

DETERMINAN MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN SYARIAH

Elvira Hertika¹, Saiful², Eddy Suranta³

¹*BNI Syariah Cabang Bengkulu*

^{2,3}*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bengkulu*

Abstract

The purpose of this research is to determine the influence of knowledge, religious obligation, attitude, social influence and pricing of islamic personal financing toward the intention to use islamic personal financing. This research was conducted on PT Bank BNI Syariah Branch of Bengkulu.

The populations of this research were customers who use of Islamic personal financing at PT Bank BNI Syariah Branch of Bengkulu both existing customers or new customers. The data are collected from the questionnaire filled by 89 customers who use the of Islamic personal financing. The data analysis method of this research was processing by SmartPLS.

The results show that knowledge an social influence have the positive significant influence toward the intention the customer in choosing the Islamic personal financing. Pricing of islamic personal financing have positive influence while religious obligation, attitude has no influence toward the intention the customer in choosing the Islamic personal financing. The results of this study have implications for more effective strategies can be recommended to attract bank customers to use Islamic personal financing. The findings of this study should be of value to Islamic banks in terms of expanding their customer base.

Keywords: Knowledge, Religious Obligation, Attitude, Social Influence and Pricing Of Islamic Personal Financing

1. Pendahuluan

Perbankan adalah suatu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu fungsi pengumpulan dana (funding), fungsi penyaluran dana (lending), dan fungsi pelayanan jasa (Muhammad, 2002). Eksistensi sektor Perbankan sebagai lembaga keuangan berfungsi untuk menjembatani kebutuhan ekonomi masyarakat baik modal kerja maupun investasi di sektor riil antara pihak-pihak yang membutuhkan dana dengan pihak-pihak yang memiliki dana, terutama untuk kegiatan pengembangan dan memperluas usaha bisnis. Sebelumnya, sebagian besar masyarakat dihadapkan hanya pada satu pilihan yaitu menyimpan dananya di bank konvensional yang menerapkan sistem bunga. Sebagian besar ulama islam di dunia, tidak menyetujui penerapan sistem bunga pada bank konvensional, karena bunga dipandang haram sebab bunga dikategorikan sebagai riba. Hal inilah yang mendasari berdirinya bank syariah.

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang fungsinya sama seperti bank konvensional tetapi pelaksanaannya menggunakan prinsip-prinsip syariah yaitu keadilan, keseimbangan dan kemaslahatan. Tujuan utama bank syariah adalah sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah (Muhammad, 2002). Pada awal berdirinya bank syariah, banyak pengamat perbankan yang meragukan akan eksistensinya di masa depan. Di tengah-tengah bank konvensional yang berbasis dengan sistem bunga, yang sedang menanjak dan menjadi pilar ekonomi Indonesia, bank syariah mencoba memberikan jawaban

atas keraguan yang timbul. Sistem perbankan syariah mampu membuktikan penerapannya pada tahun 1998 saat terjadinya krisis moneter yang melanda Indonesia. Kebijakan bunga tinggi yang diterapkan pemerintah Indonesia selama krisis berlangsung telah membuat bank-bank konvensional mengalami negative spread, akibatnya dalam rentang waktu satu tahun, 64 bank terlikuidasi dan 45 bank lainnya bermasalah karena bank-bank tersebut harus membayar bunga simpanan nasabah yang lebih tinggi dari pada bunga kredit yang diterima debitur. Namun ternyata, kondisi tersebut tidak memberikan pengaruh pada perbankan syariah, sebab bank syariah menerapkan sistem bagi hasil kepada nasabahnya sesuai dengan margin keuntungan yang diperoleh bank sehingga bank syariah tentunya tidak mengenal negative spread (Arifin & Khotimah, 2014). Amin, et al. (2011) dalam penelitiannya di Malaysia mengenai “Determinants Of Customers’ Intention To Use Islamic Personal Financing (The Case Of Malaysian Islamic Banks)” menemukan bahwa ada dua faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan syariah di Malaysia, antara lain: sikap, hubungan sosial. sedangkan harga pembiayaan syariah memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan. Hasil Penelitian Amin, et al. (2011) didukung oleh penelitian dari Taib et al, (2008) dan Abd Wahab (2013) yang menyatakan bahwa sikap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah untuk memenuhi kebutuhan pembiayaannya. Awan dan Bukhari (2011) dalam penelitiannya tentang “Customers’ Criteria for Selecting an Islamic Bank: Evidence From Pakistan” menyatakan bahwa pengetahuan pelanggan tentang produk syariah dan kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang menentukan keputusan nasabah memilih pembiayaan syariah pada bank-bank islam di Pakistan, sedangkan faktor agama tidak berpengaruh signifikan.

Hasil yang berlawanan justru diutarakan oleh Pratama (2007) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan)”, dimana hasil penelitiannya menemukan bahwa faktor yang paling mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan syariah di medan adalah faktor syariah (agama). Hasil penelitian Pratama didukung oleh Ardiansyah (2005) dan Haron et al, (1994) yang menemukan bahwa ketertarikan minat masyarakat terhadap bank syariah lebih dominan dilandasi oleh faktor syariah (keagamaan) serta sistem bagi hasil pada bank syariah yang lebih menarik minat nasabah daripada sistem bunga pada bank konvensional.

Kemudian harga pembiayaan syariah yang mengacu pada tindakan bank syariah dalam memilih harga yang paling tepat untuk menjual produk pembiayaan dan keseimbangan antara bank dan tingkat pengembalian dari pelanggan (Ebert dan Griffin, 1998). Menurut Olson dan Zoubi (2008), bank syariah menggunakan informasi profit and loss sharing dalam pengisian untuk layanan transaksi keuangan. Konsep bunga, bagaimanapun adalah dilarang di bank syariah, sementara konsep laba rugi berbagi diperbolehkan, dan untuk pembayaran tertunda dan komisi pembiayaan perdagangan yang diperoleh juga diperbolehkan di bawah model perbankan syariah.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan syariah, yaitu antara lain: faktor pengetahuan, perintah agama, sikap, hubungan sosial, sedangkan harga pembiayaan berpengaruh negatif. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari pengetahuan, perintah agama, sikap, hubungan sosial, dan harga pembiayaan terhadap minat nasabah memilih pembiayaan syariah.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Teori Bunga dan Riba

Riba secara literal berarti tambahan, berkembang, atau tumbuh. Akan tetapi tidak setiap tambahan atau pertumbuhan itu dilarang oleh Islam. Dalam syariah, riba secara teknis mengacu kepada pembayaran "premi" yang harus dibayarkan oleh peminjam kepada pemberi pinjaman di samping pengembalian pokok sebagai syarat pinjaman atau perpanjangan batas jatuh tempo. (Muhammad Syafi'i 2001:66). Karim (2006:56-57) menjelaskan bahwa riba telah menjadi bahan perdebatan sejak zaman kaum muslim yang paling awal. Umar, khalifah kedua, menyesalkan karena Nabi SAW wafat sebelum sempat memberikan penjelasan yang terperinci mengenai pengertian riba. Di kalangan orang barat, istilah usury pada umumnya sekarang dipakai untuk menyebut bunga yang 'terlalu tinggi' atau 'berlebih-lebihan'. Tetapi dalil Al-qura'n menyatakan bahwa semua bentuk bunga harus dikutuk: Tetapi jika kamu bertobat, maka bagi kamu jumlah pokoknya [yakni modal] (Q.S. al-Baqarah: 279). Atas dasar hal tersebut, para ulama berpendapat bahwa riba meliputi tidak hanya usury, tetapi semua jenis bunga. Ini mengingatkan kepada argumen-argumen dari para sarjana barat abad pertengahan yang menyatakan bahwa semua bunga itu berlebihan. Dalam pengertian syariah, riba memiliki dua kategori: riba an-nasi`ah dan riba al-fadl (Muhammad Syafi'i, 2001) antara lain:

1. Riba An-Nasi`ah

Riba ini berarti menunda, menangguhkan atau menunggu dan mengacu kepada waktu yang diberikan bagi pengutang untuk membayar kembali utang dengan memberikan "tambahan" atau "premi".

2. Riba Al-Fadl

Yaitu riba yang dilibatkan pada transaksi pembelian dari tangan ke tangan dan penjualan komoditas. Pembahasan riba al-fadl muncul dari hadits-hadits yang menuntut bahwa jika emas, perak, gandum, jelai, kurma dan garam dipertukarkan dengan barang yang sama, mereka harus ditukar di tempat dan dengan (takaran, timbangan) yang sama dan serupa.

