

**“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT  
MUSLIM DI YOGYAKARTA MENJADI NASABAH BANK SYARIAH  
INDONESIA”**



**UIN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi Islam**

**OLEH:**

**AJI PRASETYO  
14820056**

**Dosen Pembimbing Skripsi :**

**ALEX FAHRUR RIZA, SE., M.Sc.**

**19900412 000000 1 301**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

**“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT  
MUSLIM DI YOGYAKARTA MENJADI NASABAH BANK SYARIAH  
INDONESIA”**



**UIN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi Islam**

**OLEH:**

**AJI PRASETYO  
14820056**

**Dosen Pembimbing Skripsi :**

**ALEX FAHRUR RIZA, SE., M.Sc.**

**19900412 000000 1 301**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

**YOGYAKARTA**

**2022**



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-204/Un.02/DEB/PP.00.9/01/2022

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

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AJI PRASETYO  
Nomor Induk Mahasiswa : 14820056  
Telah diujikan pada : Senin, 24 Januari 2022  
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.  
SIGNED

Valid ID: 61f385d29b790



Penguji I  
Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M.  
SIGNED

Valid ID: 61f3b1a003e18



Penguji II  
Farid Hidayat, S.H., M.S.I.  
SIGNED

Valid ID: 61f23b5439a24



Yogyakarta, 24 Januari 2022  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 61f3f12fab378



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

---

---

**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Kepada:  
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum wr.wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Aji Prasetyo  
NIM : 14820056  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Di Yogyakarta Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

Dengan ini saya mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 19 Januari 2022

Pembimbing,

  
Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.

NIP 19900412 000000 1 301

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aji Prasetyo  
NIM : 14820056  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Di Yogyakarta Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 19 Januari 2022

Yang menyatakan,



Aji Prasetyo  
NIM 14820056

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

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

Nama : Aji Prasetyo  
NIM : 14820056  
Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

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

**“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Di Yogyakarta Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), dan mempublikasikan tuga sakhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada tanggal : 19 Januari 2022

Yang menyatakan



Aji Prasetyo

NIM 14820056

## **MOTTO**

**Sawiji, Greget, Sengguh, Ora Mingkuh**  
**(Kosentrasi, Semangat, Percaya diri dan Pantang Mundur)**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, saudara, dan kawan-kawan saya yang selalu peduli dan menanyakan perkembangan skripsi ini.



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 <sup>ʿ</sup>	<i>B</i>	-
ت	Tā	<i>T</i>	-
ث	Sta		st (dengan titik diatas)
ج	Jīm	<i>J</i>	-
ح	Hā <sup>ʿ</sup>	<i>h</i>	h (dengan titik dibawah)
خ	KHā <sup>ʿ</sup>	<i>Kh</i>	-
د	Dāl	<i>D</i>	-
ذ	dZāl	<i>Dz</i>	-
ر	Rā <sup>ʿ</sup>	<i>R</i>	-
ز	Zā <sup>ʿ</sup>	<i>Z</i>	-

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
س	Sīn	<i>S</i>	-
ش	Syīn	<i>Sy</i>	-
ص	Sād	<i>Sh</i>	s (dengan huruf h)
ض	Dhād	<i>dh</i>	dh (dengan huruf h)
ط	Thā''	<i>th</i>	t (dengan huruf h)
ظ	Zhā	<i>zh</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

مَدَد عَم	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
مَدَع	Ditulis	<i>'iddah</i>

## III. Ta' Marbūṭah di akhir kata

a. Bila dimatikan tulis *h*

حِكْمَة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جِزْيَة	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*.

وَنِيَاءِ لَكْرَامَةِ ا	Ditulis	<i>Karāmah-al-auliyā'</i>
-------------------------	---------	---------------------------

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

زَكَاةٌ اِنْ فِطْر	Ditulis	<i>Zakāta-al-fitr</i>
--------------------	---------	-----------------------

#### IV. Vokal Pendek

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

#### V. Vokal Panjang

1	<i>Fathah + alif</i> هه اج ديه	ditulis ditulis	<i>Ā</i> <i>Jāhiliyah</i>
2	<i>Fathah + ya' mati</i> يسن ئ ت	ditulis ditulis	<i>Ā</i> <i>Tansā</i>
3	<i>Kasrah + ya' mati</i> ميرك	ditulis ditulis	<i>I</i> <i>Karim</i>
4	<i>Dammah + wawu mati</i> فرود	ditulis ditulis	<i>Ū</i> <i>Furūd</i>

