksinya, bisnis investasinya dijalankan pada aktivitas yang halal, transaksi harus bebas dari unsur

¹¹Sudarsono, Heri. (2005) *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta, Ekonisia: hal 27

¹²Wiryaningsih, (2007) *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, Jakarta, Kencana Prenada Media hal 3-5

¹³Ali Zainuddin, (2008) *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta Sinar Grafika, hal 1

gharar spekulasi dan semua bentuk ketidakpastian, dan zakat harus dibayarkan oleh bank untuk dimanfaatkan oleh masyarakat.¹⁴

Transaksi yang lazim dipraktekkan oleh perbankan syariah:

- a. Transaksi tidak mengandung riba
- b. Transaksi yang ditunjukkan untuk memiliki barang dengan cara jual beli (*murabahah*)
- c. Transaksi yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dengan cara sewa (*ijarah*)
- d. Transaksi yang ditujukan untuk mendapatkan modal kerja dengan cara bagi hasil (*Mudharabah*)
- e. Transaksi deposito, tabungan, giro, yang imbalanya adalah bagi hasil (*mudharabah*)¹⁵

Setiap lembaga keuangan syariah mempunyai falsafah mencari keridoan Allah SWT untuk memperoleh kebaikan di dunia maupun di akhirat. Oleh karena itu dalam Islam memberikan tuntunan dan atauran agar manusia tidak menyimpang dan melampaui batas.

2. Perbedaan bank syariah dan Bank Konvensional

Hal yang mendasar yang membedakan antara lembaga keuangan non islami dan Islam ialah terletak pada pegembalian dan pembagian keuntungan yang diberikan oleh nasabah kepada lembaga keuangan dan/atau yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah. Sehingga terdapat istilah bunga dan bagi hasil.¹⁶

¹⁴Mervviyn Lewis dan Latifa Algaoud, (2001) *Islamic Banking*, terbitan Edward Elgar, Massacusetts, hal 55

¹⁵Nikensari, Sri Indah,(2012)*Perbankan Syariah Prinsip Sejarah & Aplikasinya*, Semarang: PT Pustaka Rizki Putra

¹⁶Muhammad, (2004) *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia, hal 3

3. Motivasi

Motivasi adalah suatu dorongan kehendak yang menyebabkan seseorang melakukan suatu perbuatan untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Jeffrey, et al (1996) proses motivasi terjadi karena adanya kebutuhan, keinginan, ataupun harapan yang tidak terp

enuhi yang akan mendorong seorang individu melakukan suatu perilaku tertentu guna memenuhi kebutuhan, keinginan dan hasrat tersebut. Ada dua motivasi yang menyebabkan konsumen membeli atau memilih barang atau jasa yaitu

- a. Motivasi rasional adalah pembelian yang didasarkan kepada kenyataan-kenyataan yang ditunjukkan oleh produk kepada konsumen dan merupakan atribut produk yang fungsional serta objektif keadaannya misalnya kualitas produk, harga produk, ketersediaan barang, efisiensi kegunaan barang tersebut dapat diterima.
- b. Motivasi emosional dalam pembelian berkaitan dengan perasaan, kesenangan yang dapat ditangkap oleh pancaindera misalnya dengan memiliki suatu barang tertentu dapat meningkatkan status sosial, peranan merek menjadikan pembeli menunjukkan status ekonominya dan pada umumnya bersifat subyektif dan simbolik. Pada saat seseorang akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tentunya akan dipengaruhi oleh kedua jenis motivasi tersebut yaitu motivasi rasional dan emosional.

c.

4. . Teori Minat

a. Pengertian minat

Dalam kamus umum Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu (gairah, keinginan)¹⁷

¹⁷Yudianto, (1995) *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Bandung : M2S, hal 363

b. Pembagian minat

1. Aspek kognitif

Aspek kognitif ialah minat yang timbul berdasarkan atas pengalaman pribadi dan apa yang pernah dipelajari baik dirumah, disekolah, dan masyarakat serta berbagai jenis media masa.

2. Aspek efektif

Konsep yang membangun aspek kognitif, minat dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan minat. Berkembang dari pengalaman pribadi dari sikap orang yang penting yaitu orang tua, guru dan teman terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut dan dari sikap yang dinyatakan atau tersirat dari berbagai bentuk media massa terhadap kegiatan itu.