Larangan tentang praktik riba setidaknya disebutkan empat kali dalam Al-qur'an, yang pertama adalah Surat ar-Ruum: 39, menegaskan bahwa bunga akan menjauhkan keberkahan Allah dalam kekayaan, sedangkan zakat akan melipat gandakan pahala yang diterima. Kedua, adalah Surat an-Nisa` Ayat 166 yang juga mengutuk dengan keras praktik riba, bahkan hal ini sudah dinyatakan dalam kitab-kitab terdahulu sebelum Alquran. Seseorang yang mengambil riba disamakan dengan mereka yang mengambil harta orang lain dengan cara yang batil, dan Allah akan memberikan siksa yang amat pedih. Ketiga, adalah Surat Ali Imran Ayat 130-132, yang menyerukan kaum muslimin untuk menjauhi riba jika mereka menghendaki kesejahteraan yang diinginkan (dalam pengertian Islam yang sebenarnya). Keempat, Surat Al-Baqarah Ayat 275-281 yang memaparkan larangan pengambilan riba, menegaskan perbedaan yang jelas antara perniagaan dan riba, dan menuntut kaum muslimin agar menghapuskan utang piutang yang mengandung riba, menyerukan mereka hanya mengambil pokoknya saja, dan mengikhhlaskan kepada peminjam yang mengalami kesulitan.

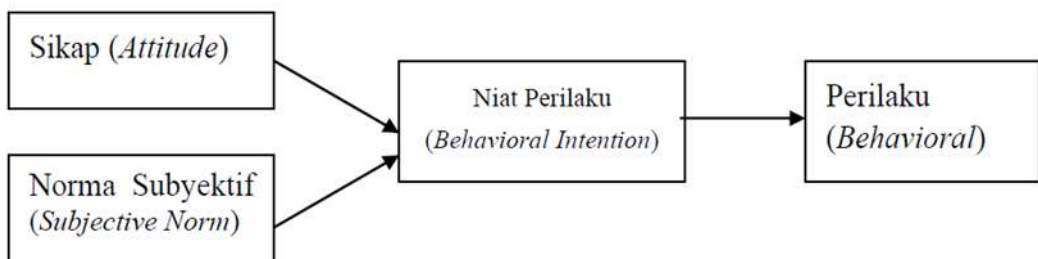
2.2. Theory of Reasoned Action

Theory of Reasoned Action (TRA) pertama kali diperkenalkan oleh Martin Fishbein dan Ajzen dalam Jogiyanto (2007). Teori ini disusun menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku

dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Teori ini menghubungkan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*) dan perilaku (*behavior*). Kehendak merupakan prediktor terbaik perilaku, artinya jika ingin mengetahui apa yang akan dilakukan seseorang, cara terbaik adalah mengetahui kehendak orang tersebut. Namun, seseorang dapat membuat pertimbangan berdasarkan alasan-alasan yang sama sekali berbeda (tidak selalu berdasarkan kehendak). Konsep penting dalam teori ini adalah fokus perhatian (*saliency*), yaitu mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting. Kehendak (*intention*) ditentukan oleh sikap dan norma subyektif (Jogiyanto, 2007).

Menurut Fishbein dan Ajzen (1975) dalam Jogiyanto (2007), sikap merupakan jumlah dari afeksi (perasaan) yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu obyek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual pada skala evaluative dua kutub, misalnya baik atau jelek, setuju atau menolak dan sebagainya. Selanjutnya norma-norma subyektif didefinisikan sebagai persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan (Jogiyanto, 2007).

Ajzen (1991) mengatakan bahwa sikap mempengaruhi perilaku lewat suatu proses pengambilan keputusan yang teliti dan beralasan dan dampaknya terbatas hanya pada tiga hal, yakni: Pertama, perilaku tidak banyak ditentukan oleh sikap umum tapi oleh sikap yang spesifik terhadap sesuatu. Kedua, perilaku dipengaruhi tidak hanya oleh sikap tapi juga oleh norma-norma objektif (*subjective norms*) yaitu keyakinan kita mengenai apa yang orang lain inginkan agar kita perbuat. Ketiga, sikap terhadap suatu perilaku bersama norma-norma subjektif membentuk suatu intensi atau niat berperilaku tertentu. Hubungan antara konstruk-konstruk TRA dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Model Teori Tindakan Beralasan

Teori tindakan beralasan berusaha untuk menetapkan faktor-faktor apa yang menentukan konsistensi sikap dan perilaku. Teori ini berasumsi bahwa orang berperilaku secara cukup rasional. Berdasarkan skema di atas, Sears dkk.(1999) menjelaskan bahwa teori tindakan beralasan mempunyai tiga langkah, yaitu:

- 1) Model teori ini memprediksi perilaku seseorang dari maksudnya. Jika seseorang mengutarakan maksudnya untuk melaksanakan jihad dengan tujuan mendapatkan pahala dari Allah, maka dia lebih mungkin melakukannya daripada dia tidak punya maksud untuk melakukannya.
- 2) Maksud perilaku dapat diprediksi dari dua variabel utama: sikap seseorang terhadap perilaku dan persepsinya tentang apa yang seharusnya orang lain.

- 3) Sikap terhadap perilaku diprediksi dengan menggunakan kerangka nilai-harapan yang telah diperkenalkan.

Dalam perspektif model teori tindakan beralasan, norma subjektif seperti tertera dalam skema diatas, berkenaan dengan dasar perilaku yang merupakan fungsi dari keyakinan-keyakinan normatif (normative beliefs) dan keinginan untuk mengikuti keyakinan-keyakinan normatif itu (motivation to comply). Norma subjektif menggambarkan persepsi individu tentang harapan-harapan orang-orang lain yang dianggapnya penting terhadap seharusnya ia berperilaku. Teori tindakan beralasan mengemukakan bahwa sebab terdekat (proximal cause) timbulnya suatu perilaku bukan sikap, melainkan niat (intention) untuk melaksanakan perilaku itu. Niat merupakan pengambilan keputusan seseorang untuk melaksanakan suatu perilaku. Pengambilan keputusan oleh seseorang untuk melaksanakan suatu perilaku merupakan suatu hasil dari proses berpikir yang bersifat rasional.

Menurut Gibbon et al(1998), proses berpikir yang bersifat rasional berarti bahwa dalam setiap perilaku yang bersifat sukarela maka akan terjadi proses perencanaan pengambilan keputusan yang secara kongkret diwujudkan dalam niat untuk melaksanakan suatu perilaku. Selanjutnya dijelaskan oleh Eagley dan Chaiken (1993) bahwa dalam kerangka teori tindakan beralasan, sikap ditransformasikan secara tidak langsung dalam wujud perilaku terbuka melalui perantaraan proses psikologis yang disebut niat. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa niat merupakan suatu proses psikologis yang keberadaannya terletak diantara sikap dan perilaku.

Jogiyanto (2007) berpendapat bahwa Intensi atau niat merupakan fungsi dari dua determinan dasar, yaitu sikap individu terhadap perilaku (merupakan aspek personal) dan persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau untuk tidak melakukan perilaku yang disebut dengan norma subyektif. Secara singkat, praktik atau perilaku menurut Theory of Reasoned Action (TRA) dipengaruhi oleh niat, sedangkan niat dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif. Sikap sendiri dipengaruhi oleh keyakinan akan hasil dari tindakan yang telah lalu. Norma subyektif dipengaruhi oleh keyakinan akan pendapat orang lain serta motivasi untuk menaati pendapat tersebut. Secara lebih sederhana, teori ini mengatakan bahwa seseorang akan melakukan suatu perbuatan apabila ia memandang perbuatan itu positif dan bila ia percaya bahwa orang lain ingin agar ia melakukannya.

Banyak penelitian di bidang sosial yang sudah membuktikan bahwa Theory of Reason Action (TRA) ini adalah teori yang cukup memadai dalam memprediksi tingkah laku. Namun setelah beberapa tahun, Ajzen melakukan meta analisis, ternyata didapatkan suatu penyimpulan bahwa Theory Reason Action (TRA) hanya berlaku bagi tingkah laku yang berada di bawah kontrol penuh individu karena ada faktor yang dapat menghambat atau memfalisistasi relisasi niat ke dalam tingkah laku. Berdasarkan analisis ini, lalu Ajzen menambahkan suatu faktor yang berkaitan dengan kontrol individu, yaitu perceived behavior control (PBC). Penambahan satu faktor ini kemudian mengubah Theory of Reason Action (TRA) menjadi Theory of Planned Behaviour (TPB). Inti dari Teori Perilaku Terencana (theory of planned behavior) ini mencakup 3 hal yaitu, keyakinan tentang kemungkinan hasil dan evaluasi dari perilaku tersebut (behavioral beliefs), keyakinan tentang norma yang diharapkan dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut (normative beliefs), serta keyakinan tentang adanya faktor yang dapat mendukung atau menghalangi perilaku dan kesadaran akan kekuatan faktor tersebut (control beliefs).

