

**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBIAYAAN
DI BANK SYARIAH: PENGEMBANGAN *THEORY OF
REASONED ACTION***



Oleh:
Budi Kolistiawan
NIM: 18300016029

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Doktor dalam Bidang Studi Islam Konsentrasi Ekonomi
Islam

YOGYAKARTA
2022



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS DARI PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Budi Kolistiawan

NIM : 18300016029

Program : Doktor

Menyatakan bahwa naskah Disertasi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya, dan bebas dari plagiarisme. Jika di kemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 2 Februari 2022

Saya yang menyatakan,



Budi Kolistiawan
NIM: 18300016029

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
PASCASARJANA

Jln. Marsda Adisucipto Yogyakarta, 55281 Telp. (0274) 519709 Fax (0274) 557978
e-mail: pps@uin-suka.ac.id. website: http://pps.uin-suka.ac.id

PENGESAHAN

Judul Disertasi : DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH: PENGEMBANGAN THEORY OF REASONED ACTION
Ditulis oleh : Budi Kolistiawan
NIM : 18300016029
Program/Prodi. : Doktor (S3) / Studi Islam
Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diterima
Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Doktor (Dr.)
Dalam Bidang Studi Islam

Yogyakarta, 31 Maret 2022

An. Rektor/
Ketua Sidang.



Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag.
NIP.: 19721204 199703 1 003

STANISLAV UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
PASCASARJANA

Jln. Marsda Adisucipto Yogyakarta, 55281 Telp. (0274) 519709 Fax (0274) 557978
e-mail: pps@uin-suka.ac.id. website: http://pps.uin-suka.ac.id

YUDISIUM

BISMILLĀHIRRAHMĀNIRRAHĪM

DENGAN MEMPERTIMBANGKAN JAWABAN PROMOVENDUS ATAS PERTANYAAN DAN KEBERATAN PARA PENILAI DALAM UJIAN TERTUTUP (PADA TANGGAL 27 SEPTEMBER 2021), DAN SETELAH MENDENGAR JAWABAN PROMOVENDUS ATAS PERTANYAAN DAN SANGGAHAN PARA PENGUJI DALAM SIDANG UJIAN TERBUKA, MAKA KAMI MENYATAKAN, PROMOVENDUS, **BUDI KOLISTIAWAN** NOMOR INDUK: **18300016029** LAHIR DI **SEMARANG**, TANGGAL **8 APRIL 1984**,

LULUS DENGAN PREDIKAT :

PUJIAN (CUM LAUDE)/SANGAT MEMUASKAN/MEMUASKAN**

KEPADA SAUDARA DIBERIKAN GELAR DOKTOR **STUDI ISLAM** KONSENTRASI **EKONOMI ISLAM** DENGAN SEGALA HAK DAN KEWAJIBAN YANG MELEKAT ATAS GELAR TERSEBUT.

***SAUDARA MERUPAKAN DOKTOR KE-829.**

YOGYAKARTA, 31 MARET 2022

**AN. REKTOR /
KETUA SIDANG,**



Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag.

NIP.: 19721204 199703 1 003

**** CORET YANG TIDAK DIPERLUKAN**





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
PASCASARJANA







Jln. Marsda Adisucipto Yogyakarta, 55281 Telp. (0274) 519709 Fax (0274) 557978
e-mail: pps@uin-suka.ac.id. website: http://pps.uin-suka.ac.id

**DAFTAR HADIR DEWAN PENGUJI
UJIAN TERBUKA PROMOSI DOKTOR**

Nama Promovendus : Budi Kolistiawan
NIM : 18300016029
Judul Disertasi : DITERMINAN KEPUTUSAN PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH:
PENGEMBANGAN *THEORY OF REASONED ACTION*

Ketua Sidang : Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag. ()

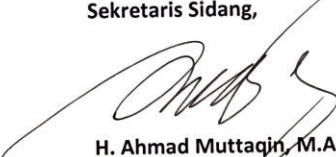
Sekretaris Sidang : H. Ahmad Muttaqin, M.Ag., M.A., Ph.D. ()

Anggota : 1. Prof. Drs. H. Hadri Kusuma, MBA., Ph.D. ()
(Promotor/Penguji)
2. Dr. Misnen Ardiansyah, SE., M.Si., Ak., CA., ()
ACPA.
(Promotor/Penguji)
3. Naila Zulfa, M.A., MS., PG.Dip., Ph.D., FHEA. ()
(Penguji)
4. Dr. Nurus Sa'adah, S.Psi., M.Si., Psi. ()
(Penguji)
5. Dr. Sunaryati, S.E., M.Si. ()
(Penguji)
6. Prof. Dr. Hj. Casmini, S.Ag., M.Si. ()
(Penguji)

Di Ujikan di Yogyakarta pada hari Kamis tanggal 31 Maret 2022

Tempat : Aula Lt. 1 Gd. Pascasajana UIN Sunan Kalijaga
Waktu : Pukul 10.00 WIB. S.d. Selesai
Hasil / Nilai (IPK) : 3.64
Predikat Kelulusan : ~~Pujian (Cum laude)~~ / Sangat Memuaskan / Memuaskan

Sekretaris Sidang,


H. Ahmad Muttaqin, M.Ag., M.A., Ph.D.
NIP.: 19720414 199903 1 002

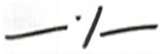


KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA

PENGESAHAN PROMOTOR

Promotor :

Prof. H. Hadri Kusuma, M.B.A., Ph.D

()

Promotor :

Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.

()

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah disertasi berjudul:

**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBIAYAAN DI BANK
SYARIAH:
PENGEMBANGAN *THEORY OF REASONED ACTION***

Yang ditulis oleh:

Nama : Budi Kolistiawan
NIM : 18300016029
Program : Doktor

Sebagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 27 September 2021, saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan ke Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ekonomi Islam.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 7 Februari 2022
Promotor,



Prof. H. Hadri Kusuma, M.B.A., Ph.D

NOTA DINAS

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah disertasi berjudul:

**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBIAYAAN DI BANK
SYARIAH:
PENGEMBANGAN *THEORY OF REASONED ACTION***

Yang ditulis oleh:

Nama : Budi Kolistiawan
NIM : 18300016029
Program : Doktor

Sebagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 27 September 2021, saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan ke Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ekonomi Islam.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 Januari 2022
Co. Promotor,



Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.