3. Aspek psikomotorik

Berjalan dengan lancar tanpa pemikiran lagi, urutanya tepat. Namun kemajuan tetap memungkinkan sehingga keluwesan dan keunggulan meningkat meskipun membutuhkan proses yang lama.¹⁸

c. Faktor yang mempengaruhi terhadap timbulnya minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat atau kemauan diantaranya

- a. Ada tidaknya motif pada yang bersangkutan
- b. Ada tidaknya minat, perhatian serta kebutuhan bagi yang bersangkutan.
- c. Bagaimana situasi insentifnya
- d. Bagaimana situasi sekitar, baik yang berupa pengaruh dari keadaan maupun dari orang sekeliling
- e. Harapan harapan pada masa depan¹⁹

5. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

Proses ini diawali dengan pengenalan kebutuhan oleh konsumen, diikuti dengan pencarian informasi, evaluasi alternatif keputusan menggunakan jasa

¹⁸Ndraha. Taliziduhu, (2013) "*pengantar teori pengembangan sumber daya manusia*". Jakarta: Rineka Cipta. Hal 10-13

¹⁹Dakir, (1986), *Dasar-dasar Psikologi*, Yogyakarta: Kaliwangi Offset hal 129

bank syariah dan evaluasi setelah menggunakan. Berikut akan dijelaskan proses tersebut:

a. Mengenali kebutuhan

pada tahap ini konsumen merasakan bahwa ada hal yang dirasakan kurang dan menuntut untuk dipenuhi. Konsumen menyadari bahwa terdapat perbedaan antara apa yang dialaminya dengan apa yang diharapkan kesadaran akan perlunya memenuhi kebutuhan ini terjadi karena adanya rangsangan dari dalam maupun dari luar.

b. Mencari informasi

Apa yang terbaik harus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan tersebut, pertanyaan ini akan muncul pada konsumen. Supaya dirinya dapat memenuhi kebutuhan dengan cara terbaik, maka konsumen berusaha untuk mencari informasi. Pencarian informasi ini akan berbeda tingkatannya tergantung pada persepsi konsumen atas jasa resiko dari jasa layanan yang akan dibelinya. Jasa yang dinilai beresiko akan menyebabkan situasi pengambilan keputusan lebih kompleks, sehingga upaya pencarian informasi akan lebih banyak. Begitu pula sebaliknya

c. Mengevaluasi Alternatif

Informasi yang diperoleh dari berbagai sumber tersebut akan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk mengambil keputusan. Konsumen akan mempertimbangkan manfaat termasuk kepercayaan merk dan biaya atau resiko yang akan diperoleh bila menggunakan suatu jasa perbankan. Berbagai risiko seperti risiko waktu, tenaga, biaya, risiko psikologis, sosial akan dipertimbangkan oleh konsumen.

d. Keputusan membeli

Setelah melalui evaluasi dengan pertimbangan yang matang, konsumen akan mengambil keputusan. Terdapat dua Faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah bank syariah yaitu sikap orang lain dan Faktor situasional. Pengaruh pada sikap orang lain tergantung pada intensitas sikap negatinya terhadap alternatif pilihan konsumen yang akan menggunakan jasa bank syariah dan derajat motivasi dari konsumen yang akan membeli

untuk mengikuti orang lain. Sedangkan keadaan tidak terduga merupakan Faktor situasional yang menyebabkan konsumen mengubah tujuannya.

e. evaluasi paska pengambilan keputusan

Evaluasi paska menjadi nasabah atau paska menggunakan jasa bank syariah maka konsumen akan mengevaluasi atas keputusan dan tindakannya tersebut. Jika konsumen menilai kinerja produk atau layanan yang dirasakan sama atau melebihi apa yang diharapkan, maka konsumen akan puas dan sebaliknya jika kinerja produk atau jasa yang diterima kurang dari yang diharapkan, maka konsumen tidak akan puas.²⁰

BAB III METODE PENELITIAN

A. Data Primer

Data primer didapatkan oleh peneliti secara langsung dari obyek penelitian. Data ini dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuisisioner sebanyak 100 buah kepada responden yang terpilih di Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia

B. Data Sekunder

Data sekunder data yang diperoleh dari pihak tertentu yang berhubungan dengan penelitian.