2.3. Minat

Minat adalah kesadaran atau ketertarikan seseorang terhadap suatu objek, orang, masalah, atau situasi yang mempunyai kaitan dengan dirinya. Artinya, minat harus dipandang sebagai sesuatu kesadaran. Karenanya minat merupakan aspek psikologis seseorang yang menaruh perhatian tinggi terhadap kegiatan tertentu dan mendorong yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan tersebut. Sementara itu, tinggi rendahnya perhatian dan dorongan psikologis pada setiap orang belum tentu sama, maka tinggi rendahnya minat terhadap objek pada setiap orang juga belum tentu sama (Prastowo, 2012).

Minat merupakan suatu motif yang menunjukkan arah perhatian dan aktivitas seseorang terhadap suatu objek karena merasa tertarik dan adanya kesadaran untuk melaksanakan suatu tindakan untuk mencapai tujuan. Minat seseorang akan muncul apabila individu tersebut mempunyai suatu kebutuhan yang harus dipenuhi. Jika kebutuhan dasar telah terpenuhi, maka timbul keinginan untuk mulai memilih jenis kebutuhan yang lain yang disesuaikan dengan minat dan selera (Prastowo, 2012)

Nunnally (1977) menjabarkan minat sebagai suatu ungkapan kecenderungan tentang kegiatan yang sering dilakukan setiap hari, sehingga kegiatan itu disukainya; sedangkan Guilford (1969) menyatakan minat sebagai tendensi seseorang untuk berperilaku berdasarkan ketertarikannya pada jenis-jenis kegiatan tertentu. Sementara itu Sax (1969) mendefinisikan bahwa minat sebagai kecenderungan seseorang terhadap kegiatan tertentu di atas kegiatan yang lainnya. Sedangkan Crites (1969) mengemukakan bahwa minat seseorang terhadap sesuatu akan lebih terlihat apabila yang bersangkutan mempunyai rasa senang terhadap objek tersebut. Dari beberapa teori ini dapat disimpulkan bahwa minat adalah keinginan ataupun dorongan psikologis yang sangat kuat pada diri seseorang untuk melakukan sesuatu kegiatan. Semakin tinggi minat seseorang terhadap sesuatu maka semakin tinggi pula dedikasi seseorang terhadap seseorang atau suatu kegiatan yang menjadi minatnya.

2.4. Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan (knowledge) adalah sesuatu yang hadir dan terwujud dalam jiwa dan pikiran seseorang dikarenakan adanya reaksi, persentuhan, dan hubungan dengan lingkungan dan alam sekitarnya. Pengetahuan ini meliputi emosi, tradisi, keterampilan, informasi, akidah, dan pikiran-pikiran. Keluasan dan kedalaman kehadiran kondisi-kondisi ini dalam pikiran dan jiwa kita sangat bergantung pada sejauh mana reaksi, pertemuan, persentuhan, dan hubungan kita dengan objek-objek eksternal (Philosophy, 2011).

Ketika mengamati atau menilai suatu perkara, biasanya manusia menggunakan kalimat-kalimat seperti, saya mengetahuinya, saya memahaminya, saya mengenal, meyakini dan mempercayainya. Berdasarkan realitas ini, bisa dikatakan bahwa pengetahuan itu memiliki derajat dan tingkatan. Disamping itu, bisa jadi hal tersebut bagi seseorang adalah pengetahuan, sementara bagi yang lainnya bukan pengetahuan. Pengetahuan yang baik tentang sesuatu hal tentunya akan membentuk minat seseorang untuk mendalami hal tersebut. Seperti halnya bagi konsumen, pengetahuan yang jelas tentang suatu produk atau jasa akan menarik minat konsumen untuk menggunakan atau memanfaatkan produk dan jasa tersebut.

2.5. Perintah Agama

Agama menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sistem yang mengatur tata keimanan (kepercayaan) dan peribadatan manusia kepada Tuhan Yang Maha Kuasa serta tata kaidah yang berhubungan dengan pergaulan manusia dan manusia serta lingkungannya. Émile Durkheim mengatakan bahwa agama adalah suatu sistem yang terpadu yang terdiri atas kepercayaan dan praktik yang berhubungan dengan hal yang suci. Manusia sebagai umat beragama semaksimal mungkin berusaha untuk terus meningkatkan keimanannya melalui rutinitas beribadah, melakukan aktivitas-aktivitas yang sesuai dengan kaidah agama, dan mencapai rohani yang sempurna kesuciannya. Harun Nasution menambahkan bahwa agama jika dilihat dari sudut muatan atau isi yang terkandung didalamnya merupakan suatu kumpulan tentang tata cara mengabdikan kepada Tuhan yang terhimpun dalam suatu kitab suci harus dipegang dan dipatuhi.

Menurut definisi, perintah agama mengacu pada peran agama dalam mempengaruhi pilihan dan kegiatan seseorang. Segala sesuatu yang dianggap sesuai dengan kaidah agama tentu akan menarik minat seseorang untuk melakukannya. Sulaiman (2003) menyebutkan bahwa masyarakat Islam dipengaruhi oleh pandangan dunia Islam yang berbeda berdasarkan syariah Islam. Terbentuknya perbankan syariah berdasarkan adanya keinginan dan kepentingan nasabah untuk memenuhi kebutuhan aspek ekonominya sesuai dengan keyakinan pribadi dan agama mereka. Bank syariah merupakan penerapan aplikasi perbankan yang menggunakan prinsip-prinsip Islam sehingga perbankan syariah perlu mematuhi prinsip-prinsip Islam, nilai-nilai dan tujuan Islam ketika menawarkan pembiayaan syariah. Kepatuhan ini akan memberikan perbedaan antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional sehingga akhirnya dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk mencari pembiayaan syariah. Semakin besar kepatuhan terhadap syariah, semakin besar kemungkinan seseorang menggunakan pembiayaan syariah. Omer (1992) mensurvei 300 Muslim yang berada di Inggris dan menemukan bahwa alasan agama adalah motivasi prinsip bagi umat Islam di Inggris untuk menangani lembaga keuangan Islam. Hasil penemuan Omer didukung oleh Pratama (2007), Ardiansyah (2005) dan Haron, (et al) (1994) yang masing-masing menemukan bahwa ketertarikan minat masyarakat terhadap bank syariah lebih dominan dilandasi oleh faktor syariah (keagamaan) serta sistem bagi hasil pada bank syariah yang lebih menarik minat nasabah daripada sistem bunga pada bank konvensional.

2.6. Sikap

Swasta dan Handoko (2000) menyebutkan bahwa minat mempunyai kaitan yang erat dengan sikap dan perilaku. Minat (intention) merupakan variabel perantara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap atau variabel lainnya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada variabel minat adalah:

- a) Minat dianggap sebagai penangkap atau perantara faktor-faktor motivasional yang mempunyai dampak pada suatu perilaku.
- b) Minat menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba.
- c) Minat juga menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukan.
- d) Minat adalah paling dekat berhubungan dengan perilaku selanjutnya.

Minat dipandang sebagai suatu variabel penentu bagi perilaku yang sesungguhnya. Artinya, semakin kuat minat seseorang dalam mencapai keinginan atau kebutuhannya, semakin besar pula

keberhasilan prediksi perilaku/sikap atau tujuan berperilaku tersebut untuk terjadi. Istilah sikap (attitude) pertama kali digunakan oleh Herbert Spencer pada tahun 1862 yang menggunakan kata ini untuk menunjuk suatu status mental seseorang. Sikap merupakan organisasi kognitif yang dinamis, yang banyak dimuati unsur-unsur emosional (afektif) dan disertai kesiagaan untuk beraksi. Menurut Thurstone, sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap obyek adalah perasaan mendukung atau memihak (favorable) ataupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (unfavorable) pada obyek tersebut

Sikap mempunyai empat karakteristik, yaitu (1) mempunyai obyek, (2) mempunyai arah, derajat dan intensitas, (3) mempunyai struktur, dan (4) merupakan hasil belajar. Menurut Loudon dan Bitta, sikap membantu individu dalam menggunakan pengetahuannya untuk melakukan evaluasi terhadap produk-produk alternatif sehingga akan lebih mudah, lebih cepat dan resiko yang lebih kecil dalam menetapkan keputusan pembelian untuk memuaskan kebutuhannya.

2.7. Hubungan Sosial

Hubungan sosial adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara terencana untuk menghubungkan antar kepentingan individu, individu dengan kelompok dan/atau antar kelompok, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menciptakan rasa saling pengertian dan kerjasama yang saling menguntungkan. Hubungan sosial disebut juga interaksi sosial yaitu proses saling mempengaruhi diantara dua orang individu, individu dengan kelompok, dan/atau antar kelompok (Maretha, 2013).

