

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MASYARAKAT MUSLIM TIDAK MENJADI
NASABAH BANK SYARIAH DI YOGYAKARTA**



TESIS

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar
Magister Ekonomi (M.E)**

Oleh:

**ABDUL RONI
NIM. 18208011005**

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2020



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-662/Un.02/DEB/PP.00.9/10/2020

Tugas Akhir dengan judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT MUSLIM TIDAK MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ABDUL RONI, S.E
Nomor Induk Mahasiswa : 18208011005
Telah diujikan pada : Senin, 31 Agustus 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 5f71d7fb99839

Ketua Sidang

Dr. Ibnu Muhdar, M.Ag.
SIGNED



Valid ID: 5f716ae66ff50

Penguji I

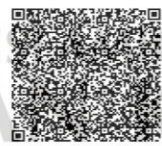
Dr. Sunaryati, SE., M.Si.
SIGNED



Valid ID: 5f743d9b6b86e

Penguji II

Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
SIGNED



Valid ID: 5f75753d42985

Yogyakarta, 31 Agustus 2020
UIN Sunan Kalijaga/
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

SURAT PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudara Abdul Roni

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa tesis saudara:

Nama : Abdul Roni

NIM : 18208011005

Judul Tesis : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar magister dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar tesis saudara tersebut dapat segera di munaqosyah khan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr. Wb

Yogyakarta, 27 Agustus 2020



Dr. Ibnu Mudir, M.Ag

Nip. 19641112199203 1006

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Abdul Roni
NIM : 18208011005
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis saya ini adalah benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti kata penulisan ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, 27 Agustus 2020

Saya yang menyatakan,



Abdul Roni
NIM. 18208011005

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adul Roni
NIM : 18208011005
Prodi : Magister Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Tesis

Demi pembangunan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah yang berjudul:

“Pengaruh Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Bsm (Studi Kasus Bank Syari'ah Mandiri Muara Bungo)”

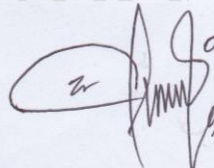
Beserta pangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Dibuat di: Yogyakarta
Pada tanggal: 25 Maret 2020

Yang menyatakan



Abdul Roni
18208011005

PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, paman beserta istri, kakak, adik-adikku dan keluarga besar saya yang telah mensupport dalam menyelesaikan tugas akhir ini.



MOTTO

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ

شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٥﴾

Artinya: *Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan ketakwaan dan janganlah tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya siksa Allah sangat berat.* (QS. Al-Maidah [2]:5)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata Arab-Latin yang dipakai dalam penyusunan Tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

I. Konsonan

Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	<i>B</i>	-
ت	Tā	<i>T</i>	-
ث	Sta		st (dengan titik diatas)
ج	Jīm	<i>J</i>	-
ح	Hā'	<i>ḥ</i>	h (dengan titik dibawah)
خ	KHā'	<i>Kh</i>	-
د	Dāl	<i>D</i>	-
ذ	dZāl	<i>Dz</i>	-
ر	Rā'	<i>R</i>	-
ز	Zā'	<i>Z</i>	-

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
س	Sīn	<i>S</i>	-
ش	Syīn	<i>Sy</i>	-
ص	Sād	<i>Ṣh</i>	s (dengan huruf h)
ض	Dhād	<i>ḍh</i>	dh (dengan huruf h)
ط	Thā'	<i>ṭh</i>	t (dengan huruf h)
ظ	Zhā	<i>ẓh</i>	Z (dengan huruf h)
ع	'āin	'	-
غ	Ghāin	<i>Gh</i>	-
ف	Fā'	<i>F</i>	-
ق	Qāf	<i>Q</i>	-
ك	Kāf	<i>K</i>	-
ل	Lām	<i>L</i>	-
م	Mīm	<i>M</i>	-
ن	Nūn	<i>N</i>	-

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
و	Wāwu	W	-
هـ	Hā	H	-
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Yā	Y	-

II. Konsonan Rangkap Karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

III. Ta' Marbūṭah di akhir kata

- a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan, bila kata-kata arab yang sudah terserap kedalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafaz aslinya)

- b. Bila *Ta' Marbūṭah* diikuti dengan kata sandang '*al*' serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karāmahal-auliyā'</i>
----------------	---------	--------------------------

- c. Bila *Ta' Marbūṭah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah, dammah ditulis *t*.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātaal-ḥiṭr</i>
------------	---------	----------------------

IV. Vokal Pendek

-----◌-----	Ditulis	A
-----◌-----	Ditulis	I
-----◌-----	Ditulis	U

V. Vokal Panjang

1	<i>Fathah + alif</i> جَاهِلِيَّة	ditulis ditulis	\bar{A} <i>Jāhiliyah</i>
2	<i>Fathah + ya' mati</i> تَنْسَى	ditulis ditulis	\bar{A} <i>Tansā</i>
3	<i>Kasrah + ya' mati</i> كَرِيم	ditulis ditulis	<i>I</i> <i>Karim</i>
4	<i>Dammah+wawu mati</i> فُرُود	ditulis ditulis	\bar{U} <i>Furūd</i>

VI. Vokal Rangkap

<i>Fathah+ ya' mati</i> بَيْنَكُمْ	ditulis ditulis	<i>Ai</i> <i>Bainakum</i>
<i>Fathah + wawu mati</i> قَوْل	ditulis ditulis	<i>Au</i> <i>Qaul</i>

VII. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>A'antum</i>
أُعِدَّتْ	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لَيْنِ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

VIII. Kata Sandang Alif

a. Bila diikuti huruf Qomariyyah

الْقُرْآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْقِيَّاس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

b. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikuti, serta menghilangkan huruf *l* (el)-nya.