NOTA DINAS

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan arahan, dan koreksi terhadap naskah disertai berjudul:

**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBIAYAAN DI BANK
SYARIAH:
PENGEMBANGAN *THEORY OF REASONED ACTION***

Yang ditulis oleh:

Nama : Budi Kolistiawan
NIM : 18300016029
Program : Doktor

Sebagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 27 September 2021, saya berpendapat bahwa disertai tersebut sudah dapat diajukan ke Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ekonomi Islam.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 Januari 2022
Penguji 1,



Naila Zulfa, M.A., MS., PG.Dip., Ph.D., FHEA

NOTA DINAS

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan arahan, dan koreksi terhadap naskah disertai berjudul:

**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBIAYAAN DI BANK
SYARIAH:
PENGEMBANGAN *THEORY OF REASONED ACTION***

Yang ditulis oleh:

Nama : Budi Kolistiawan
NIM : 18300016029
Program : Doktor

Sebagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 27 September 2021, saya berpendapat bahwa disertai tersebut sudah dapat diajukan ke Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ekonomi Islam.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 24 Januari 2022
Penguji 2,



Dr. Nurus Sa'adah, S.Psi., M.Si., Psi.

NOTA DINAS

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan arahan, dan koreksi terhadap naskah disertai berjudul:

**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBIAYAAN DI BANK
SYARIAH:
PENGEMBANGAN *THEORY OF REASONED ACTION***

Yang ditulis oleh:

Nama : Budi Kolistiawan
NIM : 18300016029
Program : Doktor

Sebagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 27 September 2021, saya berpendapat bahwa disertai tersebut sudah dapat diajukan ke Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ekonomi Islam.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 28 Januari 2022
Penguji 3,



Dr. Sunaryati

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis determinan keputusan pembiayaan di bank syariah dengan mengembangkan *theory of reasoned action*. Penelitian ini menggunakan sampel 250 responden masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. Metodologi menggunakan metode kuantitatif berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk membuat generalisasi sampel dari populasi tertentu; pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian kuesioner; analisis bersifat kuantitatif untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan *structural equation modeling* (SEM), yaitu analisis data yang menggambarkan hubungan struktural dengan menggunakan bantuan *software* SmartPLS 3.0. Hasil analisis menyatakan bahwa variabel sikap, variabel norma subjektif, variabel niat, dan variabel religiositas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembiayaan di bank syariah, sedangkan variabel literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembiayaan di bank syariah. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *theory of reasoned action* berhasil dikembangkan dengan menambahkan religiositas sebagai variabel moderasi. Variabel baru ini mampu memberikan pengaruh positif signifikan terhadap variabel niat keputusan pembiayaan di bank syariah, sedangkan tingkat literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi tidak mampu memengaruhi niat keputusan pembiayaan di bank syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang memiliki pengetahuan keuangan syariah yang tinggi cenderung tidak puas terhadap produk pembiayaan di bank syariah. Oleh karena itu, pihak perbankan syariah harus benar-benar menerapkan prinsip-prinsip syariah pada kegiatan operasionalnya.

Kata kunci: TRA, Keputusan Pembiayaan, Bank Syariah.

Abstract

The objectives of this study is to analyze the determinants of financing decisions in Islamic banks by developing the Theory of Reasoned Action. A total of 250 persons from Special Region of Yogyakarta were polled for this study. The technique employs quantitative method based on the positivist philosophy to generalize samples from specific populations, gather data utilizing questionnaire research instruments, and conduct quantitative analysis to evaluate the hypotheses. The study uses Structural Equation Modeling (SEM) for the analytical method as it describes the structural relationship of the data, by the use of SmartPLS 3.0 software. According to the findings, the variables of attitude, subjective norm, intention, and religiosity all had a substantial beneficial impact on the financing decisions in Islamic banks. However, the Islamic financial literacy variable has no effect on the decision making. Based on the results of this study, the Theory of Reasoned Action is successfully constructed by incorporating religiosity as a moderating variable, and is able to give a considerable and favourable influence on the variable of intention on making finance in Islamic banks. While the Islamic financial literacy as a moderating variable is unable to contribute to the decision making. This research suggests that customers who are knowledgeable about Islamic finance are more likely to be unsatisfied with the bank financing products. As a result, Islamic banking must adhere to Islamic principles in its operational activities.

Keywords: Theory of Reasoned Action, Financing Decision, Islamic Banks

مستخلص البحث

يهدف هذا البحث إلى تحليل محددات قرارات التمويل في البنوك الإسلامية بتطوير نظرية الفعل المنطقي TRA. استخدم هذا البحث عينة من 250 مستجيباً من سكان منطقة جوكرتا. والمنهجية المستخدمة هي المنهج الكمي المعتمد على الفلسفة الوضعية حيث تُستخدم لتعميم العينات من مجموعات سكانية معينة، وجمع البيانات باستخدام أدوات بحث الاستبيان، والتحليل الكمي لاختبار الفرضيات المحددة. وتستخدم الطريقة التحليلية في هذا البحث نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM)، وهي تحليل المعطيات الذي يصف العلاقة الهيكلية باستخدام برنامج SmartPLS 3.0. وبينت نتائج التحليل أن متغير الموقف ومتغير القاعدة الذاتية ومتغير النية ومتغير التدين لها أثر إيجابي معنوي على قرارات التمويل في البنوك الإسلامية. وأما متغير المعرفة المالية الإسلامية فلا يؤثر في متغيرات قرارات التمويل في البنوك الإسلامية. فبناءً على نتائج هذا البحث، أُثبتت أن نظرية الفعل المنطقي تم تطويرها بنجاح من خلال إضافة التدين كمتغير معتدل وقدرت على توفير تأثير إيجابي كبير في متغير النية للقرار التمويلي في البنوك الإسلامية. ومستوى المعرفة المالية الإسلامية كمتغير معتدل غير قادر على التأثير في نية قرارات التمويل في البنوك الإسلامية. وتشير هذه النتيجة إلى أن معظم العملاء الذين لديهم معرفة عالية بالتمويل الإسلامي كانوا غير راضين عن منتجات التمويل في البنوك الإسلامية. لذلك، يجب على رجال الخدمات المصرفية الإسلامية من تطبيق المبادئ الشرعية في أنشطتها التشغيلية.