#### VI. Vokal Rangkap

<i>Fathah + ya' mati</i> م ك ني	ditulis ditulis	<i>Ai</i> <i>Bainakum</i>
<i>Fathah + wawu mati</i> لوق	ditulis ditulis	<i>Au</i> <i>Qaul</i>

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

م ك ت و	Ditulis	<i>A'antum</i>
د ع ك	Ditulis	<i>U'iddat</i>
م ك ت ر ك ه ي ن	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

### VIII. Kata Sandang Alif

a. Bila diikuti huruf Qomariyyah

نَارٌ كُفِّنَ أ	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
شَائِقِنَ أ	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

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

عَامٌ سَنَ أ	Ditulis	<i>As-Samā'</i>
صَمٌّ شَنَا	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat Ditulis menurut bunyi atau pengucapan.

ذَٰ ضُورِكُ كُفِّنَ أ بُو	Ditulis	<i>Zawi al-Furūd</i>
قَسُّ نَا مَكْ هَ أ	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 Skripsi dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim di Yogyakarta menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia”. Sholawat dan salam semoga dilimpahkan atas Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan seluruh umatnya. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penyusunan skripsi 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. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi., MM., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Alex Fahrur Riza, SE, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan kritik juga saran serta takhenti-hentinya memberikan motivasi dan selalu mengingatkan saya.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah ikhlas memberikan ilmu, wawasan serta pengalamannya kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. 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.
7. Kedua orang tua saya Bapak Sugiyono dan Ibu Sutiyah serta adik tercinta saya Desvita Rahmawati, yang senantiasa memberikan kasih sayang, suntikan semangat yang luar biasa kepada penulis.

8. Seluruh kawan-kawan saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu mensupport dan mengingatkan tentang studi saya.
9. 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, 19 Januari 2022

Yang menyatakan,



**Aji Prasetyo**

**NIM. 14820056**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	vii
SURAT PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	vxii
DAFTAR TABEL.....	xviii
ABSTRAK.....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Sistematika Pembahasan.....	7
<b>BAB II KERANGKA TEORI.....</b>	<b>9</b>
A. Landasan Teori.....	9
1. Perilaku Konsumen.....	9
2. Bagi Hasil.....	12
3. Kualitas Pelayanan.....	16
4. Promosi.....	19
5. Lokasi.....	23
6. Pengetahuan.....	27
7. Persepsi.....	30
B. Telaah Pustaka.....	34
C. Kerangka Berpikir.....	39
D. Pengembangan Hipotesis.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
A. Jenis Penelitian.....	46



B. Populasi dan Sampel.....	46
C. Teknik Pengumpulan Data.....	47
D. Definisi Variabel.....	50
E. Uji Instrumen.....	54
F. Teknik Analisa Data.....	55
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
A. Deskripsi Data Penelitian.....	59
B. Uji Asumsi Klasik dan Regresi Linier Berganda.....	76
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>92</b>
A. Kesimpulan.....	92
B. saran.....	93
C. Implikasi Kebijakan.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>102</b>



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
 YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Bank Syariah di Yogyakarta Tahun 2014-2019.....	1
Gambar 1. 2. Data Masyarakat di Yogyakarta Berdasarkan Agama .....	2
Gambar 2. 1. Tahap Pengambilan Keputusan .....	11
Gambar 2. 2. Proses Pembentukan Persepsi .....	33
Gambar 2. 3. Kerangka Berpikir.....	39
Gambar 4.1 Uji Normal P-P Plot.....	77