السَّمَاء	Ditulis	<i>As-Samā'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapan.

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>Zawi al-Furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur bagi Allah atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah di Yogyakarta”. Sholawat dan salam semoga dilimpahkan atas Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan seluruh umatnya. Tesis ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., AK., CA., ACPA. selaku Wakil Dekan UIN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. M. Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc. selaku Ketua Prodi Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., AK., CA., ACPA. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis selama menempuh kuliah di program Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Bapak Dr. Ibnu Muhdhir, M.Ag. Dosen Pembimbing Tesis yang telah senantiasa membimbing, memberikan arahan dan masukan dalam menyusun Tesis ini.

7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah ikhlas memberikan ilmu, wawasan serta pengalamannya kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Segenap karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sunan Kalijaga yang telah membantu menyediakan berbagai pelayanan sehingga memudahkan mahasiswa, khususnya penulis, dalam menyelesaikan tugas akhir.
9. Kedua orang tuaku terkasih Bapak Sulaiman dan Al-marhumah Ibu Rosidah, Paman Muhammad H. Muhammad Jais. S.Pd.I beserta istri, Kakak Fajri Kanda, S.Pd.I. M.E. A.K beserta isteri, adik-adik dan keponakanku tersayang, serta seluruh keluarga besar saya yang senantiasa memberikan kasih sayang, suntikan semangat yang luar biasa kepada penulis.
10. Teman-teman seperjuangan Prodi Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2018, terutama Widodo, Amd.Kom. Muhammad Saifidin, S.E. Imam Anandro, S.E Tuti' Nadifa, S.E dan Khairunnisa, S.ST yang penulis banggakan, semoga dilancarkan dan sukses untuk semuanya.
11. Semua pihak yang membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir serta dalam menempuh studi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga semua yang telah diberikan menjadi amal Shaleh dan diberi balasan yang lebih baik oleh Allah SWT, dan semoga Tesis ini bermanfaat bagi penulis khususnya, serta bagi pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 27 Agustus 2020

Yang menyatakan,

Abdul Roni
NIM. 18208011005

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN TESIS	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	7
D. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KERANGKA TEORI	11
A. Landasan Teori	11
B. Bagi Hasil	21
C. Kualitas Pelayanan	27
D. Promosi	31
E. Lokasi	35
F. Pengetahuan	39
G. Persepsi	42

H.	Telaah Pustaka.....	47
I.	Kerangka Berpikir	52
J.	Pengembangan Hipotesis	53
BAB III METODE PENELITIAN		61
A.	Jenis Penelitian	61
B.	Populasi dan Sampel	61
C.	Teknik Pengumpulan Data	63
D.	Definisi Variabel	65
E.	Uji Instrumen.....	68
F.	Teknik Analisa Data	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		74
A.	Deskripsi Data Penelitian	74
B.	Uji Asumsi Klasik	89
C.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	100
BAB V PENUTUP		112
A.	Kesimpulan.....	112
B.	Saran-saran	114
C.	Rekomendasi	114
DAFTAR PUSTAKA		116
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Table 3.1 Skala liker	64
Table 3.2 Klasifikasi TCR	65
Table 3.3 Indikator-Indikator Operasional Variabel.....	66
Table 3.4 Pedoman Koefisien Determinasi.....	73
Tabel 4. 1 Penyebaran Kuesioner Secara Manual dan Google Form.....	74
Tabel 4. 2 Distribusi Penyebaran Kuesioner.....	75
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin.....	76
Tabel 4. 4 Umur	77
Tabel 4. 5 Pendidikan.....	77
Tabel 4. 6 Pekerjaan.....	78
Tabel 4. 7 Pendapatan	79
Tabel 4. 8 Variabel Bagi Hasil.....	80
Tabel 4. 9 Variabel Kualitas Pelayanan	80
Tabel 4. 10 Variabel Promosi.....	81
Tabel 4. 11 Variabel Lokasi	81
Tabel 4. 12 Variabel Pengetahuan	82
Tabel 4. 13 Variabel Persepsi.....	83
Tabel 4. 14 Variabel KMM.....	83
Tabel 4. 15 Variabel Bagi Hasil.....	84
Tabel 4. 16 Variabel Kualitas Pelayanan	85
Tabel 4. 17 Variabel Promosi.....	85
Tabel 4. 18 Variabel Lokasi	86
Tabel 4. 19 Variabel Pengetahuan	86
Tabel 4. 20 Variabel Persepsi.....	87
Tabel 4. 21 KMM.....	87
Tabel 4. 22 Tingkat Reliabilitas	88
Tabel 4. 23 Hasil Uji Reliabilitas	89
Tabel 4. 24 Uji Normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov Test	90
Tabel 4. 25 Uji Multikolinieritas.....	91
Tabel 4. 26 Uji Heteroskedastisitas.....	92
Tabel 4. 27 Uji Analisis Berganda	93
Tabel 4. 28 Uji t (parsial).....	96
Tabel 4. 29 Uji F (simultan).....	99
Tabel 4. 30 Uji Koefisien Determinasi	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bank Syariah di Indonesia Tahun 2008-2019	1
Gambar 1. 2 Market Share	3
Gambar 1. 3 Bank Syariah di Yogyakarta Tahun 2014-2019.....	4
Gambar 1. 4 Data Masyarakat di Yogyakarta Berdasarkan Agama	5
Gambar 2. 1 Tahap Pengambilan Keputusan.....	14
Gambar 2. 2 Proses Pembentukan Persepsi	46
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir	53
Gambar 4. 1 Uji Normalitas.....	90