الكلمات المفتاحية: نظرية الفعل المنطقي، قرارات التمويل، البنوك الإسلامية

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab yang dipakai dalam penyusunan disertasi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bâ ^{''}	B	Be
ت	Tâ ^{''}	T	Te
ث	Sâ	Ŝ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Hâ ^{''}	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khâ ^{''}	Kh	ka dan ha
د	Dâl	D	De
ذ	Zâl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Râ ^{''}	ř	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sâd	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dâd	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	tâ ^{''}	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za ^{''}	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fâ ^{''}	F	Ef
ق	Qâf	Q	Qi

ك	Kâf	K	Ka
ل	Lâm	L	„el
م	Mîm	M	„em
ن	Nûn	N	„en
و	Wâwû	W	W
ه	hâ“	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	yâ“	Y	Ya

B. Konsonan rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعدّدة	Ditulis	<i>Muta‘addidah</i>
عدّة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

C. Ta‘ Marbūtah di akhir kata

1. Bila dimatikan tulis “h”

جماعة	Ditulis	<i>Jamā‘ah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salah, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bcaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan “h”.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyā’</i>
----------------	---------	---------------------------

3. Bila ta‘ marbūtah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis “t” atau “h”.

زكاة النطر	Ditulis	<i>Zakāh al-ḥiṭri</i>
------------	---------	-----------------------

D. Vokal pendek

اَ	Ditulis	A
اِ	Ditulis	I
اُ	Ditulis	U

E. Vokal panjang

1	Fathah + alif جاهلية	ditulis ditulis	Ā <i>jāhiliyah</i>
2	Fathah + ya" mati تنسى	ditulis ditulis	Ā <i>tansā</i>
3	Fathah + yā" mati كريم	ditulis ditulis	Ī <i>kaīm</i>
4	Dammah + wāwu mati فروض	ditulis ditulis	Ū <i>furūd</i>

F. Vokal rangkap

1.	Fathah + yā" mati بينكم	ditulis ditulis	Ai <i>bainakum</i>
2.	Fathah + wāwu mati قول	ditulis ditulis	Au <i>qaul</i>

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	ditulis	<i>A'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>U'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata sandang alif + lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyah*

القرآن	ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
القياس	ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l (el)* nya

السماء	Ditulis	<i>As - Sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy- Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya:

ذوى الفروض	Ditulis	<i>Zawī al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Swt., Tuhan sekalian alam yang senantiasa membimbing hamba-hamba-Nya. Atas bantuan dan tuntunan-Nya, penulisan disertasi dengan judul “Determinan Keputusan Pembiayaan di Bank Syariah: Pengembangan *Theory of Reasoned Action*” dapat diselesaikan. Penulis telah berusaha menampilkan disertasi ini dalam kondisi yang terbaik dan setepat mungkin. Namun, karena keterbatasan dan kelemahan yang ada, pasti terbuka kemungkinan kesalahan. Untuk itu, penulis berharap masukan positif dari semua pihak untuk perbaikan disertasi ini.

Dengan penuh kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang langsung maupun tidak langsung, turut andil, dan memotivasi penyelesaian disertasi ini, antara lain kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk dapat belajar dan menggali ilmu pada almamater yang beliau pimpin.
2. Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag. yang telah mendorong penulis dan juga mahasiswa pada umumnya agar mampu mengembangkan keilmuan, khususnya tentang ekonomi Islam
3. Bapak Ahmad Rafiq, S.Ag., M.Ag., MA., Ph.D. selaku Ketua Prodi Studi Islam, Program Doktor Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah mengarahkan dan banyak memberikan bekal ilmu serta inspirasi kelimuan kepada penulis.
4. Bapak Prof. Hadri Kusuma, selaku Promotor yang telah berusaha dengan sabar dan cermat membimbing dan mengarahkan peneliti untuk menyelesaikan penelitian disertasi ini.

5. Bapak Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA. Selaku Co Promotor yang telah berusaha dengan sabar dan cermat membimbing dan mengarahkan penulis untuk menyelesaikan penelitian disertasi ini.
6. Kepada Seluruh Dewan Penguji Pasca Sarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang dengan cermat memberikan masukan dan kritikan yang positif demi kebaikan disertasi ini.
7. Seluruh Dosen Program Doktor Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah berkenan mentransfer dan membuka cakrawala ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Kepada Rektor UIN Sayid Ali Rahmatullah Tulungagung, Bapak. Prof. Maftukhin beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melanjutkan studi program doktor di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
9. Kepada Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Sayid Ali Rahmatullah Tulungagung, Bapak Dr. H. Nur Effendi, M.Ag. beserta jajarannya yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menimba ilmu di program doktor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
10. Kepada Kementerian Agama Republik Indonesia yang telah memberikan bantuan beasiswa MORA 5000 doktor sehingga penulis dapat melanjutkan studi doktor di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
11. Seluruh pimpinan, karyawan, dan nasabah bank syariah di Yogyakarta yang telah berkenan menjadi responden dalam penelitian disertasi ini.
12. Kepada kedua orang tuaku, mertuaku, serta seluruh keluarga tercinta yang telah memberi dukungan kepada penulis yang tak henti-hentinya mendukung penulis secara materiel maupun spiritual agar segera menyelesaikan disertasi ini.
13. Kepada Istriku tercinta Rina Eka Siswantini, yang tidak lelah-lelahnya selalu men-*support* untuk menyelesaikan disertasi ini.

14. Kepada kedua putraku Arsyad Faiz Attaqullah dan Muhammad Syarif Al-Fatih yang selalu menjadi penghibur dan penyemangat ketika menyelesaikan penulisan disertasi ini.

Akhirnya, semoga disertasi ini membawa manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Amin.