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Skala Likert.....	49
Tabel 3.2. Klasifikasi TCR.....	49
Tabel 3.3 Indikator-indikator Operasional Variabel.....	50
Tabel 3.4. Pedoman Koefisien Determinasi.....	58
Tabel 4.1. Penyebab Kuesioner Melalui Google Form.....	59
Tabel 4.2. Distribusi Penyebaran Kuesioner.....	60
Tabel 4.3. Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.4. Umur.....	60
Tabel 4.5. Pendidikan.....	62
Tabel 4.6. Pekerjaan.....	63
Tabel 4.7. Pendapatan.....	64
Tabel 4.8. Variabel Bagi Hasil.....	64
Tabel 4.9. Variabel Kualitas Pelayanan.....	65
Tabel 4.10. Variabel Promosi.....	66
Tabel 4.11. Variabel Lokasi.....	67
Tabel 4.12. Variabel Pengetahui Konsumen.....	68
Tabel 4.13. Variabel Persepsi.....	68
Tabel 4.14. Variabel Keputusan Konsumen.....	69
Tabel 4.15. Variabel Bagi Hasil.....	70
Tabel 4.16. Variabel Kualitas Pelayanan.....	71
Tabel 4.17. Variabel Promosi.....	72
Tabel 4.18. Variabel Lokasi.....	72
Tabel 4.19. Variabel Pengetahuan Konsumen.....	73
Tabel 4.20. Variabel Persepsi.....	74
Tabel 4.21. Variabel Keputusan Konsumen.....	74
Tabel 4.22. Tingkat Realiabilitas.....	75
Tabel 4.23. Hasil Uji Realiabilitas.....	76
Tabel 4.24. Uji Normalitas.....	77
Tabel 4.25. Uji Multikoliniertias.....	78
Tabel 4.26. Uji Heteroskedastisitas.....	79
Tabel 4.27. Uji Analisis Regresi Berganda.....	80
Tabel 4.28. Uji T (parsial).....	82
Tabel 4.29. Uji F (Simultan).....	84

Tabel 4.30. Uji Koefisien Determinasi.....85



## ABSTRAK

Penelitian ini membahas faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat masyarakat muslim di Yogyakarta untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Ketidakstabilan perbankan syariah di Yogyakarta dikarenakan rendahnya keinginan dan partisipasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah. Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim di Yogyakarta yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik purposive sampling, penentuan sampling menggunakan rumus slovin. Instrumen penelitian ini adalah menyebarkan kuisioner kepada masyarakat muslim yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda, kemudian diolah menggunakan software SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang digunakan yaitu variabel bagi hasil, kualitas pelayanan, promosi, lokasi dan pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat muslim di Yogyakarta, sedangkan variabel persepsi tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat muslim di Yogyakarta.

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

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dari data kementerian keuangan Republik Indonesia tahun 2021 tepatnya pada bulan Februari tiga bank syariah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) resmi melakukan merger yaitu Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, dan BNI Syariah (<https://www.kemenkeu.go.id>). Ketiga Bank tersebut sekarang menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Kebijakan merger tersebut selaras dengan Masterplan Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia (MEKSI) 2019-2024.

Bergabungnya tiga bank syariah milik negara yaitu Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, Bank BNI syariah menjadi Bank Syariah Indonesia memiliki visi “*Top 10 Global Islamic Bank*”, serta visi “Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia, Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham, menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia” diharapkan menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

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.

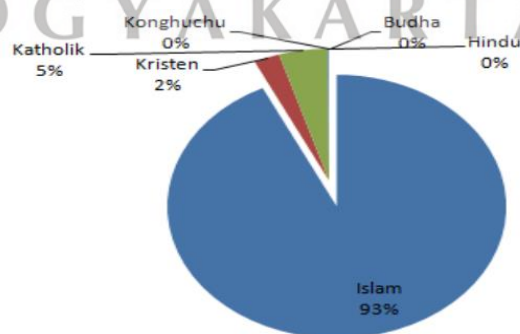


**Gambar 1. 1. Bank Syariah di Yogyakarta Tahun 2014-2019**  
Sumber: Otoritas jasa keuangan Syariah 2019

Dari data yang disajikan oleh OJK pada bulan Juli 2021 PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk memiliki Kantor Pusat Operasional sebanyak 273 kantor, Kantor Cabang Pembantu sebanyak 996 unit, serta kantor kas sebanyak 73 kantor yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Namun bank syariah Indonesia di Daerah istimewa Yogyakarta terdapat 30 kantor BSI, yang terdiri dari 3 kantor cabang, 24 kantor cabang pembantu dan 3 kantor kas.