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner

Lampiran 2. Surat Kuesioner

Lampiran 3. Daftar Kuesioner

Lampiran 4. Link Google Form

Lampiran 5. Tabulasi Data

Lampiran 6. Hasil Pengujian Data Dengan Software Spss

Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup



ABSTRAK

Tesis ini membahas faktor-faktor apa saja yang menjadi rendahnya partisipasi masyarakat muslim di Yogyakarta dalam mengadopsi perbankan syariah. Rendahnya keinginan masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah menjadi catatan penting untuk diteliti, guna mencari solusi agar daya masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah menjadi lebih baik dan meningkat. Subjek penelitian ini adalah masyarakat muslim di Yogyakarta yang tidak menjadi nasabah bank syariah. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode *accidental sampling*, penentuan sampel menggunakan rumus slovin. Instrumen penelitian ini adalah menyebarkan kuesioner kepada masyarakat muslim yang tidak menjadi nasabah bank syariah sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda, kemudian data diolah dengan menggunakan *software* SPSS versi 18. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, hasil regresi linear berganda variabel pengetahuan berpengaruh negatif terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan variabel bagi hasil, kualitas pelayanan, promosi, lokasi dan persepsi tidak berpengaruh negatif terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah. Hal ini bisa terjadi karena banyak masyarakat muslim yang menggunakan rasional dan emosional dalam memutuskan tidak memilih layanan bank syariah. Dimana masyarakat muslim bertindak sesuai pikiran yang sehat dan wajar yang diukur dengan kemudahan, harga, kehandalan, keuntungan, berdasarkan pertimbangan yang objektif seperti harga diri, yang diukur dari status sosial, kebanggaan, kenyamanan dan keamanan.

Kata kunci: *Perilaku Konsumen, Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, Promosi, Lokasi, Pengetahuan dan Persepsi*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This thesis discusses what factors have caused the low participation of the Muslim community in Yogyakarta in adopting Islamic banking. The low desire of the Muslim community to become a customer of Islamic banks is an important note to research, in order to find a solution so that the power of the Muslim community to become a customer of Islamic banks is better and increases. The subject of this research is the Muslim community in Yogyakarta who are not customers of Islamic banks. This research is a quantitative descriptive study. The technique of collecting data using accidental sampling method, the determination of the sample using the Slovin formula. The instrument of this research is to distribute questionnaires to the Muslim community who are not customers of Islamic banks as many as 100 respondents. The data analysis technique uses multiple linear regression, then the data is processed using SPSS version 18 software. The results of this study indicate that the multiple linear regression results of the knowledge variable have a negative effect on the decision of the Muslim community not to become a customer of Islamic banks. Meanwhile, the profit sharing variable, service quality, promotion, location and perception did not have a negative effect on the decision of the Muslim community not to become a customer of Islamic banks. This can happen because many Muslim communities use rational and emotional decisions to not choose Islamic banking services. Where the Muslim community acts according to a healthy and reasonable mind as measured by convenience, price, reliability, profit, based on objective considerations such as self-esteem, which is measured by social status, pride, comfort and security.

Keywords: Consumer Behavior, Profit Sharing, Service Quality, Promotion, Location, Knowledge and Perception

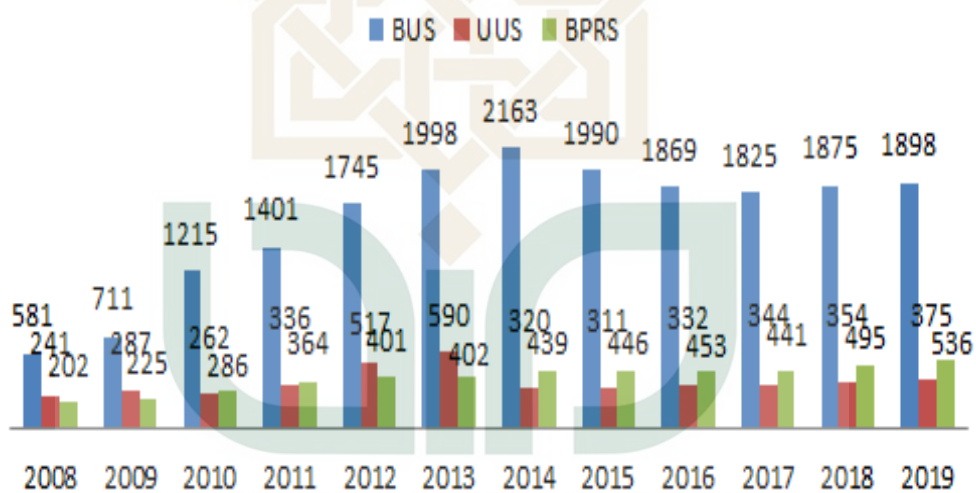
STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Hal ini tidak terlepas dari partisipasi dan antusias masyarakat terhadap perbankan syariah. Pada tahun 2008 Peningkatan perbankan syariah di Indonesia mengalami peningkatan yang positif.