Pembentukan hubungan sosial banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang muncul dari dalam diri seseorang yang mendorong terjadinya hubungan sosial seperti keinginan untuk meneruskan atau mengembangkan keturunan dengan melalui perkawinan antara dua orang yang berlainan jenis saling tertarik dan berinteraksi, keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup karena manusia membutuhkan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya, keinginan untuk mempertahankan hidup terutama menghadapi serangan dari apapun, dan keinginan untuk melakukan komunikasi dengan sesama. Kemudian dari faktor eksternal yaitu faktor dari luar yang mendorong terjadinya hubungan sosial seperti:

- a) Simpati, yaitu suatu sikap tertarik kepada orang lain karena sesuatu hal. Ketertarikan tersebut karena penampilannya, kebijaksanaan, ataupun pola pikirnya.
- b) Motivasi, yaitu dorongan yang ada dalam diri seseorang yang mendasari orang melakukan perbuatan. Motivasi muncul biasanya karena rasionalitas, seperti motif ekonomis, motif popularitas, atau politik. Motivasi juga dapat muncul dari pengaruh orang lain. Contohnya, dengan diberikan tugas dari guru maka murid akan termotivasi untuk selalu rajin belajar setiap hari.
- c) Empati, merupakan proses psikis, yaitu rasa haru atau iba sebagai akibat tersentuh perasaannya dengan objek yang ada di hadapannya. Empati adalah kelanjutan dari rasa simpati.
- d) Sugesti, adalah kepercayaan yang sangat mendalam dari seseorang kepada orang lain atau sesuatu. Pengaruh sugesti ini muncul tiba-tiba dan tanpa adanya pemikiran untuk mempertimbangkan terlebih dahulu. Sugesti akan mendorong individu untuk melakukan suatu interaksi sosial.

- e) Imitasi, adalah dorongan untuk meniru sesuatu yang ada pada orang lain. Imitasi muncul karena adanya minat, perhatian atas sikap mengagumi terhadap orang lain yang dianggap cocok atau sesuai. Contohnya meniru mode rambut artis idola.

Identitas, adalah dorongan seseorang untuk menjadikan dirinya identik atau sama dengan orang lain. Identifikasi karena terikat oleh suatu aturan yang mengharuskan seseorang menyesuaikan diri seperti orang lain, atau atas dasar kesenangan sehingga tertarik menyesuaikan diri.

2.8. Harga Pembiayaan Syariah

Sebagaimana yang kita ketahui bahwa bank syariah adalah penerapan aplikasi prinsip-prinsip syariah yang berlandaskan Al-quran dan As-sunnah. Bank syariah tidak menggunakan sistem bunga karena bunga merupakan bagian dari riba dan riba adalah hal yang diharamkan dalam islam. Dalam pembiayaan syariah, jenis-jenis pembiayaan yang digunakan adalah (1) pembiayaan dengan prinsip bagi hasil yaitu termasuk al-musyarakah dan al-mudharabah. (2) Pembiayaan dengan prinsip jual beli yaitu al-murabahah, Bai' as-salam, dan Bai' al-istisna'. (3) pembiayaan dengan prinsip dengan prinsip sewa yaitu Al-ijarah dan Wa-Iqtina. Kemudian (4) Jasa pelayanan yaitu Al-Wakalah, Al-Kafalah, dan Al-Hawalah. Sementara untuk pembiayaan jasa pelayanan, sistem yang digunakan adalah Rahn (gadai) dan Al-Qardh (Muhammad Syafi'i, 2001).

2.9. Pengetahuan dan minat nasabah dalam memilih pembiayaan Syariah

Pengetahuan (knowledge) adalah sesuatu yang hadir dan terwujud dalam jiwa dan pikiran seseorang dikarenakan adanya reaksi, persentuhan, dan hubungan dengan lingkungan dan alam sekitarnya. Pengetahuan ini meliputi emosi, tradisi, keterampilan, informasi, akidah, dan pikiran-pikiran. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengetahuan diartikan sebagai suatu informasi yang diketahui atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Pengetahuan yang baik tentang sesuatu hal akan membentuk minat seseorang untuk mendalami hal tersebut. Seperti halnya bagi konsumen, pengetahuan yang jelas tentang suatu produk atau jasa akan menarik minat konsumen untuk menggunakan atau memanfaatkan produk dan jasa tersebut.

H1: Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan syariah

2.10. Perintah agama dan minat nasabah dalam memilih pembiayaan Syariah

Agama menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sistem yang mengatur tata keimanan (kepercayaan) dan peribadatan manusia kepada Tuhan Yang Maha Kuasa serta tata kaidah yang berhubungan dengan pergaulan manusia dan manusia serta lingkungannya. Manusia sebagai umat beragama semaksimal mungkin berusaha untuk terus meningkatkan keimanannya melalui rutinitas beribadah, melakukan aktivitas-aktivitas yang sesuai dengan kaidah agama, dan mencapai rohani yang sempurna kesuciannya. Harun Nasution menjelaskan bahwa agama jika dilihat dari sudut muatan atau isi yang terkandung didalamnya merupakan suatu kumpulan tentang tata cara mengabdikan kepada Tuhan yang terhimpun dalam suatu kitab suci harus dipegang dan dipatuhi.. Oleh karena itu adanya kewajiban untuk mematuhi kaidah agama akan mempengaruhi peran seseorang dalam menentukan pilihan dan kegiatan. Segala sesuatu yang dianggap sesuai dengan kaidah agama tentu akan menarik minat seseorang untuk melakukannya.

Sulaiman (2003) menyebutkan bahwa masyarakat islam dipengaruhi oleh pandangan dunia islam yang berbeda berdasarkan syariah islam. Terbentuknya perbankan syariah berdasarkan adanya keinginan dan kepentingan nasabah untuk memenuhi kebutuhan aspek ekonominya sesuai dengan keyakinan pribadi dan agama mereka. Bank syariah merupakan penerapan aplikasi perbankan yang menggunakan prinsip-prinsip islam sehingga perbankan syariah perlu mematuhi prinsip-prinsip islam, nilai-nilai dan tujuan islam ketika menawarkan pembiayaan syariah. Kepatuhan ini akan memberikan perbedaan antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional sehingga akhirnya dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk mencari pembiayaan syariah. Semakin besar kepatuhan terhadap syariah, semakin besar kemungkinan seseorang menggunakan pembiayaan syariah.

H2: Perintah Agama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan syariah

2.11. Sikap dan minat nasabah dalam memilih pembiayaan Syariah

Istilah sikap (attitude) pertama kali digunakan oleh Herbert Spencer pada tahun 1862 yang menggunakan kata ini untuk menunjuk suatu status mental seseorang. Sikap merupakan organisasi kognitif yang dinamis, yang banyak dimuati unsur-unsur emosional (afektif) dan disertai kesiagaan untuk beraksi. Menurut Thurstone, sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap obyek adalah perasaan mendukung atau memihak (favorable) ataupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (unfavorable) pada obyek tersebut. Sikap mempunyai empat karakteristik, yaitu mempunyai obyek; mempunyai arah, derajat dan intensitas; mempunyai struktur; dan merupakan hasil belajar.

Menurut Loudon dan Bitta, sikap membantu individu dalam menggunakan pengetahuannya untuk melakukan evaluasi terhadap produk-produk alternatif sehingga akan lebih mudah, lebih cepat dan resiko yang lebih kecil dalam menetapkan keputusan pembelian untuk memuaskan kebutuhannya. Amin, et al. (2011) dalam penelitiannya di Malaysia mengenai “Determinants Of Customers’ Intention To Use Islamic Personal Financing (The Case Of Malaysian Islamic Banks)” menyatakan bahwa ada tiga faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan atau minat nasabah dalam menggunakan pembiayaan syariah di Malaysia, antara lain: sikap, hubungan sosial, dan harga pembiayaan syariah.

H3: Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan syariah

2.12. Hubungan sosial dan minat nasabah dalam memilih pembiayaan Syariah

Hubungan sosial adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara terencana untuk menghubungkan antar kepentingan individu, individu dengan kelompok dan/atau antar kelompok, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menciptakan rasa saling pengertian dan kerjasama yang saling menguntungkan. Hubungan sosial disebut juga interaksi sosial yaitu proses saling mempengaruhi diantara dua orang individu, individu dengan kelompok, dan/atau antar kelompok. (Maretha, 2013). Pembentukan hubungan sosial banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Proses dalam hubungan sosial akan dapat berjalan apabila memenuhi dua syarat, yaitu kontak sosial dan komunikasi. Dengan adanya kontak sosial dan komunikasi ini tentu akan mempengaruhi perkembangan perilaku dan minat seseorang terhadap suatu hal dari

informasi yang diperolehnya. Hubungan sosial dapat menjadikan seseorang terpengaruh oleh berbagai hal baik yang negatif maupun yang positif. Dalam kaitannya dengan keinginan memenuhi kebutuhan hidup, faktor sosial akan sangat berperan dalam hal konsumen mencari informasi dan alternatif untuk memilih pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhannya. Pengetahuan yang diperoleh dari kontak sosial cenderung memberikan efek perilaku yang mengarahkan seseorang dalam membuat keputusan.