Dalam data [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) per bulan Juni tahun 2019 market share perbankan syariah sebesar 5.95%. Sedangkan market share perbankan syariah per bulan Desember 2020 naik sebesar 6.51%. Dan untuk tahun 2021 sendiri data market share perbankan syariah per bulan Juli mencapai angka sebesar 6.59%. 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. Ketidakstabilan ini ada perubahan perilaku yang terjadi di masyarakat seperti perubahan sikap. Menurut kasmir (2012) keinginan dan keputusan dari nasabah seringkali tidak konsisten dan cenderung berubah-ubah cenderung menjadi perhatian perbankan syariah, yaitu berhubungan dengan faktor promosi, produk, dan lokasi.

Sedangkan data persentase penduduk beragama provinsi Yogyakarta dapat dilihat sebagai berikut :



**Gambar 1. 2. Data Masyarakat di Yogyakarta Berdasarkan Agama**  
**Gambar 1. 3. Data Masyarakat di Yogyakarta Berdasarkan Agama**

Data diatas menunjukkan sangat dominanya pemeluk agama Islam di provinsi Yogyakarta dari segi jumlah kependudukan.<sup>1</sup> 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. Sedangkan 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.

Sapta Nirwandar mengatakan, pemahaman dan kesadaran masyarakat yang masih kurang memahami, cuek terhadap perbankan syariah yang membuat perkembangannya menjadi lambat.<sup>2</sup> 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. Menurut Ahifni (2019) Salah satu rendahnya minat masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah karena varian produk dan harga menjadi daya tarik sendiri untuk meningkatkan minat menjadi nasabah perbankan syariah.

---

<sup>1</sup> <https://kependudukan.jogjaprovo.go.id> di akses 14 oktober 2021

<sup>2</sup> <https://www.krjogja.com/ekonomi/keuangan/ini-dia-penghambat-perkembangan-bank-syariah-indonesia/> di akses 14 oktober 2021



Kemudian apabila dilihat dari aspek penelitian-penelitian terdahulu ditemukan bahwa studi tentang pengambilan keputusan menjadi nasabah bank syariah telah banyak dilakukan. Peneliti yang pernah melakukan studi tentang pengambilan keputusan menjadi nasabah bank syariah diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2017), Fijriah (2021) Sumarsih & Wijayatie (2021), Daulay (2014), Azis (2019), Fitriana (2020), Qomariah (2011), Anggriani (2019) dan juga penelitian yang dilakukan oleh Arifin & Khotimah (2014). Kebanyakan penelitian tersebut melakukan penelitian tentang minat dengan menggunakan pendekatan marketing mix dan juga variabel yang digunakan hanya terbatas sedangkan pengujian yang dilakukan hanya sebatas uji secara parsial saja. Kalau dilihat dari pengembangan hipotesis dan regresi yang digunakan pada penelitian-penelitian terdahulu umumnya bervariasi. Penelitian ini akan menggunakan analisis regresi berganda dengan pendekatan teori keperilakuan dan akan mencantumkan uji secara simultan juga. Hal ini dilakukan untuk melengkapi atau meneruskan penelitian-penelitian terdahulu yang penulis jadikan rujukan pustaka dalam penelitian ini. Penjelasan rinci hasil-hasil penelitian terdahulu akan diuraikan pada bab II tentang telaah pustaka.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah dipaparkan, terjadi ketidakstabilan perbankan syariah di Yogyakarta dikarenakan rendahnya keinginan dan partisipasi masyarakat muslim 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 DI YOGYAKARTA MENJADI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA”**

## **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 Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta?
2. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta?
3. Apakah Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta?
4. Apakah Lokasi Berpengaruh Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta?
5. Apakah Pengetahuan Berpengaruh Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta?
6. Apakah Persepsi Berpengaruh Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta?
7. Apakah Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, Promosi, Lokasi, Pengetahuan, Persepsi Secara Bersama-sama (Simultan) Berpengaruh Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim 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 Bagi Hasil Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta

2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta
5. Untuk Mengetahui Pengaruh Pengetahuan Terhadap Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta
6. Untuk Mengetahui Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Yogyakarta
7. Untuk mengetahui Pengaruh Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, Promosi, Lokasi, Pengetahuan dan Persepsi secara bersama sama (simultan) Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim 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**

Bab I, bab ini merupakan pendahuluan yang juga merupakan salah satu bagian dari yang disusun sebagai langkah awal menentukan latar belakang merumuskan masalah dan tujuan yang ada dalam penelitian ini. Dalam bab ini peneliti juga menerangkan kegunaan dan manfaat yang penulis harapkan sehingga dapat memberikan manfaat bagi dunia akademis ataupun non akademis.