Gambar 1.1 Bank Syariah di Indonesia Tahun 2008-2019

Sumber: OJK 2019

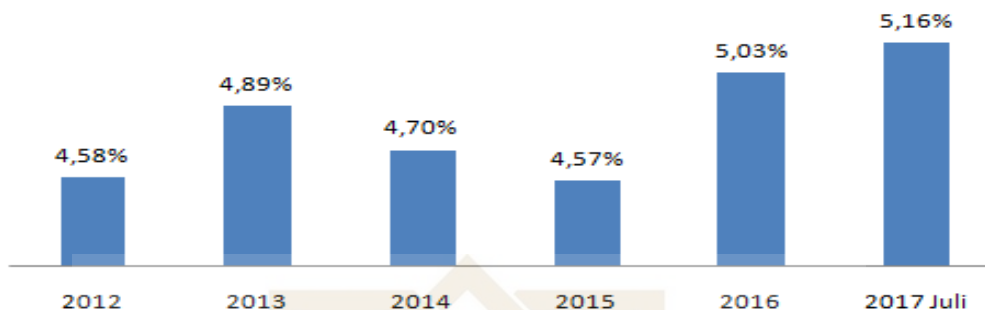
Berdasarkan grafik diatas, bahwa perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, dibuktikan dari jumlah BUS, UUS dan BPRS mengalami perkembangan yang signifikan, namun terjadi penurunan sejak tahun 2015 terdapat perbedaan jumlah jaringan BUS dan UUS. Penurunan ini terjadi Syafrida (2015) mengatakan, rendahnya kontribusi dan peran bank syariah pada pembiayaan yang

disalurkan (PYD) kepada masyarakat, yang diukur minimnya variasi pembiayaan dan keterbatasan jumlah jaringan bank syariah, yang berakibat menurun antusiasme masyarakat terhadap perbankan syariah. Dayyan (2017) memaparkan anggapan dari masyarakat bahwa perbankan syariah tidak terlepas perbedaan dengan perbankan konvensional, yang dinilai perbankan syariah masih mengadopsi prinsip konvensional tidak murni syariah. Menurut Kompasiana rendahnya antusiasme masyarakat terhadap perbankan syariah karena keuntungan yang didapatkan dari perbankan syariah sangat kecil dibandingkan keuntungan yang diperoleh dari bank konvensional.¹ Hal ini bisa berdampak pada pertumbuhan *market share*.

Menurut Dewan Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengatakan bahwa sejak tanggal 1 Januari 2019 di kuartal pertama, perkembangan perbankan syariah stagnan bahkan cenderung menurun, dengan melihat pencapaian *market share* hanya mencapai 6% dari total perbankan nasional². Patmawati (2017) memaparkan bahwa untuk pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia menunjukkan angka yang positif, akan tetapi pertumbuhan *market share* terjadi perlambatan. Dapat dilihat dari grafik *market share*.

¹ Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/riris pangesti/5cefd16195760e293347900b/faktor-dan-solusi-yang-mempengaruhi-rendahnya-minat-masyarakat-terhadap-bank-syariah> di Akses 20 Maret 2020

² DSN, <https://www.alinea.id>, di Akses tanggal 29 Oktober 2019



Gambar 1. 2 Market Share

Sumber: Penelitian Patmawati 2017

Berdasarkan fenomena ketidakstabilan dan fluktuatif jumlah jaringan bank syariah serta *market share* terjadi penurunan partisipasi masyarakat menjadi nasabah bank syariah, karena masyarakat menjadi tolak ukur untuk perkembangan perbankan syariah. Semakin besar angka partisipasi masyarakat dan dana yang disalurkan, maka semakin besar peluang perbankan syariah untuk menjadi lebih baik lagi serta akan berdampak positif pada *market share* dan jumlah aset bank syariah.

Menurut teori Sabri (2010) sikap merupakan suatu kecenderungan untuk mereaksi suatu hal, orang atau benda dengan suka, atau acuh tak acuh. Dengan demikian sikap dapat diartikan suatu kecenderungan masyarakat untuk bertindak dengan cara tertentu berdasarkan atas kemauan individu. Kecenderungan sikap seseorang terhadap suatu hal, orang atau benda bisa tiga kemungkinan yaitu suka, menerima atau tidak senang. Hal ini bisa terjadi karena asumsi dan sikap masyarakat yang negatif terhadap suatu objek.

Menurut kasmir (2012) Keinginan dan keputusan dari nasabah seringkali tidak konsisten dan cenderung berubah-ubah menjadi perhatian perbankan syariah, yaitu berhubungan dengan promosi, produk, dan lokasi.

Berdasarkan penyesuaian variabel dalam penelitian ini adalah bagi hasil, kualitas, pelayanan, promosi, lokasi, pengetahuan dan persepsi. Sementara model keputusan konsumen. (Ananggadipa, 2013) dan menurut Kotler (2000) memiliki kesamaan rangkaian tahapan konsumen mengambil keputusan memperoleh suatu produk yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembeli dan perilaku pasca pembelian. Berdasarkan dari ungkapan teori yang telah dipaparkan bahwa parameter dalam menentukan perkembangan perbankan syariah dipicu oleh daya tarik atau minat konsumen menjadi nasabah bank syariah, semakin tinggi daya minat konsumen menjadi nasabah bank syariah, maka berdampak positif bagi perkembangan perbankan syariah.