Amin, et al. (2011) menjelaskan bahwa hubungan sosial memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat Malaysia dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Malaysia yang merupakan negara islami cenderung membentuk perilaku masyarakatnya untuk menggunakan pembiayaan syariah dibandingkan pembiayaan bank konvensional karena faktor simpati, motivasi, empati, sugesti, imitasi, dan identitas dalam diri masyarakat Malaysia. Oleh karena itu, hubungan sosial memberikan dampak yang cukup penting dalam hal kaitannya dengan pengambilan keputusan, sehingga diperoleh pengembangan hipotesis keempat yaitu :

H4: Hubungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan syariah

2.13. Harga pembiayaan dan minat nasabah dalam memilih pembiayaan Syariah

Menurut Basu Swastha, harga ialah jumlah uang yang digunakan di dalam pertukaran suatu barang. Harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa harga yang dibayar oleh seorang pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual (Swastha, 2008: 271). Di dalam Islam siapapun boleh berbisnis, namun demikian dia tidak boleh mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Konsep harga dalam Islam sedikit banyak merujuk pada penerapan harga yang adil atau thaman al-mithl/qimah al-adl (Hoetoro, 2007: 126).

Berdasarkan pandangan Ibnu Taimiyah, adil bagi para pedagang berarti barang-barang dagangan mereka tidak dipaksa untuk dijual pada tingkat harga yang dapat menghilangkan keuntungan normal mereka. Harga adil adalah harga yang terjadi secara bebas-kompetitif atau tidak terdistorsi antara penawaran dan permintaan dan selanjutnya akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna (Islahi, 1997: 85-90).

H5: Harga pembiayaan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan syariah

3. Metode Penelitian

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan (Indriantoro dan Bambang, 2002). Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan jasa pembiayaan syariah di Bank BNI Syariah Cabang Bengkulu baik nasabah yang sudah lama maupun nasabah yang baru menggunakan pembiayaan pada Bank BNI Syariah. Berdasarkan data permintaan pembiayaan oleh nasabah pada

PT. Bank BNI Syariah Bengkulu Tahun 2014 diperoleh data populasi untuk penelitian ini adalah sebanyak 834 nasabah sebagaimana ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Permintaan Produk Pembiayaan Pada Bank BNI Syariah Cabang Bengkulu Per April 2015

Produk	Jumlah Nasabah
Murabahah	708 orang
Istishna	1 orang
Ijarah	115 orang
Mudharabah	10 orang
Total	834 orang

Sumber data: Bank Bni Sayariah April 2015

Adapun sampel adalah bagian dari elemen-elemen dan memiliki karakteristik yang sama dengan populasinya (Indriantoro dan Bambang, 2002). Sampel harus benar - benar dapat mewakili populasinya. Karena keterbatasan waktu dan dana yang digunakan dalam penelitian ini, maka besarnya sample ditetapkan dengan menggunakan Rumus Slovin (Iqbal Hasan, 2002:61). Dengan menggunakan rumus Slovin maka sampel penelitian ini berjumlah 89 nasabah.

3.2. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan dalam mengoperasionalkan construct, sehingga memungkinkan bagi peneliti lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran construct yang lebih baik (Indriantoro dan Supomo, 2002). Untuk lebih jelasnya pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel Independent	Defenisi Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Skala Ukuran
Pengetahuan Yunedi (2012)	Semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa pembiayaan syariah.	<ul style="list-style-type: none"> Informasi yang dimiliki nasabah mengenai perbankan syariah Pengetahuan lainnya yang dimiliki nasabah terkait sistem dan produk perbankan syariah 	<ul style="list-style-type: none"> Bank syariah menerapkan sistem bunga Bunga bank adalah riba Riba sedikit banyak diharamkan islam Sistem syariah lebih adil Kredit pada bank konvensional sama dengan syariah Terdapat DPS yang mengawasi kegiatan transaksi bank syariah Bank syariah menyalurkan pembiayaan yang halal saja 	Interval
Perintah Agama Amin, al(2011)	Pengetahuan seseorang tentang prinsip-prinsip syariah, filsafat syariah, dan tata cara perekonomian syariah yang sesuai dengan kaidah Alqur'an dan Al-Sunnah.	<ul style="list-style-type: none"> Pendalaman mengenai prinsip syariah Pemahaman mengenai tata cara perkenomian syariah sesuai kaidah Alquran dan Al-Sunnah. 	<ul style="list-style-type: none"> Pembiayaan Syariah sejalan dengan filsafat Islam dalam menjalankan bisnis perbankan. Pembiayaan Syariah didasarkan pada penerapan prinsip bisnis syariah. Pengenalan pembiayaan syariah didasarkan pada Al-Quran dan Hadis. Pembiayaan Syariah bebas dari riba. Pembiayaan Syariah bebas dari tindak 	Interval

		Pemahaman tata cara perbankan syariah	penipuan. Menjaga kehalalan transaksi dan pendapatan Jaminan halal dapat diperoleh pada bank syariah	
Sikap Amin, <i>et al</i> (2011)	Suatu perilaku bentuk evaluasi atau reaksi perasaan seseorang terhadap suatu obyek yang diminati	Tingkah laku seseorang dalam merespon suatu objek yang diminati Reaksi akan suatu objek yang dikehendaki	Memilih pembiayaan syariah adalah ide yang baik. Memilih pembiayaan syariah yang berguna. Memilih pembiayaan syariah yang bermanfaat. Saya menghargai pembiayaan syariah. Pembiayaan syariah adalah salah satu yang terbaik Islam dalam dunia perbankan. Pembiayaan syariah adalah pembiayaan islam yang positif.	
Hubungan Sosial Amin, <i>et al</i> (2011)	Suatu hubungan timbal balik antara individu yang satu dengan yang lainnya, yang saling mempengaruhi dan didasarkan pada kesadaran guna untuk saling tolong-menolong dan bekerja sama.	Reaksi yang timbul dari interaksi antara satu individu dengan individu lainnya sehingga menimbulkan suatu keputusan	Kebanyakan orang yang dekat dengan saya berpikir bahwa saya harus memilih pembiayaan syariah Diharapkan oleh orang lain bahwa saya harus memilih pembiayaan syariah. Kebanyakan orang yang penting bagi saya berpikir bahwa pembiayaan syariah berguna. Kebanyakan dari orang-orang yang penting bagi saya berpikir bahwa pembiayaan syariah sangat bermanfaat bagi saya. Kebanyakan orang menganggap saya akrab dengan kebutuhan syariah. Kebanyakan orang yang dekat dengan saya berpikir bahwa saya harus memilih pembiayaan syariah.	Interval
Harga Pembiayaan Amin <i>et al</i> (2011)	Metode penetapan harga di perbankan syariah	Sistem perhitungan harga pembiayaan pada Bank Syariah	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Biaya layanan yang lebih tinggi. ▸ Penalti untuk pembiayaan syariah yang lebih tinggi. ▸ Biaya yang diperoleh dari pembiayaan syariah lebih tinggi. ▸ Pembiayaan syariah menawarkan harga yang tidak adil. ▸ Pembayaran bulanan untuk pembiayaan syariah lebih tinggi. ▸ Secara keseluruhan, pembiayaan syariah lebih tinggi. ▸ Uang muka yang ditetapkan bank ini rendah dan terjangkau ▸ Margin(bunga) yang ditetapkan bank ini termasuk murah ▸ Biaya administrasi yang diterapkan pada bank ini termasuk rendah 	Interval

Minat Nasabah Yunedi (2012)	Minat atau Kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu.	Kecenderungan kesukaan nasabah akan suatu hal	<p>Saya tertarik untuk menggunakan pembiayaan syariah.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saya tertarik untuk menggunakan pembiayaan syariah di masa depan. • Saya akan menggunakan pembiayaan syariah suatu hari nanti. • Saya ingin menggunakan pembiayaan syariah. • Saya pasti akan merekomendasikan pembiayaan syariah kepada orang lain. • Saya tertarik untuk menggunakan pembiayaan syariah pada bank bni syariah • Saya tertarik untuk menggunakan pembiayaan syariah di masa depan. • Saya akan menggunakan pembiayaan syariah suatu hari nanti. • Saya ingin menggunakan pembiayaan syariah
-----------------------------	--	---	--

3.3. Model dan Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan model Moderated Regression Analysis (MRA) dengan bantuan Smart PLS. Pertimbangan peneliti dalam menggunakan PLS karena PLS dapat digunakan untuk melakukan konfirmasi teori (thoeritical testing) dan merekomendasikan hubungan yang belum ada dasar teorinya (eksploratori). PLS dapat menganalisis sekaligus konstruk yang dibentuk dengan indikator refleksif dan indikator formatif.