Bab II, terdiri dari landasan teori disertai dengan telaah pustaka yang berkaitan dengan penelitian dan teori yang sekiranya relevan dengan penelitian dan mencakup hasil penelitian sebelumnya. Landasan teori dan telaah pustaka yang dilakukan menjadi dasar pembaharuan dari penelitian ini, setelah itu dibentuklah pengembangan hipotesis penelitian.

Bab III metodologi, penelitian ini digunakan untuk mengetahui hasil dan hubungan dari variabel independen dan variabel dependen yang meliputi jenis dan sifat penelitian, populasi dan penentuan sampel, jenis data dan pengumpulan data definisi operasional variabel, operasional variabel penelitian serta metode analisis data.

Bab IV, mengemukakan hasil penelitian yang berupa pembahasan terhadap analisis deskriptif dari data yang telah diperoleh dan diolah sebelumnya beserta analisis hubungan antar variabel. Penyajian hasil penelitian berupa teks, tabel, gambar, dan grafik. Hasil penelitian memuat data utama, data penunjang, dan pelengkap yang diperlukan di dalam penelitian, yang disertai penjelasan tentang makna atau arti dari data yang terdapat dalam tabel, gambar, grafik yang dicantumkan. Uraian pembahasan merupakan penafsiran dari peneliti yang dapat mendukung, tidak sama, atau bertentangan dengan hasil penelitian sebelumnya dan teori yang digunakan sebagai dasar perumusan hipotesis. Dalam pembahasan juga dikemukakan tentang alasan atau justifikasi dan konfirmasi dari objek penelitian.

Bab V Penutup, berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, pada bab ini penulis juga memberikan saran untuk pihak-pihak yang memiliki kepentingan yang sama serta memaparkan kekurangan dari penelitian ini guna menjadi bahan evaluasi bagi peneliti sebelumnya.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah. Hal ini didasari dari hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan variabel bagi hasil nilai p-valuenya sebesar  $0,048 < 0,05$  dengan nilai koefisien 0,298 Hasil ini menunjukkan bahwa bagi hasil yang ditawarkan bank syariah sudah menguntungkan bagi nasabah, sehingga bagi hasil menjadi salah satu faktor masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah.
2. Variabel kualitas layanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah. Hal ini didasari dari hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan variabel kualitas layanan nilai p-valuenya sebesar  $0,205 > 0,05$  dengan nilai koefisien 0,161. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh bank syariah belum dinilai baik sehingga menjadi salah satu faktor masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah.
3. Variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah. Hal ini didasari dari hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan variabel promosi nilai p-valuenya sebesar  $0,27 < 0,05$  dengan nilai koefisien 0,291. Hasil ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan bank syariah sudah tepat sasaran sehingga dapat menarik masyarakat muslim untuk menjadi nasabah bank syariah.
4. Variabel Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah. Hal ini didasari dari

hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan variabel lokasi nilai p-value sebesar  $0,019 < 0,05$  dengan nilai koefisien 0,245. Hasil ini menunjukkan bahwa lokasi layanan bank syariah sudah strategis, mudah diakses oleh masyarakat sehingga lokasi bisa menjadi faktor masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah.

5. Variabel pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah. Hal ini didasari dari hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan variabel pengetahuan nilai p-value sebesar  $0,006 < 0,05$  dengan nilai koefisien 0,242. Hasil ini menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah berkaitan dengan perbankan syariah sudah realif lebih baik, hal ini bisa disebabkan karena promosi dan sosialisasi bank syariah kepada masyarakat sudah berjalan dengan baik.
6. Variabel Persepsi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah. Hal ini didasari dari hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan variabel persepsi nilai p-value sebesar  $0,329 > 0,05$  dengan nilai koefisien 0,067. Hasil ini menunjukkan persepsi
7. Variabel bagi hasil, kualitas pelayanan, promosi, lokasi, pengetahuan dan persepsi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan diatas, penelitian ini tentunya masih terdapat kekurangan dan dapat dikembangkan dikemudian hari. Adapun saran-saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya mengembangkan dan menambah variabel-variabel yang akan diteliti, sehingga hasil dan kesimpulan dari penelitian

yang akan datang bisa lebih baik. Variabel yang dapat ditambahkan bisa berkaitan dengan layanan internet, layanan mobile banking dan layanan lainnya.