- a. Pencatatan : Mencatat dari laporan laporan yang mendukung penelitian
- b. Studi Kepustakaan : Metode pengumpulan data dengan membaca literatur yang berhubungan dengan obyek penelitian

C. Populasi

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia kampus pusat di jalan Kaliurang KM 14,5 yogyakarta.

²⁰Tatik Suryani, (2008) *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, hal 17.

D. Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan tehnik simple random sampling, yaitu tehnik penarikan sampel yang mendasarkan diri bahwa setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.²¹

Jumlah responden yang diambil sebagai sampel dan dianggap dapat mewakili seluruh populasi adalah sebanyak 100 responden secara acak sesuai dengan keperluan dan kecukupan data yang ditetapkan oleh peneliti. Responden tersebut antara lain mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia kampus pusat.

G. Metode Pengumpulan Data

Data adalah semua hasil observasi atau pengukuran yang telah dicatat untuk suatu keperluan tertentu.²² Metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan reliable.

Kuisisioner

Dalam penelitian ini dilakukan dengan metode angket (kuisisioner atau daftar pertanyaan) merupakan teknik pengumpulan data tertulis kepada responden untuk dijawab responden.

H. Metode pengukuran data

Dalam penyusunan kuisisioner ini, penulis menggunakan skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Skala Likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata.

²¹Prasetyo dan Lina Miftahul Jannaah, (2010), *Metode Penelitian Kuantitatif*. Raja Grafindo Persada: Jakarta

²²Soeratno dan Lincolin Arsyad, (1988), *Metodologi Penelitian*. UPP STIM YKPN Yogyakarta. Hal 67

IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis Data

Hasil analisis logit binary menunjukkan ada dua variabel yang signifikan dan positif mempengaruhi probabilitas menjadi nasabah bank syariah yaitu variabel tingkat religiusitas dengan nilai signifikansi sebesar 0.001, sedangkan nilai $\beta = 1.742$, nilai ini cukup besar dikarenakan diatas nilai konstanta sebesar 1.568 yang artinya kecenderungan mahasiswa untuk memilih bank syariah cukup besar ditinjau dari tingkat religiusitas. Tanda positif menunjukkan untuk koefisien tingkat religiusitas (TR), bila semakin tinggi tingkat religius mahasiswa maka akan mempengaruhi probabilitas untuk memilih bank syariah. Hal ini didukung oleh penelitian²³ yang dilakukan Rifa'atul Machmudah dengan judul *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)* didapatkan hasil bahwa faktor religius *stimulti* mempengaruhi minat nasabah untuk memilih bank syariah walaupun dalam penelitiannya faktor religius *stimulti* menjadi faktor yang paling kecil dalam mempengaruhi minat nasabah dikarenakan nasabah non muslim lebih condong kepada bagi hasil yang diberikan oleh bank dari pada faktor religiusitas. Penelitian yang dilakukan oleh²⁴ Humaira tentang *Pengaruh Faktor Religiusitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Dalam Prespektif Ekonomi Islam* (studi pada produk kosmetik wardah) didapatkan hasil bahwa faktor religiusitas berpengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian produk halal. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yuliana Normawati tentang²⁵ *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri* didapatkan hasil bahwa faktor religiusitas mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Mandiri. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ayoe Niken Pratiwi dengan judul²⁶ *Analisis Faktor-*

²³Skripsi Rifa'atul Machmudah (2009) *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)*

²⁴Skripsi Humaira (2014) *Pengaruh Faktor Religiusitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Dalam Prespektif Ekonomi Islam* (studi pada produk kosmetik wardah)

²⁵Skripsi Yuliana Normawati (2013) *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri*

²⁶Skripsi oleh Ayoe Niken Pratiwi *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Untuk Menggunakan Bank Syariah* (Studi Kasus kota Surakarta)

Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Untuk Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus kota Surakarta) diperoleh hasil bahwa variabel tingkat keagamaan muslimin adalah yang paling mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan bank syariah di kota Surakarta. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yuliana Normawati tentang ²⁷Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Mandiri diperoleh hasil bahwa tingkat religiusitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, dalam penelitian ini di jelaskan bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah Islam dalam operasional bank syariah secara benar akan berpengaruh kepada loyalitas nasabah. Dalam hal ini motivasi/keinginan yang kuat dari dalam diri seseorang untuk menghindari riba dan ketaatan dalam menjalankan nilai-nilai Islam memungkinkan mendorong minat mahasiswa dalam memilih bank syariah.