Berdasarkan data tentang perkembangan perbankan syariah di Yogyakarta mulai dari 2014-2019 akhir September mengalami fluktuatif dan cenderung menurun, dari jumlah kantor aktivitas operasional perbankan syariah di Yogyakarta.



Gambar 1. 3 Bank Syariah di Yogyakarta Tahun 2014-2019

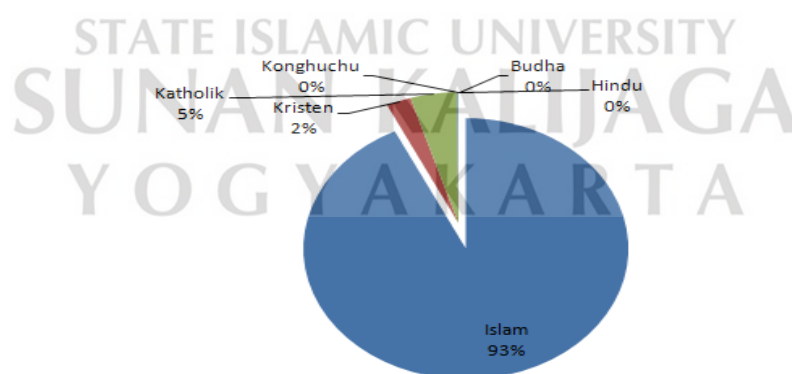
Sumber: Otoritas jasa keuangan Syariah 2019

Ket: KC = Kantor Cabang

KCP = Kantor Cabang Pembantu

KK = Kantor Kas

Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa perkembangan perbankan syariah di Yogyakarta tidak stabil, sebagai acuannya dapat dilihat dari jumlah Kantor Cabang Pembantu (KCP) yang ada di Yogyakarta terjadi fluktuatif dan begitu juga dengan Kantor Kas (KK) di bulan akhir September mengalami penurunan. Sumantri (2014) mengatakan perbankan syariah di Yogyakarta meningkat secara positif, hanya saja *Financing Deposito Ratio* (FDR) sebesar 77,4%. Sedangkan (FDR) di tahun 2019 sebesar 69,47.³ Artinya FDR perbankan syariah di Yogyakarta belum mampu menjaga tingkat kestabilan. Jika dilihat dari data demografi agama Islam di Yogyakarta dengan populasi 3.382.421 jiwa Islam.⁴ Dengan Populasi muslim di Yogyakarta sebesar 93%, bank syariah memiliki potensi untuk meningkatkan perkembangan perbankan syariah jauh lebih baik lagi.



Gambar 1. 4 Data Masyarakat di Yogyakarta Berdasarkan Agama

³ OJK. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Juni-2019/Snapshot%20Perbankan%20Syariah%20Juni%202019.pdf> diAkses tanggal 20 Juli 2020

⁴ <https://kependudukan.jogjaprov.go.id> di akses 14 Desember 2019

Sapta Nirwandar mengatakan, pemahaman dan kesadaran masyarakat yang masih kurang memahami, cuek terhadap perbankan syariah yang membuat perkembangannya menjadi lambat.⁵ Ungkapan Sapta dikuatkan Sirat (2010) faktor yang menyebabkan masyarakat muslim belum berhubungan dan berinteraksi dengan perbankan syariah, karena tingkat pengetahuan dan pemahaman tentang perbankan syariah yang masih rendah. Salah satu rendahnya minat masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah karena varian produk Ahifni (2019) harga dan produk menjadi daya tarik sendiri untuk meningkatkan minat menjadi nasabah perbankan syariah.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah dipaparkan, terjadi ketidakstabilan perkembangan perbankan syariah di Yogyakarta dikarenakan rendahnya keinginan dan partisipasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah, faktor yang mempengaruhi masyarakat rendahnya keinginan terhadap perbankan syariah berdasarkan rasional dan emosional, karena dinilai belum mampu memenuhi kebutuhan dari calon nasabah, sehingga tingkat kepercayaan calon nasabah menjadi menurun terhadap perbankan syariah. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti dan mencari informasi faktor apa saja yang menyebabkan perlambatan perkembangan perbankan syariah di Yogyakarta. Peneliti akan melakukan penelitian, dengan mengangkat judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta”**

⁵ <https://www.krjogja.com/ekonomi/keuangan/ini-dia-penghambat-perkembangan-bank-syariah-indonesia/> di akses 22 Juli 2020

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah, maka perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Bagi Hasil Berpengaruh Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta?
2. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta?
3. Apakah Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta?
4. Apakah Lokasi Berpengaruh Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta?
5. Apakah Pengetahuan Berpengaruh Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta?
6. Apakah Persepsi Berpengaruh Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta

3. Untuk Mengetahui Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta
5. Untuk Mengetahui Pengaruh Pengetahuan Terhadap Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta
6. Untuk Mengetahui Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta

Adapun manfaat dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat bagi peneliti sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktisi

- a. Bagi penulis

Dengan adanya penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah, penulis bisa menambah ilmu pengetahuan berkaitan dengan faktor penting serta alasan masyarakat tidak menjadi nasabah bank syariah.

b. Bagi akademisi

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi dunia akademis sebagai acuan serta referensi dalam mengembangkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah.

c. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi parameter bagi lembaga keuangan syariah dalam mengambil kebijakan dan keputusan serta mampu untuk meningkatkan kualitas-kualitas yang ada di lembaga keuangan syariah.