2. Penelitian selanjutnya dapat menambah sampel dan klasternya responden serta analisis dan metodologi penelitian yang berbeda. Sehingga dapat memberikan kesimpulan yang lebih baik lagi.

### **C. Implikasi Kebijakan**

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

1. Sebaiknya para stakeholder perbankan syariah meningkatkan kualitas layanan untuk memberikan layanan terbaik bagi para nasabah bank syariah agar dapat memberikan kepuasan bagi nasabah bank syariah.
2. Sebaiknya melakukan sosialisasi kepada masyarakat berkaitan dengan produk-produk dan layanan yang ditawarkan bank syariah secara terstruktur dan berkelanjutan, meningkatkan kerjasama dengan Lembaga keislaman seperti kampus islam, dan pondok pesantren agar pemahaman berkaitan dengan perbankan syariah dapat tersampaikan dengan baik dan benar serta dapat dipahami dan diterima oleh semua kalangan masyarakat muslim .



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Azis, Muhammad. 2019. Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Salatiga
- Abimantra, Ananggadipta. Andisa Rahmi Maulina. Eka Agustianingsih (2013) Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah (Mahasiswa) dalam memilih menabung pada bank syariah. Jurnal Proceeding PESAT. Vol 5
- Achmad, Herry Buchory dan Djaslim Saladin. 2006. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*. Bandung:Linda Karya.
- Ade Arthesa dan Edia Handiman. 2009. *Bank dan Lembaga Bukan Bank*, Jakarta : PT. Indeks
- Ade Arthesa dan Edia Handiman. 2009. *Bank dan Lembaga bukan bank*, Jakarta: PT Indeks
- Afriadi, M Khariska. 2016. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Begkulu
- Ainina, Wida. 2018. Minat nasabah menabung di bank syariah mandiri yogyakarta. Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
- Akhtar, Naeem. 2016. Factors Influencing The Perception Of Customers In
- Al Faqih, Fitri. 2020. Pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat menabung nasabah pada tabungan marhamah PT Bank Sumut KCP Syariah Karya. *Al Infaq : Jurnal ekonomi islam* Vol11 No.1
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung Alfabeta.
- Anggriani, Sari. 2019. Pengaruh persepsi keyakinan dan bagi hasil terhadap minat menabung di bank Syariah. *Jurnal ilmiah mahasiswa universitas surabaya* Vol 8 No.1

- 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
- 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.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta:Kencana. Edisi 1. Cet 3.
- Busu, Swastha dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta:Liberty. Edisi 2.

- Damayanti, Rita 2000. *Dasar-dasar. Psikologi*. Jakarta:FKM UI.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta:CAPS. Cetak 1.
- Darmawan, Akhmad dkk. 2019. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di bank jateng syariah. *Jurnal fokus bisnis* Vol 18 No.1
- Dayyan, Muhammad dkk. 2017. Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi
- Desiana, Dewi susilowati. Nегina Kencono Putri (2019) Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah di kota Tasikmalaya. *Akuntabilitas : Jurnal Ilmu Akuntansi*. Vol 11 No. 1
- Engel, James F dan Roger D Black Well. 2001. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binapura Angkasa. Jilid I. Edisi keenam.
- Fanny Adriani, Gicella dan Halmawati. 2019. Pengaruh bagi hasil, klompok acuan, kepercayaan dan budaya terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* Vol 1 No.3
- Fijriah, Nuril. 2021. Pengaruh Persepsi terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Metro
- Fitriana, Dina. 2020. Pengaruh lokasi dan pengetahuan nasabah terhadap minat menabung pada BRI Syariah KC Kediri. Skripsi IAIN Ponorogo
- 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.
- Harahap, Tiara Sulaika Rohimi .2020. Pengaruh persepsi dan religiusitas nasabah terhadap keputusan memilih produk gadai emas di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Medan Iskandar Muda. *Al-Infaq : Jurnal Ekonomi Islam* Vol 11 No. 1