Variabel Lokasi Bank dengan nilai signifikansi sebesar 0.000, sedangkan nilai $\beta = 2.400$, nilai ini paling besar diantara variabel yang lainnya yang artinya kecenderungan mahasiswa untuk memilih bank syariah ditinjau dari banyaknya lokasi bank syariah sangat tinggi. Untuk tanda positif Lokasi bank (LB), bila semakin banyak lokasi strategis bank syariah dan dengan tempat yang strategis maka juga akan mempengaruhi probabilitas mahasiswa dalam memilih bank syariah. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Damayanti Maysaroh tentang ²⁸Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah diperoleh hasil bahwa lokasi mempengaruhi minat nasabah dalam memilih bank syariah dengan indikator di pusat keramaian dan mudah di jangkau oleh nasabah. Dalam penelitian yang dilakukan Toni Prasetyo Utomo dengan judul ²⁹Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang) diperoleh hasil bahwa penyediaan lokasi bank syariah yang strategis di banyak

²⁷Skripsi Yuliana Normawati (2013) *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*

²⁸Skripsi Damayanti Maysaroh (2014) *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah*

²⁹Jurnal Ilmiah Toni Prasetyo Utomo (2014) *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah*(Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang) diakses 18 juni 2015

tempat menjadi salah satu factor yang mempengaruhi minat nasabah memilih layanan bank syariah dikarenakan dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa nasabah bank syariah sebelum memilih menggunakan jasa bank syariah akan cenderung memperhatikan terlebih dahulu lokasi bank syariah seperti tempat yang strategis dan mudah dijangkau dan memiliki banyak kantor cabang. Menurut penulis dalam memilih bank banyak nasabah yang berpikir secara rasional bukan hanya mengedepankan sisi emosional sehingga nasabah kebanyakan dalam memilih bank mengedepankan kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan transaksi, sehingga tidak dapat dipungkiri bahwasanya nasabah akan cenderung memilih bank dengan lokasi yang strategis. Dengan penyediaan lokasi bank yang memadai dan dengan tempat yang strategis dimungkinkan meningkatkan minat mahasiswa untuk memilih bank syariah.

Variabel Fasilitas dan Layanan (FL) dengan nilai signifikansi $0.328 > 0.05$ berarti variabel FL tidak signifikan dalam mempengaruhi responden dalam menentukan pilihan pada bank syariah. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kharisma Faundria Amri mengenai ³⁰Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Pemilihan KPR Syariah Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia, Tbk mendapatkan hasil bahwa faktor layanan tidak mempengaruhi nasabah dalam memilih bank syariah muamalat. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Damayanti Maysaroh tentang ³¹Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah mendapatkan hasil bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah dengan indikator kesigapan dan kesopanan para pegawai, dilain pihak dalam penelitian ini ternyata variabel fasilitas juga tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah dengan indikator tersebarnya ATM dan lahan parkir. Penulis sendiri beragumen bahwa fasilitas dan layanan bank syariah dan bank konvensional saat sudah hampir seragam dan sama. Contohnya adalah fasilitas mobile banking, internet banking dan

³⁰Kharisma Faundria Amri (2014)*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Pemilihan KPR Syariah*(Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia, Tbk)

³¹Damayanti Maysaroh (2014)*Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah*

ATM. Misalnya dalam layanan ATM dengan menggunakan ATM bersama sehingga nasabah bisa mengambil uangnya di ATM mana saja tidak harus bank yang dipakai. Dilain pihak saat ini sudah banyak bank konvensional yang melebarkan sayapnya ke bisnis bank syariah sehingga fasilitas dan layanannya menjadi sama antara satu dan yang lainya seperti Bank Syariah Mandiri (BSM), BRI Syariah, BNI Syariah dll. Kemudian saat ini sangat mudah untuk menjadi nasabah bank syariah maupun konvensional dan juga keramahan kredibilitas dan kesigapan pegawai bank syariah maupun bank konvensional yang saat ini sudah di standarisasi.