1. Partial Least Square (PLS)

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS). PLS adalah model persamaan Structural Equation Modeling (SEM) yang berbasis komponen atau varian. PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian (Ghozali ,2011).

2. Uji Outer Model

Uji outer model yaitu model pengukuran yang menghubungkan indikator dengan variabel latennya. Suatu konsep dan model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional dan kausal jika belum melewati tahap purifikasi dalam model pengukuran. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur (Cooper et al., 2006). Sedangkan uji realibilitas digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab setiap pertanyaan.

3. Uji Inner Model

Inner model yaitu model struktural yang menghubungkan antar variabel laten.yang menggambarkan hubungan antara variabel laten yang ada pada model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, uji t, serta signifikansi dari koefisien parameter model struktural. Menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi.

4. Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 5 hipotesis. Untuk menguji hipotesis tersebut menggunakan analisis dengan menggunakan model persamaan SEM dan Juga Regresi Linear Berganda, persamaan yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

$$MN = \alpha_1 + \beta_1 PG + \beta_2 PA + \beta_3 SP + \beta_4 HS + \beta_5 HP + \varepsilon \quad \dots\dots\dots (2)$$

Dimana:

$\alpha_1, \alpha_2, \text{ dst}$	=	Konstanta
MN	=	Minat Nasabah
PG	=	Pengetahuan
PA	=	Perintah Agama
SP	=	Sikap
HS	=	Hubungan Sosial
HP	=	Harga Pembiayaan
$\beta_1, \beta_2, \text{ dst}$	=	Koefesien Regresi
ε	=	error term

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dimaksudkan untuk menganalisis data berdasarkan atas hasil yang diperoleh dari jawaban responden terhadap masing-masing indikator pengukur variabel. Berikut ini adalah statistik deskriptif penelitian ini pada Tabel 3.

Table 3. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Kisaran Teoritis			Kisaran Aktual			
		Min	Maks	Mean	Min	Maks	Mean	Std. Deviation
PN	89	3	15	9	3	15	11,82	1,986
PA	89	5	25	15	10	20	15,75	2,460
SP	89	5	25	15	15	25	20,46	2,389
HS	89	6	30	18	6	30	22,97	3,566
HP	89	4	20	12	4	16	9,31	3,084
MN	89	9	45	27	8	45	38,51	5,675

Sumber: data primer diolah 2015

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, variabel Pengetahuan mempunyai bobot kisaran teoritis sebesar 3 sampai dengan 15 dengan nilai rata-rata sebesar 9, sedangkan pada kisaran sesungguhnya, mempunyai bobot kisaran sebesar 3 sampai dengan 15 dengan nilai rata-rata sebesar 11,82 dan standar deviasi sebesar 1,986. Nilai rata-rata jawaban variabel Pengetahuan untuk kisaran sesungguhnya di atas nilai rata-rata kisaran teoritis yang mengindikasikan bahwa responden (nasabah) menyakini pengetahuan yang mereka miliki telah baik. Nilai standar deviasi sebesar 1,986 yang jika dibandingkan dengan rata-rata jawaban adalah 11,82 adalah 16,80 % (<20%), menunjukkan bahwa jawaban responden untuk variabel Pengetahuan cenderung homogen.

Variabel perintah agama mempunyai bobot kisaran teoritis sebesar 5 sampai dengan 25 dengan nilai rata-rata sebesar 15, sedangkan pada kisaran sesungguhnya, mempunyai bobot kisaran sebesar 10 sampai dengan 20 dengan nilai rata-rata sebesar 15,75 dan standar deviasi 2,460. Nilai rata-rata jawaban variabel perintah agama untuk kisaran sesungguhnya di atas nilai rata-rata kisaran teoritis, mengindikasikan responden meyakini bahwa mereka telah mengikuti perintah agama dengan baik. Nilai standar deviasi sebesar 2,460 yang jika dibandingkan dengan rata-rata jawaban adalah sebesar

15,75 adalah 15,62% (<20%), menunjukkan bahwa jawaban responden untuk variabel pengetahuan agama cenderung homogen dan bersifat netral.

Variabel sikap memiliki bobot kisaran teoritis sebesar 5 sampai dengan 25 dengan nilai rata-rata sebesar 15, sedangkan pada kisaran sesungguhnya, mempunyai bobot kisaran sebesar 15 sampai dengan 25 dengan nilai rata-rata sebesar 20,46 dan standar deviasi sebesar 2,389. Nilai rata-rata jawaban variabel sikap untuk kisaran sesungguhnya di atas nilai rata-rata kisaran teoritis, mengindikasikan bahwa nasabah menyakini sikap mereka dalam menjadi nasabah di Bank Bni Syariah. Nilai standar deviasi sebesar 2,389 yang jika dibandingkan dengan rata-rata jawaban adalah 20,46 adalah 11,68% (<20%), menunjukkan bahwa jawaban responden untuk variabel Sikap cenderung Homogen.

Variabel hubungan sosial mempunyai bobot kisaran teoritis sebesar 6 sampai dengan 30 dengan nilai rata-rata sebesar 18, sedangkan pada kisaran sesungguhnya, mempunyai bobot kisaran sebesar 6 sampai dengan 30 dengan nilai rata-rata sebesar 22,97 dan standar deviasi sebesar 3,566. Nilai rata-rata jawaban variabel hubungan sosial untuk kisaran sesungguhnya di atas nilai rata-rata kisaran teoritis, mengindikasikan bahwa penilaian responden meyakini bahwa indikator hubungan sosial sudah dipahami dengan baik oleh responden dan memiliki pengaruh yang baik, dengan nilai standar deviasi sebesar 3,566 yang jika dibandingkan dengan rata-rata jawaban adalah 22,97 adalah 15,52% (<20%), menunjukkan bahwa jawaban responden untuk variabel hubungan sosial cenderung homogen.

Variabel harga pembiayaan mempunyai bobot kisaran teoritis sebesar 4 sampai dengan 20 dengan nilai rata-rata sebesar 12, sedangkan pada kisaran sesungguhnya, mempunyai bobot kisaran sebesar 4 sampai dengan 16 dengan nilai rata-rata sebesar 9,31 dan standar deviasi sebesar 3,084. Nilai rata-rata aktual jawaban variabel harga pembiayaan lebih kecil dari kisaran teoritis. Nilai standar deviasi sebesar 3,084 yang jika dibandingkan dengan rata-rata jawaban adalah 9,31 adalah 33,12% (>20%), menunjukkan bahwa jawaban responden untuk variabel harga pembiayaan adalah heterogen (bervariasi) dan indikator-indikatornya belum dipahami dengan baik. Hal ini dapat dikatakan bahwa komponen indikator yang memproksi variabel harga pembiayaan belum sesuai dengan yang dipahami oleh responden. Sesungguhnya responden menjawab bahwa harga pembiayaan yang ada di PT Bank Bni Syariah lebih murah atau lebih rendah dibandingkan Bank Syariah lainnya.

Variabel Minat mempunyai bobot kisaran teoritis sebesar 9 sampai dengan 45 dengan nilai rata-rata sebesar 27, sedangkan pada kisaran sesungguhnya, mempunyai bobot kisaran sebesar 8 sampai dengan 45 dengan nilai rata-rata sebesar 38,51 dan standar deviasi sebesar 5,675. Nilai rata-rata jawaban variabel minat untuk kisaran sesungguhnya di atas nilai rata-rata kisaran teoritis, mengindikasikan bahwa penilaian responden meyakini bahwa minat mereka ada karena faktor-faktor yang mempengaruhinya. Nilai standar deviasi sebesar 5,675 yang jika dibandingkan dengan rata-rata jawaban adalah 38,51 adalah 14,74% (>20%), menunjukkan bahwa jawaban responden untuk variabel minat cenderung homogen antara setiap responden.

Dapat diketahui secara keseluruhan bahwa nilai rata-rata kisaran aktual untuk variabel Pengetahuan (PN), Perintah Agama (PA), Sikap (SP), Hubungan Sosial (HS), dan Minat (MN) lebih besar dari nilai rata-rata kisaran teoritisnya. Hal ini mengindikasikan bahwa responden menyakini bahwa indikator dari variabel Pengetahuan (PN), Perintah Agama (PA), Sikap (SP), Hubungan Sosial (HS), dan Minat (MN) telah mereka pahami dengan baik. Hanya variabel Harga Pembiayaan (HP) yang memiliki nilai rata-rata kisaran aktual yang lebih kecil dari kisaran teoritisnya.

Namun, nilai rata-rata kisaran aktual semua variabel penelitian yaitu Pengetahuan (PN), Perintah Agama (PA), Sikap (SP), Hubungan Sosial (HS), Harga Pembiayaan (HP), dan Minat (MN) memiliki nilai yang lebih besar dari nilai standar deviasinya. Hal ini menunjukkan bahwa semua jawaban responden terhadap semua variabel penelitian tidak terlalu bervariasi antar responden.