Yogyakarta, 2 Januari 2022

Penyusun



Budi Kolistiawan



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS DARI PLAGIARISME	iii
PENGESAHAN REKTOR	iv
YUDISIUM	v
DAFTAR HADIR DEWAN PENGUJI.....	vi
NOTA DINAS.....	viii
ABSTRAK	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xiv
KATA PENGANTAR	xix
DAFTAR ISI.....	xxii
DAFTAR TABEL.....	xxiv
DAFTAR GAMBAR	xxvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxvii
DAFTAR SINGKATAN.....	xxviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Teori Dasar	19
B. Penelitian Terdahulu.....	65
C. Hipotesis Penelitian	96
BAB III METODE PENELITIAN.....	105
A. Rancangan Penelitian	105
B. Populasi dan Sampel Penelitian	105
C. Tempat dan Waktu penelitian	106
D. Variabel Penelitian	107

E. Definisi Operasional Variabel	108
F. Instrumen Penelitian	111
G. Metode Pengolahan Data	115
H. Analisis Data.....	115
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	133
A. Deskripsi Karakteristik Responden.....	133
B. Hasil Analisis Data.....	142
C. Pembahasan.....	161
BAB V PENUTUP.....	183
A. Kesimpulan	183
B. Implikasi	186
C. Saran	189
DAFTAR PUSTAKA	191
LAMPIRAN	214



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Determinan Keputusan Pembiayaan di Bank Syariah Berdasarkan Penelusuran Penelitian Terdahulu	92
Tabel 3.1	Kisi-Kisi Instrumen	112
Tabel 3.2	Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran Reflektif	124
Tabel 3.3	<i>Rule of Thumb Outer</i> Model Formatif	125
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	132
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	134
Tabel 4.3	Karakteristik Respoden Berdasarkan Status Pernikahan.....	136
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	136
Tabel 4.5	Karakteristik Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah	138
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Agama yang Dianut	139
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Sesuai KTP Yogyakarta.....	140
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	141
Tabel 4.9	<i>Outer Loadings</i> Uji Reflektif	145
Tabel 4.10	<i>Outer</i> Model Formatif.....	146
Tabel 4.11	<i>Cross Loading/Discriminant Validity</i>	147
Tabel 4.12	<i>Convigural Invariance dan Compositional Invariance Assessment</i>	148
Tabel 4.13	<i>Composite Mean Values and Variance Equivalence</i> ..	150
Tabel 4.14	<i>Composite Reliability</i>	151
Tabel 4.15	<i>Cronbach's Alpha</i>	152
Tabel 4.16	T Statistics (O/STDEV).....	154
Tabel 4.17	Nilai <i>R Square</i>	155
Tabel 4.18	Nilai <i>Inner Weights</i>	157

Tabel 4.19 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung (*Path Coefficients*) 158

Tabel 4.20 Hasil Pengujian Tidak Langsung (*Indirects Effects*).. 160



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan	49
Gambar 2.2	Skema Model Penelitian	92
Gambar 3.1	SEM dengan Variabel Moderasi.....	119
Gambar 3.2	Pengembangan Model Penelitian	121
Gambar 3.3	Model Penelitian.....	130
Gambar 4.1	Outer Weights.....	143
Gambar 4.2	<i>Inner Model</i>	153



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	315
Lampiran 2	Data <i>Output Google Form</i> Karakteristik Responden	222
Lampiran 3	Tabulasi Data Kuesioner	226
Lampiran 4	Model Penelitian	235
Lampiran 5	Uji Validitas dan Reliabilitas	236
Lampiran 6	Uji Hipotesis	237
Lampiran 7	Hasil Olah Data Smartpls	238
Lampiran 8	Daftar Riwayat Hidup	241



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR SINGKATAN

TRA	:	<i>Theory of Reasoned Action</i>
KMK	:	Kredit Modal Kerja
KI	:	Kredit Investasi
KK	:	Kredit Konsumsi
TRA	:	<i>Reasoned Action Theory</i>
PBC	:	<i>Perceived Behavioral Control</i>
UU	:	Undang-Undang
OECD	:	<i>Organization for Economic Cooperation and Development</i>
OJK	:	Otoritas Jasa Keuangan
DIY	:	Daerah Istimewa Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perilaku yang ditampilkan oleh setiap individu sangatlah beragam dan unik. Keberagaman dan keunikan tersebut menarik perhatian penulis untuk meneliti tentang perilaku keputusan nasabah, khususnya dalam produk pembiayaan di perbankan syariah. Teori tindakan beralasan, *theory of reasoned action* (TRA), yang diusulkan oleh Ajzen telah digunakan selama dua dekade lalu untuk meneliti keinginan dan perilaku.¹ Namun, *theory of reasoned action* masih terdapat banyak faktor yang menyisakan jeda ruang untuk pengembangan variabel yang memengaruhi *intention* (niat) terhadap *behavior* (perilaku). Inti TRA tetap berada pada faktor intensi perilaku. Namun, determinan intensi tidak hanya sikap dan norma subjektif saja, tetapi hubungan antara niat dan perilaku masih dipengaruhi faktor lain yang dapat memperkuat pengaruh atau melemahkan pengaruh perilaku itu sendiri.

Penelitian ini secara empiris bertujuan menguji penerapan TRA dan mengembangkannya dengan cara menambahkan variabel moderasi dalam memprediksi antara intensi dan perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), niat (*intention*), religiositas, dan literasi terhadap perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah.

Perbankan syariah di Indonesia masih berada dalam jebakan *market share* di bawah 10 persen. Dibandingkan dengan negara-negara lain, kondisi ini bisa dikatakan cukup memprihatinkan. Indonesia adalah negara dengan populasi penduduk lebih dari 87% beragama Islam.² Walaupun jumlah penduduk muslim sangat besar,

¹ Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179-211.

² Angga Indrawan, "Inilah 10 Negara dengan Populasi Muslim Terbesar di Dunia," *republika.co.id*, 27 Mei 2015, diakses 15 Maret 2021,

perkembangan bank syariah di Indonesia hanya menguasai pasar sebanyak 5,99% per Maret tahun 2020. Pertumbuhan *market share* yang rendah ini salah satunya adalah karena masih rendahnya pertumbuhan nasabah bank syariah dibandingkan dengan nasabah bank konvensional. Ada banyak masyarakat muslim yang masih awam terhadap produk keuangan syariah. Hal ini menjadi penyebab kurang bertumbuhnya bank syariah serta berdampak menurunkan antusiasme masyarakat untuk beralih ke bank syariah. Pandangan umum masyarakat masih menganggap produk bank syariah tidak ada bedanya dengan produk bank konvensional.³

Di Indonesia, perbankan syariah telah memasuki usia 30 tahun. Perkembangannya menjadi barometer keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Meskipun sedikit terlambat jika dibandingkan dengan negara muslim lainnya, perkembangannya cukup signifikan. Setelah disahkannya Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008, eksistensi bank syariah makin diakui. Dengan demikian, industri perbankan syariah makin mempunyai dasar hukum yang kokoh sehingga dapat mendorong pengembangan dan pertumbuhannya supaya lebih cepat lagi.