Variabel lain yang tidak signifikan dalam mempengaruhi mahasiswa dalam memilih bank syariah ialah variabel Tingkat Pengetahuan (TP) dengan nilai signifikansi $0.221 > 0.05$ Ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah tidak mempengaruhi mahasiswa untuk memilih bank syariah. Dalam penelitian yang dilakukan oleh ³²Fadhal Fajri tentang *Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Berpartisipasi Di Pasar Modal Syariah* (Studi pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII). Dari hasil penelitian yang didapatkan hasil bahwa faktor pengetahuan tidak signifikan secara mempengaruhi mahasiswa terhadap minat berpartisipasi dalam pasar modal syariah. Hal ini dimungkinkan mahasiswa FIAI UII sudah sudah familiar dengan bank dan lembaga syariah, tetapi ini tidak mempengaruhi minat mahasiswa untuk memilih bank syariah. Peneliti menduga hal tersebut karena mahasiswa sudah menjadi nasabah bank konvensional dan loyal pada bank tersebut atau juga dikarenakan mahasiswa FIAI menganggap bank syariah dan bank konvensional saat ini masihsama saja.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa minat mahasiswa FIAI untuk memilih layanan bank syariah masih lebih rendah dibandingkan dengan minat mahasiswa yang memilih bank konvensional. Ini

³²Skripsi Fadhal Fajri tentang *Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Berpartisipasi Di Pasar Modal Syariah* (Studi pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII)

dibuktikan dengan nilai presentasi dari 100 orang responden 53% memilih layanan bank konvensional sedangkan sisanya 47% memilih bank syariah. Berdasarkan latar belakang pendidikan kebanyakan yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan ekonomi islam yaitu 58% yang notabnya lebih mengetahui tentang perbankan syariah.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya tingkat religiusitas ternyata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa FIAI UII. Dalam hal ini keinginan yang kuat dalam diri seseorang untuk menghindari riba dan menjalankan ajaran agama islam dapat mendorong seseorang untuk menggunakan bank syariah. Dalam penelitian yang dilakukan oleh humaira³³ menyatakan bahwa peran agama didalam memberikan cara pandang dunia dan cenderung mempengaruhi perilaku seseorang, dan menunjukkan bahwa baik buruknya kebenaran penerapan nilai-nilai islam dalam mengkonsumsi produk halal akan mempunyai pengaruh besar terhadap keputusan pembelian

Lokasi bank syariah ternyata juga mempengaruhi mahasiswa FIAI UII untuk menggunakan layanan bank syariah. Dalam hal ini lokasi adalah sesuatu yang sangat vital yang menunjang nasabah untuk melakukan transaksi secara mudah dan nyaman, sehingga semakin banyak lokasi bank syariah yang ada akan meningkatkan minat nasabah untuk menggunakannya. Dan juga tidak dapat dipungkiri dalam memilih layanan bank nasabah tidak hanya berfikir secara emosional semata tetapi nasabah juga memperhatikan faktor kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi, begitu juga dengan mahasiswa FIAI UII yang memiliki latar belakang pendidikan sehingga dalam memilih sesuatu seperti layanan perbankan mereka akan cenderung berpikir kritis dan selektif.

Tingkat pengetahuan tidak mempengaruhi mahasiswa dalam memilih bank syariah. Dalam penelitian ini Mahasiswa FIAI UII sudah memiliki pengetahuan yang lebih tentang bank syariah, akan tetapi pada kenyataanya pengetahuan yang dimiliki tidak berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan bank syariah ini

³³Skripsi Humaira (2014) *Pengaruh Faktor Religiusitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Dalam Prespektif Ekonomi Islam*(studi pada produk kosmetik wardah) hal 63

dimungkinkan mahasiswa sudah terlanjur menggunakan bank konvensional dan loyal terhadap bank konvensional. Dilain pihak dalam penelitiannya Fadhal Fajri mengungkapkan jikalau seseorang memiliki pengetahuan yang mencukupi maka dia akan memiliki ketertarikan terhadap sesuatu, namun pengetahuan juga harus didukung oleh faktor lainya,³⁴ dalam hal ini dimungkinkan faktor kesyariaahan bank syariah masih dipertanyakan oleh mahasiswa sehingga mahasiswa cenderung lebih nyaman dan loyal terhadap bank konvensional dikarenakan masih menganggap bank syariah sama saja dengan bank konvensional.