4.2. Model Struktural (Inner Model)

Pengujian inner model atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan R-square dari model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen. Tabel 4. merupakan hasil estimasi R-square dengan menggunakan SmartPLS.

Tabel 4. Nilai R-square

Konstruk Laten Dependen	R Square
MN	0.344

Sumber: data primer diolah dengan SmartPLS, 2015

Berdasarkan hasil pengujian sebagaimana disajikan pada Tabel 4.13 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R-square) untuk variabel Minat Nasabah (MN) adalah sebesar 0.344 yang berarti 34.4% variasi Minat Nasabah yang dapat dijelaskan oleh variasi dari kelima variabel independen yaitu Pengetahuan (PN), Perintah Agama (PA), Sikap (SP), Hubungan Sosial (HS), dan Harga Pembiayaan (HP). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 65.6% dijelaskan faktor-faktor lain diluar model ini.

4.3. Pengujian Hipotesis

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada output result for inner weight. Tabel 5 memberikan output estimasi untuk pengujian model struktural.

Tabel 5. Result Path Coefficients

Variable	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Std;Dev (STDEV)	Std. Error (STERR)	T Stat ((O/STERR))	Kesimpulan
PN -> MN	0,299	0,222	0,172	0,172	2,140	H1 diterima
PA -> MN	0,052	0,128	0,174	0,174	0,424	H2 ditolak
SP -> MN	-0,076	-0,030	0,142	0,142	0,639	H3 ditolak
HS -> MN	0,275	0,250	0,151	0,151	1,650	H4 diterima
HP -> MN	-0,183	-0,191	0,095	0,095	1,997	H5 diterima

Sumber: data primer diolah dengan SmartPLS, 2015

Dalam PLS pengujian secara statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode bootstrap terhadap sampel. Pengujian dengan bootstrap juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian.

Berdasarkan hasil pengujian membuktikan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih pembiayaan syariah, besarnya pengaruh tersebut adalah sebesar 29.9%. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang searah dimana semakin besar pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang tentang suatu produk atau jasa tertentu, maka akan semakin besar pula minat seseorang untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Sesuai dengan indikator yang dibangun dalam penelitian ini yang menjelaskan variabel pengetahuan dimana nasabah memiliki pengetahuan mengenai sistem syariah yang lebih adil dan lebih baik dan nasabah pun lebih paham dimana adanya dewan pengawas syariah yang bertugas dalam mengawasi sistem perbankan syariah sehingga sistem perbankan syariah dapat berjalan sesuai dengan kaidah islam dan lebih adil, selain itu yang menjadikan pengetahuan berpengaruh terhadap minat dalam memilih perbankan syariah yakni salah satu indikator yang menjelaskan nasabah memiliki pengetahuan yang baik mengenai pembiayaan dengan setuju menyebutkan bahwa bank Syariah menyalurkan pembiayaan yang halal. Jika dilihat dari sudut pandang jenis produk pembiayaan syariah, yang paling banyak digunakan adalah jenis produk pembiayaan Murabahah. Hal ini membuktikan bahwa ada pengetahuan yang berperan yang mendorong minat nasabah untuk memanfaatkan jenis produk pembiayaan murabahah dibandingkan jenis pembiayaan lainnya. Hasil pengujian pertama ini sejalan dengan hasil dari pengujian penelitian terdahulu yang juga mendukung adanya pengaruh yang positif antara pengetahuan dengan minat nasabah yakni penelitian yang dilakukan Gaffar, dkk (2014) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus nasabah pada Bank Muamalat Cabang Makassar), dan Morthado (2013) dalam penelitiannya mengenai Pengaruh Pengetahuan tentang Bank Syariah terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di Bank Negara Indonesia Syariah cabang Semarang. yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, menunjukkan bahwa perintah agama memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap minat nasabah. Dikatakan tidak signifikan dikarenakan besar pengaruh perintah agama terhadap minat hanya sebesar 5,2%. Hal ini dapat diartikan bahwa sesungguhnya perintah agama memiliki pengaruh yang searah terhadap minat nasabah dalam memilih menggunakan fasilitas pembiayaan syariah tetapi pengaruhnya tidaklah signifikan karena perintah agama bukan merupakan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih menggunakan fasilitas pembiayaan syariah.

Berdasarkan indikator yang dibangun dalam penelitian ini yang dapat menjelaskan bahwa variabel perintah agama tidak berpengaruh terhadap minat nasabah memilih pembiayaan syariah yakni dimana responden hanya mengetahui bahwa konsep pembiayaan syariah sejalan dengan filsafat islam tapi bukan karena konsep yang mereka pahami yang mendorong mereka memilih pembiayaan pada bank syariah khususnya PT Bank BNI Syariah Cabang Bengkulu. Prinsip perbankan syariah berdasarkan prinsip bisnis syariah dan nasabah mengetahui bahwa pembiayaan syariah didasarkan pada Al-Quran dan Al-Hadist. Pembiayaan syariah bebas dari penipuan juga merupakan salah satu indikator yang menjelaskan variabel perintah agama. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pratama (2007) dimana penelitiannya yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan), Ardiyansah (2005) dalam penelitiannya yang berjudul Minat Masyarakat dalam Memilih Bank Syariah dan Haron et al (1994) yang masing-masing menemukan pengaruh positif antara perintah agama dengan ketertarikan nasabah dalam memilih bank syariah. Namun hasil penelitian ini

berhasil mendukung penelitian yang dilakukan oleh Amin et al (2011) yang membuktikan bahwa perintah agama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan syariah di Malaysia.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh yang negatif tetapi tidak signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dikatakan tidak signifikan dikarenakan besar pengaruh sikap terhadap minat hanya sebesar 7,6%. Hasil penemuan ini menggambarkan bahwa sikap memiliki pengaruh yang berlawanan terhadap minat nasabah dalam memilih fasilitas pembiayaan syariah tetapi pengaruhnya sangat kecil atau tidak signifikan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amin, et al (2011) dalam penelitiannya di Malaysia mengenai "Determinants Of Customers Intention To Use Islamic Personal Financing (The Case Of Malaysian Islamic Banks) yang menyatakan bahwa sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam memilih pembiayaan syariah guna memenuhi kebutuhan dalam pembiayaan di Malaysia.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat, data menunjukkan bahwa hubungan sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Besarnya pengaruh tersebut adalah sebesar 27.5%. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang searah dimana semakin tinggi interaksi sosial yang terjalin antar individu dalam hal ini bisa antar nasabah dengan pihak perbankan, atau antara nasabah baru dengan nasabah lama atau interaksi sosial disekitaran lingkungan, maka semakin besar minat seseorang dalam menentukan keputusan memilih jenis atau produk pembiayaan syariah. Hal ini terlihat pada enam indikator yang dibangun dalam menjelaskan variabel hubungan sosial sehingga terlihat pengaruhnya terhadap minat dari keenam indikator tersebut semuanya dapat menjelaskan variabel pengetahuan yakni responden menyetujui bahwa karena interaksi yang mereka lakukan menyebabkan mereka memilih pembiayaan syariah, dengan demikian berdasarkan indikator yang menjelaskan variabel hubungan sosial maka hubungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Bank BNI Syariah Cabang Bengkulu secara khususnya. Amin, et al. (2011) menjelaskan bahwa hubungan sosial memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat Malaysia dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Malaysia yang merupakan negara islami cenderung membentuk perilaku masyarakatnya untuk menggunakan pembiayaan syariah dibandingkan pembiayaan bank konvensional karena faktor simpati, motivasi, empati, sugesti, imitasi, dan identitas dalam diri masyarakat Malaysia. Begitu juga yang terjadi di Bengkulu. Bengkulu adalah salah satu kota dimana mayoritas masyarakatnya memeluk agama Islam. Faktor sosial yang terjalin akan mengarahkan perilaku masyarakatnya untuk menggunakan fasilitas pembiayaan syariah. Hasil pengujian penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amin, et al (2011) dalam penelitiannya di Malaysia mengenai "Determinants Of Customers Intention To Use Islamic Personal Financing (The Case Of Malaysian Islamic Banks) yang menyatakan bahwa hubungan sosial merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam pembentukan keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan syariah.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kelima, data menunjukkan bahwa harga pembiayaan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah. Besarnya pengaruh tersebut adalah sebesar 18,3%. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang berlawanan antara harga pembiayaan terhadap minat yaitu apabila semakin tinggi harga pembiayaan yang ditawarkan maka semakin rendah minat nasabah untuk memilih fasilitas pembiayaan tersebut, dan sebaliknya apabila harga pembiayaan yang ditawarkan rendah maka semakin tinggi minat nasabah dalam memilih pembiayaan tersebut. Berdasarkan indikator yang menjelaskan variabel harga pembiayaan ini beberapa indikator dapat

menejelaskan sehingga variabel harga pembiayaan berpengaruh terhadap minat nasabah yakni dilihat dari harga pembiayaannya pinalti yang ditetapkan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Bengkulu, dilihat dari penawaran harga yang adil atau tidak serta biaya yang diperoleh lebih tinggi. Indikator inilah yang menjelaskan variabel harga pembiayaan sehingga dapat menjelaskan harga pembiayaan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan syariah pada PT Bank Bni Syariah Cabang Bengkulu dan pengaruh nya tidak searah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Amin, et al (2011) dalam penelitiannya di Malaysia mengenai “Determinants Of Customers Intention To Use Islamic Personal Financing (The Case Of Malaysian Islamic Banks) yang menyatakan bahwa harga pembiayaan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah memilih pembiayaan syariah di Malaysia.

5. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut.

- Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini berarti semakin tinggi pemahaman dan pengetahuan nasabah semakin besar minat nasabah memilih pembiayaan syariah.
- Perintah Agama tidak berpengaruh terhadap minat Nasabah memilih pembiayaan syariah, hal ini dimaksudkan bahwa minat nasabah terhadap pembiayaan syariah bukan karena kepatuhan mereka akan perintah agama.
- Sikap tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Keputusan nasabah berminat menggunakan fasilitas pembiayaan syariah bukan karena sikap mereka yang melatarbelakanginya.
- Hubungan sosial berpengaruh terhadap minat nasabah memilih pembiayaan syariah sehingga semakin tinggi interaksi sosial yang ada antara nasabah dengan lingkungan sosialnya menyebabkan semakin tinggi minat nasabah menggunakan pembiayaan syariah.
- Harga pembiayaan berpengaruh terhadap minat nasabah. Semakin tinggi harga yang ditawarkan maka semakin rendah minat nasabah menggunakan pembiayaan syariah begitu juga sebaliknya.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada manajemen PT Bank BNI Syariah Cabang Bengkulu guna mendapatkan strategi-strategi baru guna percepatan pembiayaan dan percepatan bisnis layanan jasa perbankan Syariah. Mempertahankan hubungan baik dan harga pembiayaan yang ditawarkan guna percepatan bisnis.

References

- Agung Sulisty, Rachmad. (2010). Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah Yogyakarta. Skripsi, Program Sarjana Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia: Yogyakarta
- Ajzen, I. (2005), *Attitudes, Personality and Behavior*, (2nd edition), Berkshire, UK: Open University Press-McGraw Hill Education
- Ajzen, I. 2005, *Attitudes, Personality and Behavior*, (2nd edition), Berkshire, UK: Open University Press-McGraw Hill Education
- Ajzen, I, dan Fishbein, M., (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Ajzen.,I,(1988), *Attitudes, Personality, dan Behavior*, Dorsey Press, Chicago.
- Amin,H., Abdul Rohim., & Stephen,L., Magdalena, C.(2011). *Determinants Of Customers' Intention To Use Islamic Personal Financing The Case Of Malaysian Islamic Banks*. *Business Research*. Vol. 2 No. 1, 2011, Pp. 22-42, Q Emerald Group Publishing Limited 1759-0817.

- Aridiansyah. (2005). Minat Masyarakat dalam Memilih Bank Syariah. *Jurnal Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, Medan.
- Arifin, Atwal & Khotimah, Husnul. (2014). Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta. *Jurnal SNA dan Call Paper Program Strudi Akuntansi-FEB UMS*, 25 Juni 2014.
- Awan, Hayat M. & Bukhari, Khuram Shahzad. (2011). Customers' Criteria For Selecting an Islamic Bank: Evidence From Pakistan. *Journal of Islamic Marketing*. Vol 2 No. 1. pp.14-27.
- Bank Indonesia, Penelitian Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Tengah dan DIY (Semarang : LP Pusat Penelitian dan Kajian Pembangunan UNDP, 2000), hal. 1
- Engel, F. James; Roger D. Blackwell; Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi keenam jilid 1. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Gaffar, Achmad Almuham. (2014). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Makassar). Skripsi Publikasi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Hubungan sosial (2013) online) (diakses 27 januari 2015) tersedia di world wide web : <http://geografi-9.blogspot.com/2013/01/hubungan-sosial.html>.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Cetakan Kedua. Edisi Juni. Yogyakarta: BPFE.
- Jogiyanto, (2007), *Sistem Informasi Keperilakuan*, Andi Offset Yogyakarta
- Karim, Adiwarmun Azwar. (2006). *Bank islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi Ketiga. Rajawali Pers Jakarta.
- Kasmir. (2011). *Bank dan lembaga Keuangan lainnya*. Edisi Revisi 2002. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Lina, Budiarti. (2010). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer (Studi pada pengguna laptop acer di area hotspot Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya). Perpustakaan Digital Universitas Negeri Malang online) (Diakses 28 Oktober 2014) Tersedia di World Wide Web: <http://library.um.ac.id>,
- Maretha, (2013) online) (diakses 27 januari 2015) tersedia di world wide web : <http://www.slideshare.net/marethayugoslavia/ips-pengertian-hubungan-sosial>.
- Mowen, John C., & Michael Minor. (2008). *Customer Behavior* 6ed. New Jersey: Prentice-Hall.Inc.
- Muhamad. (2002). *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta. AMPYKPN.
- Murtadho, Muhammad Ifan. (2013). Pengaruh Pengetahuan tentang Bank Syari'ah terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di Bank Negara Indonesia Syari'ah cabang Semarang. Skripsi dipublikasikan. Jurusan Ilmu Ekonomi Islam. IAIN Walisongo. Semarang.
- Olson, D. and Zoubin, T.A. (2008), "Using accounting ratios to distinguish between Islamic and conventional banks in the GCC region", *The International Journal of Accounting*, Vol. 43, pp. 45-65.
- Omer, H. (1992), "The implication of Islamic beliefs and practice on Islamic financial institutions in the UK", PhD dissertation, Loughborough University, Loughborough.
- Pengertian dan definisi agama (2014) online) (diakses 27 januari 2015) Tersedia di world wide web: <http://jurnalapapun.blogspot.com/2014/03/pengertian-dan-definisi-agama-menurut.html>.
- Peter, J. Paul, & Jerry C. Olson.(2006). *Customer Behavior and Marketing Strategy*. 4th ed. The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Philosophy and Gratutude (2011) online) (diakses 27 januari 2015) tersedia di World Wide Web: http://www.alhassanain.com/indonesian/articles/articles/Philosophy_and_gratutude_library/definisi_pengetahuan/001.html.
- Prastowo, Eko.(2012) Minat Siswa Putra Kelas Atas Sd Negeri Dan Mi Di Desa Kaliwungu Kecamatan Mandiraja Kabupaten Banjarnegara Terhadap Ekstrakurikuler Sepak Bola. online) (diakses 27 januari 2015) Tersedia di World Wide Web : <http://eprints.uny.ac.id/7689/3/BAB%20%20-%2009604227162.pdf>.
- Pratama, Indra. (2007). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan), Skripsi Fakultas Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Pratiwi, Rima. (2014). Sistem Jenis Dan Mendapatkan Pembiayaan Bank Syariah. online) Tersedia di world wibe web : <http://www.slideshare.net/rimapратиwi/sistem-jenis-dan-mendapatkan-pembiayaan-bank-syariah?related=2>.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor- Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sulaiman, M. (2003), "The influence of riba and zakat on Islamic accounting", Indonesia. (Online) (Diakses Pada 12 September 2014) Tersedia di World Wide Web: <http://kontakji.com/accounting/the-influence-of-riba-and-zakat-on-islamic-accounting>
- Syafi'i Muhammad, Antonio. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Table Print. (2010). online) (diakses pada 20 januari 2015) tersedia pada World Wide Web: <http://Sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabelprint?wid=000000000&tid=321&lang=id&fi1=58&fi2=3/>.

- Tafsir Quran. (2012) (Online) (dikases 18 desember 2014) Tersedia Di World Wide Web : <http://www.kayadengansedekah.com/tafsir-surat-al-baqarah-ayat-28>, diakses 18-Des-2014.
- Taib, F.M., Ramayah, T. and Razak, D.A. (2008), "Factor influencing intention to use diminishing partnership home financing", *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 1 No. 3, pp. 235-48.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.
- UU No. 10. Tahun 1998, 2003, Tentang Perbankan , Cet III, Sinar Grafika, Jakarta.
- Yunedi, Armi Lc, Mahasiswa UI, Kuesioner (On Line), (diakses 12 januari 2015) tersedia Di World Wide Web : <http://www.ying.com/xa.yimb.com/ka/groups/1012678/154318955/Name/Kuesioner>.
- Yupitri, Evi & Raina Linda Sari. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 1 No. 1, Desember: 46-60.