Menurut data Otoritas Jasa Keuangan per Agustus 2021, di Indonesia telah tercatat 197 pelaku industri perbankan syariah dengan rincian 12 BUS (bank umum syariah), 20 UUS (unit usaha syariah), dan 165 BPRS (bank pembiayaan rakyat syariah). Sebaran kantor yang dimiliki oleh perbankan syariah telah mencapai angka 3.099 kantor dan jumlah ATM 4.090 dengan total pekerja sebanyak 57.652 orang.⁴ Selain itu, perkembangan bank syariah juga dibuktikan dengan jumlah nasabah bank syariah yang makin meningkat.

<https://republika.co.id/berita/noywh5/inilah-10-negara-dengan-populasi-muslim-terbesar-di-dunia>.

³<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Maret-2020/Snapshot%20Perbankan%20Syariah%20Indonesia%20Maret%202020.pdf>, diakses 23 Februari 2020.

⁴ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah Agustus 2021* (Jakarta, 2021), 4.

Fenomena ini bertolak belakang dengan fakta bahwa Indonesia merupakan negara dengan penduduk mayoritas muslim dengan persentase 87,18% dan populasi muslim terbesar di dunia dengan persentase 12,70%. Menurut data Administrasi Kependudukan (per Juni 2021), jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 170.580.905 jiwa dan jumlah nasabah bank syariah pada periode Agustus 2021 adalah 41.052.956 jiwa (24,1%).⁵ Secara tidak langsung, angka ini menunjukkan bahwa masyarakat muslim Indonesia masih belum tertarik terhadap bank syariah dan semangat mereka untuk bermuamalah secara syariah masih tergolong rendah. Artinya, potensi bank syariah di Indonesia masih besar dan belum sepenuhnya optimal. Oleh karena itu, perbankan syariah harus mampu menjembatani kesenjangan yang terjadi antara jumlah penduduk muslim dan jumlah nasabah perbankan syariah.

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi rendahnya minat nasabah dalam mengakses pembiayaan di bank syariah. Faktor-faktor tersebut di antaranya adalah jumlah kantor cabang bank syariah yang masih sangat terbatas persebarannya di lingkungan terdekat mereka. Keterbatasan jumlah kantor cabang berdampak kepada masyarakat yang lebih tertarik dengan bank konvensional karena akses yang mudah. Faktor pelayanan yang masih kurang juga berdampak kepada masyarakat yang akan menggunakan jasa bank syariah. Faktor ketidaktahuan masyarakat akan lembaga bank syariah juga menjadi salah satu alasan yang cukup signifikan untuk tidak menggunakan produk pembiayaan bank syariah. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang literasi keuangan syariah membuat mereka lebih memilih bank konvensional daripada bank syariah. Masih banyak masyarakat beranggapan prosedur pembiayaan di bank syariah lebih rumit dibandingkan dengan bank konvensional sehingga masyarakat lebih

⁵ Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil, "Distribusi Penduduk Indonesia Per Juni 2021" (Jakarta: Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, 2021), <https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/809/distribusi-penduduk-indonesia-per-juni-2021-jabar-terbanyak-kaltara-paling-sedikit>.

tertarik melakukan pembiayaan di bank konvensional. Kurangnya promosi akan produk-produk keuangan syariah juga menyebabkan masyarakat kurang mengenal produk bank syariah.⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Effasa dan Asfiyatul Ain mengungkapkan bahwa variabel promosi dan persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap rendahnya minat pedagang muslim dalam menggunakan jasa pembiayaan di bank syariah, sedangkan variabel pengetahuan produk dan religiositas tidak berpengaruh terhadap rendahnya minat pedagang muslim dalam menggunakan jasa pembiayaan di bank syariah.⁷ Bank syariah terus berupaya meningkatkan *market share* mereka, khususnya dalam hal pembiayaan. Walaupun terjadi perbedaan pendapat ulama atas hukum bunga bank konvensional, hal ini tidak berpengaruh terhadap tumbuhnya perbankan syariah di negara-negara berpenduduk mayoritas muslim, termasuk di Indonesia. Masih rendahnya minat pembiayaan di bank syariah sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan aset bank syariah. Pembiayaan merupakan item yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat.⁸ Selain untuk keperluan konsumsi, pembiayaan juga sebagai tambahan modal usaha. Makin besar modal diperoleh maka akan makin besar pula peluang usaha dapat dijalankan. Sebaliknya, makin kecil atau rendah modal dimiliki maka usaha yang dijalankan pun cenderung kecil. Dengan kata lain, laju perkembangan suatu usaha sangat bergantung pada permodalan yang ada serta tingkat kelebihan risikonya.⁹

Dari semua jenis dan model pembiayaan yang ditawarkan oleh lembaga bank syariah, minat masyarakat muslim untuk

⁶ Juneda, "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Parepare," *Jurnal Balanca* 1, no. 2 (Juli-Desember 2019): 212-237.

⁷ Ahmad Saifurriza Effasa dan Furi Asfiyatul Ain, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Pedagang Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah Mandiri KC Sumberrejo-Bojonegoro," *Gema Ekonomi: Jurnal Fakultas Ekonomi* 8, no. 1 (Juli 2019): 41-53.

⁸ Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), 17.