D. Sistematika Pembahasan

Tesis ini terdiri dari lima bab, dari tiap-tiap bab terdapat sub bab. Uraian masing sub bab akan dijelaskan sebagai berikut:

Bab pertama yang berisi pendahuluan sebagai pengantar dan menjadi dasar proses penelitian. Pada bagian bab ini terdapat tiga sub bab. Pertama, latar belakang masalah yang mendasari penelitian dilakukan. Kedua, rumusan masalah yang dituangkan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan yang harus dipecahkan dan diungkapkan dalam penelitian. Ketiga, tujuan dan manfaat penelitian yang diberikan kepada pihak terkait akademisi maupun praktisi. Kemudian dilanjutkan sistematika pembahasan.

Bab kedua, landasan teori dan pengembangan hipotesis. Pada bab ini, peneliti menggunakan teori perilaku konsumen, bagi hasil, kualitas

pelayanan, promosi, lokasi, pengetahuan dan persepsi serta menggunakan teori yang relevan. Kemudian kerangka berfikir dan hipotesis.

Bab ketiga, metodologi penelitian. Pada bab ini yang berisi metode penelitian, pendekatan penelitian, populasi dan sampel dalam penelitian, teknik pengumpulan data, definisi variabel, dan teknik analisis yang digunakan.

Bab keempat, hasil dan pembahasan. Pada bagian ini berisi deskripsi data penelitian, yang menggambarkan hasil dari data primer yang telah dikumpulkan. Pengujian data-data primer yang telah dikumpulkan untuk melalui beberapa pengujian. Pada bab ini, menganalisis hasil dari pengujian yang telah dilakukan.

Bab kelima, penutup yang berisi kesimpulan, rekomendasi dan saran-saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) bahwa variabel bagi hasil nilai p-value $0,341 > 0,05$ tidak signifikan dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel} (-0,958 < 1,985)$ maka dapat disimpulkan variabel bagi hasil tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah. Hasil ini menunjukkan bahwa esensi dari bagi hasil yang ditawarkan bank syariah menguntungkan bagi nasabah, bagi hasil bukan faktor masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) bahwa variabel kualitas pelayanan nilai p-value $0,283 > 0,05$ tidak signifikan dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel} 1,079 < 1,985$ maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dinilai setiap lembaga keuangan syariah sudah menerapkan kualitas yang terbaik dan sesuai dengan standar operasional.
3. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) bahwa variabel promosi nilai p-value $0,340 > 0,05$ tidak signifikan dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel} -0,960 < 1,985$ maka dapat disimpulkan variabel promosi tidak berpengaruh terhadap

keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa lembaga keuangan syariah sudah menerapkan promosi seperti layaknya bank umum dan lembaga keuangan lainnya.

4. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) bahwa variabel lokasi nilai p-value $0,040 < 0,05$ signifikan dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel} 2,084 > 1,985$) maka dapat disimpulkan variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi perbankan syariah dinilai kurang strategis sehingga masyarakat enggan untuk menjadi nasabah bank syariah.
5. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) bahwa variabel pengetahuan nilai p-value $0,007 < 0,05$ signifikan dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel} -2,773 > 1,985$) maka dapat disimpulkan variabel pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat dianggap kurang memahami dan mengetahui tentang perbankan syariah sehingga masyarakat memilih tidak menjadi nasabah bank syariah.
6. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) bahwa variabel persepsi nilai p-value $0,007 < 0,05$ signifikan dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel} 2,778 > 1,985$) maka dapat disimpulkan variabel persepsi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah. Hal ini menunjukkan persepsi negatif masyarakat terhadap perbankan syariah tergolong tinggi, sehingga timbul rasa ketidakpercayaan masyarakat muslim terhadap perbankan syariah.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan diatas, ada beberapa variabel yang mempengaruhi faktor-faktor masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah di Yogyakarta. Penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya hendaklah mengklasterkan jumlah sampel per wilayah supaya generalisasi jawaban responden dapat mewakili dan objektif sehingga akurasi hasil penelitiannya lebih baik lagi dan tidak bias sesuai dengan harapan peneliti.
2. Peneliti selanjutnya ada baiknya mengembangkan variabel-variabel yang akan diteliti, supaya hasil dari kesimpulan lebih baik lagi dengan menambahkan variabel produk yang ditawarkan, layanan internet banking, layanan mesin ATM dan sebagainya.
3. Berhubungan saat ini banyak kalangan non muslim yang menabung di bank syariah ada baiknya peneliti selanjutnya meneliti tentang hal tersebut.

C. Rekomendasi

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka peneliti merekomendasikan bagi lembaga bagi lembaga keuangan bank syariah di Yogyakarta sebagai berikut:

1. Hendaknya para stakeholder lembaga keuangan perbankan syariah menambahkan jaringan layanan untuk kemudahan bagi masyarakat berinteraksi dengan bank syariah.