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

<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 oktober 2021

<https://bankbsi.co.id> diakses 14 Oktober 2021

<https://kependudukan.jogjaprov.go.id> di akses 14 oktober 2021

<https://www.Suaramerdeka.com/> di Akses 14 oktober 2021

<https://www.krjogjaekonomi/keuangan/ini-dia-penghambat-perkembanganbank-syariah-indonesia/> di akses 14 oktober 2021

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Juni2019/Snapshot%20Perbankan%20Syariah%20Juni%202019.pdf> diakses 14 oktober 2021

Indi, Irnawati. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makasar*

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

Islamic Banking Services In Tunisia. *Journal of Applied Business Research*. Vol. 32, No. 4. Hal. 1243-1256

Islamic Banking: A Case Study in Pakistan. *Journal. International Review Of Management and Business Research*. Vol. 5, No. 3. Hal. 844-859

Ismail. 2011. *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Kencana

Jakarta:Salemba 4. Edisi 6. Buku 1.

Julius R. Latumaerissa. 2011. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta : Salemba Empat

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

- Kasmir, 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta:PT. Rajagrafindo. Cetakan Ketujuh. Edisi Pertama.
- Kasmir. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. Jakarta:Kencana.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- 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.
- Lestari, Neti Tunggal Dewi. 2017. *Aalisis Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Metro
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Jakarta:Salemba Empat.
- Nasabah Bank Syariah IAIN Langsa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*. Vol. 1, No. 1
- Nitinusan, Mulyadi. 2011. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung:Alfabeta.
- Obeid, Hassan Dkk. 2016. *Empirical Investigation into Customer Adoption of Panin Dubai Syariah Bank*. *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol.3. No.1. Hal. 1-17
- 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

- Rahmat Hidayat.2011."Pengaruh Kualitas, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri",*Jurnal Manajemen Kewirausahaan*. Bandung: Graha Ilmu
- Rakhmah, Silvia dan Sri Wahyuni. 2016. Pengaruh persepsi mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah. Jember
- Restiyanti, Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihwaluw. 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
- Risal, Taufiq dan Austin Alexander. 2019. Pengaruh Persepsi bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat pengguna jasa perbankan syariah tabungan mudharabah pada mahasiswa universitas potensi utama. *Jurnal Samudra Ekonomika*, Vol 3 No.2
- Sabri, M. Alisuf. 2010. *Psikologi Pendidikan Berdasarkan Kurikulum Nasional*. Jakarta:Pedoman Ilmu Raya.
- Saifurriza, Ahmad Effasa dan Furi Asyfiyati 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*.
- Selvanathan, Mahiswaran. 2018.. An Exploratory Study on Customers' Selection in Choosing Islamic. *International Business. University Malaysia*. Vol. 11, No. 5. Hal. 42-49

- Sentot Imam Wahjono.2010. *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta Graha Ilmu
- 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.
- Sunardi dan Fety Aniarsih. Faktor-faktor yang mempegaruhi minat masyarakat muslim menabung di bank syariah. *Islamic Jurnal : Jurnal ekonomi dan perbankan syariah*
- Sunarto, dan Ridwan. 2012. *Pengantar Statistika Untuk penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi. Ekonomi dan Bisnis*. Bandung:Alfabeta.
- Sutojo, Siswanto. 2003. *Manajemen Pemasaran Untuk Eksekutif Non Pemasaran*. Jakarta:Damar Mulia Pustaka.
- 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
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta:Andi. Edisi 3.
- Tri, Wahyudi Setyo. 2017. *Statistik Ekonomi*. Malang:Tim UB Press.
- Wahyulkarimah, Anissa. Ida Nurlaeli dan Makhrus (2018) Pengaruh budaya, psikologis, pelayanan, promosi dan pengetahuan tentang produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. Vol 1 No 1
- Walgito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta:Andi
- Zuhirsyan, Muhammad dan Nurlinda (2018) Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *A1 - Amwal* vol 10 No. 1