⁹ I. Sugiarti, *Analisis Pengaruh Pemerintahan Pembiayaan Produktif di BNI Syariah* (IAIN Surakarta, 2012), 57.

menggunakannya masih tergolong rendah. Masih banyak masyarakat muslim justru lebih memilih menggunakan produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank konvensional dibanding bank syariah. Pada akhir Desember 2019, tercatat pembiayaan bank syariah turun pada angka 10,93%, melambat dibandingkan tahun sebelumnya 2018 yang tumbuh 12,08%. Perlambatan pertumbuhan pembiayaan tersebut terjadi pada pembiayaan konsumsi dengan porsi terbesar 44,38% dari total pembiayaan bank syariah dan tumbuh melambat menjadi 13,07% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 17,13%. Sementara itu, pembiayaan produktif (pembiayaan modal kerja dan investasi) tumbuh 9,28%, meningkat dibanding tahun sebelumnya sebesar 8,47%. Dibandingkan dengan bank konvensional kredit didominasi kredit produktif (72,79%), yang terdiri dari kredit modal kerja (KMK) sebesar 46,30% dan kredit investasi (KI) sebesar 26,48%, sedangkan sisanya sebesar 27,21% adalah kredit konsumsi (KK). Kredit produktif tercatat melambat menjadi 6,07% dibandingkan tahun sebelumnya yang tumbuh 12,70%.¹⁰ Perkembangan pembiayaan yang fluktuatif pada bank syariah tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor penyebab yang akan dianalisis dalam penelitian ini.

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Misalnya, penelitian Naim, Hamid, dan Wahab¹¹ menyebutkan bahwa variabel sikap memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di bank syariah. Penelitian Aigbovo dan Kasimu¹² menyebutkan bahwa variabel norma subjektif memiliki pengaruh

¹⁰ OJK, "Laporan Profil Industri Perbankan Triwulan IV-2019," <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/laporan-profil-industri-perbankan/documents/lpip%20triwulan%20iv%202019.pdf>

¹¹ Asmadi Mohamed Naim, Mohd Liki Abd. Hamid, dan Muhammad Zarunnaim Haji Wahab, "The Roles of Lifestyle, Future Need and Customer Preferences in Customer's Satisfaction on Islamic Banks Products and Services," *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research* 16, no. 2 (2019): 60–76.

¹² Omoruyi Aigbovo dan Abudu Kasimu, "Ethical Finance: Islamic Banking and Finance in Nigeria," *Amity Journal of Corporate Governance* 3, no. 1 (2019): 13–32.

positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di bank syariah. Penelitian Tabrani, Amin, dan Nizam¹³ juga menyatakan bahwa variabel kontrol perilaku memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di bank syariah. Penelitian Bashir, Sajid, dan Iqbal¹⁴ menyatakan bahwa variabel literasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di bank syariah. Penelitian Nik Aiman Nik Muhamad dkk.¹⁵ menyatakan bahwa variabel niat berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di bank syariah. Penelitian Tara dkk.¹⁶ menyatakan bahwa variabel pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh positif dalam memilih pembiayaan di bank syariah. Penelitian Albaity dan Rahman¹⁷ menyatakan juga bahwa variabel religiositas merupakan faktor yang berpengaruh positif dalam memilih pembiayaan di bank syariah.

Penelitian-penelitian di atas sebagian besar menggunakan dasar teori perilaku konsumen *theory of reasoned action* (TRA). *Reasoned action theory* memiliki bukti-bukti ilmiah bahwa niat untuk melaksanakan perbuatan tertentu didukung oleh dua alasan, yaitu sikap dan norma subjektif terhadap perilaku.¹⁸ *Theory of reasoned action* menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku merupakan hal

¹³ Mirza Tabrani, Muslim Amin, dan Ahmad Nizam, "Trust, Commitment, Customer Intimacy and Customer Loyalty in Islamic Banking Relationships," *International Journal of Bank Marketing* 36, no. 5 (2018): 823–848.

¹⁴ Adnan Bashir, Mirza Rizwan Sajid, dan Samra Iqbal, "Barriers to Islamic Banking Growth- Bank Employees' Perspective from Pakistan," *Asian Journal of Finance & Accounting* 3, no. 1 (2011): 56–71.

¹⁵ Nik Aiman Nik Muhamad dkk. "Customers' Preference on Islamic Banking Products and Services: The Influence of Knowledge, Awareness and Satisfaction," *Management & Accounting Review* 12, no. 1 (2013): 1–23.

¹⁶ Nain Tara dkk., "Factors Influencing Adoption of Islamic Banking: A Study from Pakistan," *Journal of Public Administration and Governance* 4, no. 3 (2014): 352–367.

¹⁷ Mohamed Albaity dan Mahfuzur Rahman, "The Intention to Use Islamic Banking: An Exploratory Study to Measure Islamic Financial Literacy," *International Journal of Emerging Markets* 14, no. 5 (2019): 988–1012.

¹⁸ Icek Ajzen, *Attitudes, Personality, and Behavior* (Chicago, IL: Dorsey Press, 1988).

penting yang sanggup memprediksi suatu perbuatan. Meskipun demikian, perlu dipertimbangkan sikap seseorang dalam menguji norma subjektif serta mengukur perilaku orang tersebut. Apabila ada sikap yang positif, ada dukungan dari orang sekitar, serta ada persepsi kemudahan karena tidak ada hambatan untuk berperilaku, niat seseorang untuk berperilaku akan makin tinggi.¹⁹ Jika seseorang memiliki sikap yang positif pada pembiayaan bank syariah, mendapat dukungan dari orang di sekitarnya, dan ada persepsi kemudahan karena tidak ada hambatan untuk mengakses pembiayaan di bank syariah, niat orang tersebut untuk melakukan pembiayaan akan makin tinggi.

Penelitian ini bertujuan mengembangkan TRA untuk menganalisis hubungan niat dengan perilaku keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan di bank syariah. Pengembangan yang dilakukan adalah menambahkan variabel religiositas dan variabel literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi. Variabel moderasi adalah variabel yang memengaruhi kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas dan variabel tergantung. Variabel moderasi secara metodologis adalah bagian dari variabel bebas karena memberikan pengaruh terhadap variabel tergantung. Keterkaitan satu antara dua fenomena terkadang tidak hadir dalam bentuk langsung karena terkadang keterkaitan tersebut diperantarai oleh fenomena lainnya. Variabel-variabel tersebut menjadi perantara hubungan antara variabel satu dan lainnya.²⁰

Variabel religiositas dan literasi keuangan dalam penelitian-penelitian sebelumnya ada yang berkedudukan sebagai variabel bebas, variabel mediasi, dan variabel moderasi untuk memprediksi variabel terikat. Salah satunya adalah temuan penelitian oleh Asri, Azman, dan Ismail yang mengungkapkan bahwa efek moderasi religiositas mampu

¹⁹ Icek Ajzen dan B. L. Driver, "Prediction of Leisure Participation from Behavioral, Normative, and Control Beliefs: An Application of the Theory of Planned Behavior," *Leisure Sciences* 13 (1991): 185–204.