2. Hendaknya sosialisasi dengan masyarakat tentang produk-produk dan pelayanan dilakukan secara kontinyu dan bekerja sama dengan lembaga pendidikan seperti pesantren, kampus-kampus supaya pemahaman tentang perbankan syariah benar-benar dapat dipahami dengan baik dan dapat diterima di semua kalangan masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- A.Alhifni, dan Reni. 2019. Faktor-faktor Penyebab Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Syarikah*. Vol. 5, No.1. Hal. 60-72.
- A.karim, Adi. 2007. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.
- Abhimantara, Ananggadipa Dkk. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memilih Menabung di Bank Syariah. *Proceeding PESAT Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil*. Bandung. Vol. 5, No. 1. Hal. 170-177
- Achmad, Herry Buchory dan Djaslim Saladin. 2006. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*. Bandung:Linda Karya.
- Akhtar, Naeem. 2016. Factors Influencing The Perception Of Customers In Islamic Banking: A Case Study in Pakistan. *Journal.International Review Of Management and Business Research*. Vol. 5, No. 3. Hal. 844-859
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung Alfabeta.
- Al-Mahdi, Abdurr-Razaq. 1421. *Tafsir Al-Qurtubi. Al-Jami' Qur'an, Dar Al-Kitab Al-Arabi*. Cetak 2. Vol 6
- Anwar, Prabu Mangkunegara. 2003. *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung:Refika Aditama.
- Arikonto, Suharsimi. 2016. *Manajemen Penelitian*. Jakarta:Rineka Cipta.
- Astuty, Sri Ratnasari Manggu dan Dalif. 2018. Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Bank Syariah di Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat. *IDEAS*, Vol.4, No.1. Hal. 1-8.
- Athony, Paulo Mariadas dan Uma Murty. 2017. Factors Influencing the Adoption of Islamic Banking in Malaysia. *International Journal of Business and Management* Vol. 12, No. 11. Hal. 187-193
- Ayif, Fathurrahman dan Umi Azizah Analisis. 2018. Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah. *Journal of Islamic Economics Finance and Banking*. Vol.1, No.1 Hal. 99-121.
- Ayub, Muhammasd. 2009. *Understanding Islamic Finance*. Jakarta:PT.Gramedia

- Aziz, Abdul Abdullah. 2012. Perception Of Non-Muslims Customers Towards Islamic Banks in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 3, No. 11. Hal. 151-163
- Azwar, Saifuddin. 1988. *Sikap Manusia dan Pengukurannya*. Yogyakarta:Liberty
- Bader, Mustafa Al-Sharif. 2017. The Effect of Promotion Strategy in the Jordanian Islamic Banks on a Number of Customers. *International Journal of economics and Finance*. Vol. 9, No. 2. Hal. 81-88
- Bananuka, Juma Dkk. 2019. Determinants Of The Intention to Adopt Islamic Banking in A Non-Islamic Developing Country The case of Uganda. *International Journal of Islamic Finance*. Vol. 10, Hal. 166-186
- Basu, Swastha. 2000. *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta:Liberty.
- Bilson, Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Bilson, Simamora. 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta:Kencana. Edisi 1. Cet 3.
- Busu, Swastha dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta:Liberty. Edisi 2.
- Chiliya, Norman. 2016. The Factors Affecting Customers' Decisions to Adopt Islamic Banking. University Of The Witwatersrand. *International Business*. Vol. 11, No. 4. Hal. 144-151
- Damayanti, Rita 2000. *Dasar-dasar. Psikologi*. Jakarta:FKM UI.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta:CAPS. Cetak 1.
- Dayyan, Muhammad dkk. 2017. Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah IAIN Langsa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*. Vol. 1, No. 1. Hal. 1-19
- Desiana, Dewi Susilowati dan Nегina Kencono Putri. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan

Syariah Di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmu Akuntansi* Vol. 11, No.1. Hal. 23-34.

DSN, <https://www.alinea.id>, diAkses tanggal 29 Oktober 2019

Engel, James F dan Roger D Black Well. 2001. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binapura Angkasa. Jilid I. Edisi keenam.

Ghafoor, Abdul Awan & Maliha Azhar. 2014. Consumer Behaviour Towards Islamic Banking in Pakistan *Journal of Accounting Auditing and Finance Research*.Vol. 2, No. 9. Hal. 42-65

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program IBM SPSS 19*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Edisi Keempat.

Gibson. 2000. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta:Andi.

Hadi, Abdul Sirat. 2010. Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Kota Makassar. *Jurnal A-Qur'an*. Vol. 16, No. 26 Hal.153-160.

Hafiz, Abdul Dasuqi. 1990. *Departemen Agama RI, AL-Qur'an dan Terjemah*, Jakarta.

Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta:Gava Media.

Hasan, Ali. 2003. *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*. Jakarta:Raja Grafindo Persada.

<https://www.krjogja.com/ekonomi/keuangan/ini-dia-penghambat-perkembangan-bank-syariah-indonesia/> di akses 22 Juli 2020

<https://kependudukan.jogjaprov.go.id> di akses 14 Desember 2019

<https://www.krjogja.com/ekonomi/keuangan/ini-dia-penghambat-perkembangan-bank-syariah-indonesia/> di akses 22 Juli 2020

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Juni-2019/Snapshot%20Perbankan%20Syariah%20Juni%202019.pdf> diakses 22 juli 2020

Indrianto, Nur dan Bambang Supomo. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis: untuk Akuntansi & Manajemen*.Yogyakarta:BEPE. Edisi 1. Cet 7.

Jumingan. 2011. *Studi kelayakan Bisnis:Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan*. Jakarta:Bumi. Aksara. Edisi 1. Cet 2.