Fasilitas dan layanan juga tidak mempengaruhi mahasiswa dalam memilih bank syariah, ini dimungkinkan antara bank syariah dan bank konvensional sudah memiliki fasilitas dan layanan yang hampir sama. Seperti layanan ATM saat ini sudah banyak ATM bersama sehingga nasabah bisa mengambil uangnya di ATM manapun kapanpun, kemudian layanan lainya seperti *e banking*, *mobile banking*, *sms banking* saat ini sudah diseragamkan antara bank syariah dan bank konvensional.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa tingkat religiusitas dominan mempengaruhi mahasiswa dalam memilih layanan bank syariah, hal ini dibuktikan dengan nilai statistik *odds ratio* (rasio peluang) sebesar 5.711, ini dapat diartikan bahwa peluang responden untuk memilih bank syariah 5.711 kali dibandingkan peluang untuk memilih bank konvensional dipandang dari variabel religiusitas, sedangkan variabel lokasi memiliki *odds rasio* (rasio peluang) sebesar 0.091 yang artinya responden akan cenderung lebih memilih bank konvensional dibandingkan bank syariah.

Jika dianalisis mengapa religiusitas paling mempengaruhi mahasiswa dalam memilih bank syariah, dikarenakan saat ini mahasiswa menggunakan bank syariah masih didominasi oleh alasan emosional yaitu untuk menghindari riba, sehingga salah satu alasan mahasiswa menggunakan layanan bank syariah adalah mereka akan merasa aman dari hukum agama.

³⁴Skripsi Fadhal Fajri tentang *Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Berpartisipasi Di Pasar Modal Syariah* (Studi pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII) hal 75

V KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan judul analisis faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa FIAI dalam memilih bank syariah (studi kasus mahasiswa FIAI UII), dan telah melalui tahapan analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Tingkat Religiusitas (TR)

Berdasarkan analisis yang dilakukan dengan menggunakan metode logit binary diperoleh hasil bahwa tingkat religiusitas mahasiswa mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0.01 < 0.05$, dengan nilai $\beta = 1.742$, menunjukkan positif terhadap variabel TR, sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa semakin tinggi juga probabilitas untuk memilih bank syariah. Indicator

2. Variabel Lokasi Bank (LB)

berpengaruh signifikan mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, dengan nilai $\beta = 2.400$, menunjukkan positif terhadap variabel LB, hal ini menunjukkan bahwa lokasi bank sangat mempengaruhi minat mahasiswa untuk memilih menggunakan bank syariah, jadi semakin banyak lokasi bank syariah maka akan semakin besar juga probabilitas mahasiswa untuk memilih menggunakan bank syariah. Dapat disimpulkan juga bahwa variabel lokasi bank yang paling dominan dalam mempengaruhi nasabah dalam memilih bank syariah

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. Syafi'i dkk, (2006), *Bank Syariah "Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman"*. Yogyakarta : Ekonisia
- _____ (2001), *Bank Syari'ah Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Anwar Prabu Mangkunegara, (1988) *perilaku konsumen*, PT ERESKO BANDUNG - Anggota IKAPI
- Arifin, Zainul (2009), *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta : Pustaka Alvabet.
- Arief, Sritua, (1993), *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Universitas Indonesia Press. Jakarta
- Ascarya, (2007), *Akad dan produk bank syariah*, Raja Grafindo Persada.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannaah, (2010), *Metode Penelitian Kuantitatif*. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Dakir, (1986), *Dasar-dasar Psikologi*, Yogyakarta: Kaliwangi Offset James F. Angel, Roger D. Blackwell & Paul W. Miniard (1992), *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara. Yogyakarta
- Drs. Ismail, MBA., Ak, *Perbankan Syariah*, Kencana Prenada Group
- James F. Angel, Roger D. Blackwell & Paul W. Miniard (1992), *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara
- Kuncoro, Mudrajad. (2011). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- L James. P caplin diterjemahkan oleh kartini kartono, (2009) *Kamus Lengkap Psikologi*, (Jakarta: Rajawali Press
- Mervviyn Lewis dan Latifa Algaoud, (2001) *Islamic Banking*, terbitan Edward Elgar, Massachusetts,
- Muhammad, (2005), *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta : Ekonisia.
- Muhammad, (2004) *manajemen dana Bank Syariah*. Yogyakarta : Ekosiana
- Muhammad, (2004) *Tehnik perhitungan bagi hasil dan profit margin pada bank syariah*. uii press
- Nazir. Moh (2003) *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nikensari, Sri Indah (2012) *Perbankan Syariah*. Uii Press
- Nugroho J Setiadi, (2003) *Perilaku Konsumen: Prespektif Kotemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Kencana Predana Media Group.
- Ndraha. Taliziduhu, (2013) "*pengantar teori pengembangan sumber daya manusia*". Jakarta: Rineka Cipta.