²⁰ Siti Urbayaton dan Wahyu Widhiarso, "Variabel Mediator dan Moderator dalam Penelitian Psikologi Kesehatan Masyarakat," *Jurnal Psikologi* 39, no. 2 (Desember 2012): 180-188.

memoderasi hubungan antara sikap dan perilaku memilih bank syariah.²¹ Alasan religiusitas dan literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi adalah untuk menguji seberapa kuat pengaruh religiusitas dan literasi keuangan syariah terhadap niat terhadap perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Hubungan antara anteseden (*stimulus*) dan respons yang muncul selalu diperantarai oleh variabel *organismik* kekuatan dan pengaruh internal yang memengaruhi perilaku suatu organisme yang berfungsi sebagai perantara atau filter. Hal tersebut digunakan untuk memperoleh model pembaharuan dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Religiusitas menjadi salah satu indikator penting yang dapat digunakan untuk menentukan sikap, nilai, dan perilaku dari konsumen karena religiusitas merupakan faktor paling utama dalam budaya.²² Religiusitas didefinisikan sebagai individu yang memiliki keyakinan terhadap agamanya serta merefleksikan sikap dan perilaku individu tersebut.²³ Selanjutnya, Said dkk. mengartikan bahwa religiusitas adalah sejauh mana seseorang berkomitmen terhadap agama dan ajarannya, seperti sikap dan perilaku seseorang yang mencerminkan komitmennya. Jadi, komitmen pada religiusitas memiliki peran penting dalam kehidupan seseorang melalui pembentukan kepercayaan, pengetahuan, dan sikap, terlepas dari orientasi agama masing-masing (Islam, Kristen, Buddha, dan lainnya). Komitmen dan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

²¹ Asri Handayani, Heru Aulia Azman, dan Ismail, "Pengaruh Pengetahuan dan Sikap terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah dengan Faktor Religiusitas sebagai *Moderating Variable*," *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies* 3, no. 1 (2019): 1-19.

²² Megawati Simanjuntak dan Muhammad Mardi Dewantara, "The Effects of Knowledge, Religiosity Value, and Attitude on Halal Label Reading Behavior of Undergraduate Students," *ASEAN Marketing Journal* 6, no. 2 (2014): 65-76.

²³ Azreen Jihan bt Che Mohd Hashim dan Rosidah Musa, "Factors Influencing Attitude towards Halal Cosmetic among Young Adult Urban Muslim Women: A Focus Group Analysis," *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130 (2014): 129-134.

keyakinan religius ini memengaruhi perasaan dan sikap seseorang terhadap pemenuhan kebutuhan.²⁴

Religiositas juga memiliki peran penting dalam hal memengaruhi perilaku konsumen. Said dkk. mengindikasikan bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi keputusan perilaku konsumen pada produk halal. Faktor-faktor tersebut meliputi tingkat religiositas konsumen, keyakinan dan kepercayaan terhadap label halal, peningkatan pendapatan, tingkat pendidikan yang lebih tinggi, akses informasi tanpa batas, peningkatan permintaan barang, dan tingkat gizi dan kesehatan. Religiositas juga berdampak pada tujuan hidup dan tanggung jawab seorang individu kepada Tuhan, diri sendiri, dan lainnya. Dampak dari religiositas terhadap perilaku nasabah tergantung pada tingkat komitmen seseorang terhadap agamanya atau seberapa penting agama tersebut memengaruhi kehidupan seseorang. Simanjuntak dan Dewantara juga menambahkan bahwa religiositas dapat diukur sebagai sikap kognitif dari seseorang di mana nilai dari religiositas seseorang tersebut harus sesuai dengan ketertarikan mereka.²⁵

Religiositas cenderung memengaruhi dan bersifat individual karena dapat menjadi dasar dari nalar, prinsip, sistem kepercayaan, dan perilaku yang dianut dengan pengabdian dan keyakinan.²⁶ Tingkat religiositas dapat diukur dengan menggunakan lima indikator, yaitu *religious belief*, *religious practice*, *religious feeling*, *religious knowledge*, dan *religious effect*.²⁷ Berdasarkan pengertian tersebut, variabel religiositas penting digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruhnya dalam memengaruhi niat seseorang untuk melakukan perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah.

²⁴ Mahiah Said dkk., "Assessing Consumers' Perception, Knowledge and Religiosity on Malaysia's Halal Food Products," *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 130 (2014): 120-128.

²⁵ Simanjuntak dan Dewantara, "The Effects of Knowledge."

²⁶ Tara dkk., "Factors Influencing Adoption," 352-362.

²⁷ Djameludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 80-81.

Determinan pengembangan TRA berikutnya adalah variabel literasi keuangan syariah. Literasi keuangan adalah pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.²⁸ Pengetahuan meliputi pengetahuan tentang perencanaan kekayaan dan manajemen. Keterampilan meliputi kemampuan berkomunikasi tentang konsep keuangan dan kemampuan menyelesaikan masalah. Keyakinan meliputi kepercayaan terhadap kinerja dan kualitas lembaga keuangan syariah dan keyakinan untuk terus menggunakan layanan lembaga keuangan syariah.²⁹

Pemahaman tentang literasi keuangan menjadi hal penting yang harus dimiliki setiap individu untuk menuju kehidupan yang sejahtera secara ekonomi pada masa yang akan datang. Pengalokasian pendapatan dan keuangan yang baik dan tepat menjadi salah satu syarat seseorang untuk menunjang kesejahteraan hidup yang lebih baik. Seberapa pun besar pendapatan atau penghasilan seseorang, jika tidak adanya pemahaman pengelolaan keuangan dengan baik dan tepat, hal tersebut akan menjadi ganjalan untuk kehidupan pada masa depan.