- Junaidi. 2015. Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah Kota Palopo. *Fokus Bisnis*. Vol. 14, No. 2. Hal.1-13
- Karim, Warman. 2004. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta:Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, 2014. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta:PT. Rajagrafindo. Cetakan Ketujuh. Edisi Pertama.
- Kasmir. 2003. *Manajemen Perbankan*. Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. Jakarta:Kencana.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Kompasiana. [https:// www. kompasiana. com/ ririspangesti /5cefd16195760e293347900b/ faktor – dan – solusi - yang-mempengaruhi-rendahnya-minat-masyarakat-terhadap-bank-syariah](https://www.kompasiana.com/ririspangesti/5cefd16195760e293347900b/faktor-dan-solusi-yang-mempengaruhi-rendahnya-minat-masyarakat-terhadap-bank-syariah) di Akses 20 Maret 2020
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan. Implementasi dan Pengendalian (terjemah Jaka Wasana)* Jakarta:Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran* Jakarta:PT. Prenhalindo. Edisi Millenium 1.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Jakarta:Salemba Empat.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta:(UUP) AMP YKNP.
- Mukhamad, Najib. 2009. Jurnal analisis konsumen berpindah merek (brad switcher) pada bank syariah dan bank konvensional di bogor. *Tazkia Islamic finance and business*. Vol. 4, No.1. Hal. 1-25
- Nitinusan, Mulyadi. 2011. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung:Alfabeta.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2013. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung:Alfabeta.
- Nugroho, Mahfud Muzakar Isa dan Imronudin. 2019. Analisis Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Layanan Perbankan Syariah. *Econ Bank. Journal of Economics and Banking*. Vol. 1, No. 2. Hal. 88-96

- Nur, Aksin. 2013. *Perbandingan Sistem Bagi Hasil Dan Bunga Di Bank Umum Indonesia Dan Cimb Niaga*, *Journal Of economics and policy*. Semarang No 6. Vol 2. Hal. 112-125
- Obeid, Hassan Dkk. 2016. Empirical Investigation into Customer Adoption of Islamic Banking Services In Tunisia. *Journal of Applied Business Research*. Vol. 32, No. 4. Hal. 1243-1256
- Patmawati, Rani. 2017. *Pengaruh Financing To Deposit, Non Performing Financing, dan Return On Assets terhadap Net Operating Margin Pada Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2014-2017*. Hal. 5
- Rahmawaty, Anita. 2014. Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang. *Addin*. Vol.8, No1. Hal. 1-28
- Restiyanti, Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihwalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:Andi.
- Rianto, Nur Al-Arif. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung:Alfabeta.
- Ridwan 2010. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rif'ad, Erik hendra Putra dan Ade Sofyan Mulazid. 2018. Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung di PT Panin Dubai Syariah Bank. *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol.3. No.1. Hal. 1-17
- Sabri, M. Alisuf. 2010. *Psikologi Pendidikan Berdasarkan Kurikulum Nasional*. Jakarta:Pedoman Ilmu Raya.
- Saifurriza, Ahmad Effasa dan Furi Asyfiyatl Ain. 2019. Faktor-Faktor yang mempengaruhi rendahnya minat Pedagang Muslim dalam menggunakan jasa bank syariah mandiri KC Sumberrejo Bojonegoro. *Gema Ekonomi Jurnal Fakultas Ekonomi*. Vol.8. No. 1.Hal. 42-53
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta:Salemba 4. Edisi 6. Buku 2.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta:Salemba 4. Edisi 6. Buku 1.

- Selvanathan, Mahiswaran. 2018.. An Exploratory Study on Customers' Selection in Choosing Islamic. *International Business. University Malaysia*. Vol. 11, No. 5. Hal. 42-49
- Sound, Nahifa dan Ozlem Sayilir. 2017. Perceptions of Islamic Banking Among Muslim and Non-Muslim Citizens in Tanzania. *PESA. International Journal of Islamic Economics and Finances Studies*. Vol. 3, No. 3. Hal. 15-29
- Sudarsono, 2002. *Heri.Konsep Ekonomi Islam*. Yogyakarta:Ekonisia.
- Sudarsono. 2002. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Jakarta:PT.Prenhallindo.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sumantri, Bagja. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi. UNY*. Vol. 10, No. 2. Hal. 141-147
- Sunarto, dan Ridwan. 2012. *Pengantar Statistika Untuk penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi. Ekonomi dan Bisnis*. Bandung:Alfabeta.
- Sutanto, Herry dan Khaerul Umam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung:Pustaka Setia. Cet 1.
- Sutojo, Siswanto. 2003. *Manajemen Pemasaran Untuk Eksekutif Non Pemasaran*. Jakarta:Damar Mulia Pustaka.
- Syafrida, Ida dan Indianik Aminah. 2015. Faktor Perlambatan Pertumbuhan Bank Syariah di Indonesia dan Upaya Penanganannya. *Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 14, No. 1. Hal. 7-20
- Tara, Nain Dkk. 2014. Factors Influencing Adoption of Islamic Banking: A Study From Pakistan. *Macrothink Institute. Journal of Public Administration and Governance*. Vol. 4, No. 3. Hal. 352-367
- Tesis: Retno, Ayu Sari. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah*.
- Tesis Nugroho, Mahfud. 2019. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Layanan di Bank Syariah*.

- Tesis Sabani, Akbar. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Pada Bank Syariah di Kota Palopo*.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta:Andi. Edisi 3.
- Tri, Wahyudi Setyo. 2017. *Statistik Ekonomi*. Malang:Tim UB Press.
- Tyas, Fithri dan Irfan Syauqi Beik. 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non-Muslim Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di Jakarta. *Jurnal Al-Muzara'ah*. Vol. 2, No. 1. Hal. 75-95
- Walgito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta:Andi