- Ester D. Crow dan Alice Crow,(1984), *Educational Psychology*, Alih bahasa Z. Kasijan, *Pesikologi Pendidikan*, cet. 1.Surabaya: PT Bina Ilmu
- Perwata Atmadja, Karnaen dan Antonio, Muhammad Syafi'i (1992), *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Dana Bhakti Prima, Yogyakarta
- Rachmat Syafei, (2001), *Fiqih Muamalah*, Bandung: CV Pustaka Setia.
- SudarsonoHeri,(2005),. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta : Ekonisia.
- Soeratno dan Lincolin Arsyad, (1988), *Metodologi Penelitian*. UPP STIM YKPN Yogyakarta
- Sugiyono (2006), *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta. Bandung
- Syukri Iska, (2012) *Sistim Perbankan Syariah di Indonesia*, fajar media press
- Tatik Suryani, (2008) *Perilaku Konsumen* Yogyakarta: Graha Ilmu
- Wirduyaningsih, (2007), *Bank dan Asuransi Islamdi Indonesia*, kencana prenada media
- Yudianto, (1995) *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Bandung : M2S
- Zainudi Ali, (2008) *Hukum Perbankan Syariah*, sinar grafika
- UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah
- Rahayu Saraswati (2011) melakukan penelitian tentang *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Tidak Memilih Bank Syariah Di Kota Yogyakarta*
- Rifa'atul Machmudah (2009) *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)*
- Syarifah Amalia Hasanah (2012) *Analisis Kualitas Pelayanan dan Tingkat kepuasan NasabahPerbankan Syariah (studi pada Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta)* hal
- SAMY (2011) *meneliti Faktor faktor yang mempengaruhi minat nasabah menyimpan dana pada bank syariah di kota surakarta*
- Maulana Hendratmoko (2012) *meneliti Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Tidak Menggunakan Bank Syariah di Yogyakarta*
- Eko Priyanto (2011) *Persepsi Masyarakat Terhadap Lembaga Perbankan Syariah di Sleman Yogyakarta*
- Mustafa Ismail (2002) *Motivasi Menabng di Lembaga Keuangan Syariah:studi kasus di BPRS kabupaten Bantul*
- Dahlia Bonang (2009) *Preferensi Nasabah Dalam Memilih Produk Dan Jasa Bank syariah*. PT Bank Muamalat Cabang Denpasar

Humaira (2014) *Pengaruh Faktor Religiusitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Dalam Prespektif Ekonomi Islam*(studi pada produk kosmetik wardah)

Yuliana Normawati (2013) *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri*

oleh Ayoe Niken Pratiwi *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Untuk Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus kota Surakarta)*

Yuliana Normawati (2013) *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*

Damayanti Maysaroh (2014) *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah*

Jurnal Ilmiah Toni Prasetyo Utomo (2014) *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah*(Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang) diakses 18 juni 2015

Kharisma Faundria Amri (2014) *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Pemilihan KPR Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia, Tbk)*

Referensi Dari Internet

http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&ved=0CEIQFjAG&url=http%3A%2F%2Fjurnal.unimus.ac.id%2Findex.php%2Fvadded%2Farticle%2Fview%2F721%2F775&ei=SWptVKWpEIT3mQXYhIGgCw&usq=AfQjCNHSYb_rAzTRXcGaHXBNH-zUrac8w&sig2=nQ98PrvJbID8a1aKROr8sg kamis 20 november 2014

<http://www.bi.go.id/id/publikasi/perbankan-dan-stabilitas/arsitektur/Documents/be97b7ef957a461a90ec56f3a78022b3IdentifikasiFaktorPenentuKeputusanKonsumenDalamMem.pdf> jurnal ekonomi Islam dikutip tanggal 5 desember 2014

http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/619/jbptunikompp-gdl-willyhardi-30927-10-unikom_w-l.pdf diakses tanggal 9 desember 2014