Lusardi dan Mitchell menyatakan bahwa literasi keuangan adalah suatu keterampilan yang harus dikuasai oleh setiap individu untuk memperbaiki taraf hidupnya dengan upaya pemahaman terhadap perencanaan dan pengalokasian sumber daya keuangan yang tepat dan efisien.³⁰ Selain itu, Huston mendefinisikan literasi keuangan sebagai keahlian yang dimiliki oleh individu dengan kemampuannya untuk mengelola pendapatannya agar tercapai

²⁸ Adele Atkinson dan Flore-Anne Messy, *Measuring Financial Literacy: Results of the OECD INFE Pilot Study*, OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions No. 15 (OECD Publishing, 2012).

²⁹ Rozikin dan Sholekhah

³⁰ Annamaria Lusardi dan Olivia S. Mitchell, "Baby Boomer Retirement Security: The Roles of Planning, Financial Literacy, and Housing Wealth," *Journal of Monetary Economics* 54, no. 1 (2007): 205-224.

peningkatan kesejahteraan finansial. Literasi keuangan menjadi hal dasar yang harus dipahami dan dikuasai oleh setiap individu karena berpengaruh terhadap kondisi keuangan seseorang serta memiliki dampak terhadap pengambilan keputusan ekonomi yang baik dan tepat.³¹

Penelitian mengenai literasi keuangan syariah oleh Aisyah dan Wicaksana membuktikan bahwa literasi keuangan syariah mempunyai kontribusi tinggi terhadap variabel keputusan pembiayaan di bank syariah.³² Penelitian Hilgert dan Hogart menyatakan bahwa perilaku keuangan yang sehat ditunjukkan oleh aktivitas perencanaan, pengelolaan, serta pengendalian keuangan yang baik. Indikator perilaku keuangan yang baik dapat dilihat dari cara/sikap seseorang dalam mengelola keluar masuknya uang, manajemen kredit, tabungan, dan investasi. Bijak tidaknya pengelolaan keuangan pribadi ini erat kaitannya dengan kemampuan serta pengetahuan seseorang akan konsep-konsep keuangan yang dikenal dengan literasi keuangan.³³ Literasi keuangan didefinisikan sebagai kecerdasan atau kemampuan seseorang dalam mengelola keuangannya. Literasi keuangan merupakan suatu keharusan bagi tiap individu agar terhindar dari masalah keuangan karena individu sering kali dihadapkan pada *trade off*, yaitu situasi di mana seseorang harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya. Masalah *trade off* terjadi karena seseorang dibatasi oleh kemampuan finansialnya (pendapatan) untuk memperoleh semua barang yang diinginkan. Literasi keuangan memengaruhi hampir semua aspek yang berhubungan dengan perencanaan dan pengeluaran uang, seperti pendapatan, penggunaan

³¹ Sandra J. Huston, "Measuring Financial Literacy," *The Journal of Consumer Affairs* 44, no. 2 (2010): 296-316.

³² Siti Aisyah dan Ragil Satria Wicaksana, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah Wilayah Kabupaten Bantul Yogyakarta)," *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2019): 473-487.

³³ Marianne A. Hilgert dan Jeanne M. Hogart, "Household Financial Management: The Connection between Knowledge and Behavior," *Federal Reserve Bulletin*, July 2003, 309-322.

kartu kredit, tabungan, investasi, manajemen keuangan, dan pembuatan keputusan keuangan.³⁴

Bukti empiris rendahnya literasi keuangan juga terjadi pada kalangan masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Chen dan Volpe, rendahnya literasi keuangan masyarakat terjadi karena kurangnya edukasi *personal finance*.³⁵ Lebih lanjut, Nidar dan Bestari dalam penelitiannya juga menemukan bahwa level literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa masih dikategorikan rendah. Akan tetapi, Nidar dan Bestari dalam penelitiannya hanya menggunakan satu universitas sebagai sampel saja, tidak melihat populasi masyarakat secara umum. Selain itu, penelitian mereka tidak mengorelasikan literasi keuangan dengan perilaku keuangan mahasiswa yang diduga memiliki korelasi dengan pengambilan keputusan.³⁶

Lebih lanjut, Robb dan Sharpe pernah melakukan penelitian terhadap 6.520 mahasiswa di Universitas Midwestern dan menemukan bahwa pengetahuan keuangan memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku dalam menggunakan kartu kredit.³⁷ Namun, Robb dan Woodyard mengatakan bahwa korelasi antara literasi keuangan dan perilaku belum jelas karena penelitiannya tidak menemukan pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku seseorang. Temuan-temuan hasil penelitian terdahulu tersebut dapat diketahui bahwa terjadi inkonsistensi hasil penelitian yang menggunakan variabel religiositas dan literasi keuangan dalam memengaruhi perilaku keputusan pembiayaan.

³⁴ Kenichiro Chinen dan Hideki Endo, "Effects of Attitude and Background on Personal Financial Ability: A Student Survey in the United States," *International Journal of Management* 29, no. 1 (2012): 33-45.

³⁵ Haiyang Chen dan Ronald P. Volpe, "An Analysis of Personal Financial Literacy among College Students," *Financial Services Review* 7, no. 2 (1998): 107.

³⁶ Sulaeman Rahman Nidar dan Sandi Bestari, "Personal Financial Literacy among University Students (Case Study at Padjadjaran University Students, Bandung, Indonesia)," *World Journal of Social Sciences* 2, no. 4 (2012): 162-171.

³⁷ Cliff A. Robb dan Deanna L. Sharpe, "Effect of Personal Financial Knowledge on College Students' Credit Card Behavior," *Journal of Financial Counseling and Planning* 20, no. 1 (2009): 25-40.

Penelitian ini lebih menegaskan pada pengaruh moderasi religiositas dan literasi pada variabel niat terhadap perilaku nasabah bank syariah. Selain itu, prediktor niat terhadap perilaku dalam TRA belum dibahas secara menyeluruh. Penelitian ini didasarkan pada tiga alasan utama. Pertama adalah untuk mengatasi kelemahan dari TRA yang memerlukan penambahan variabel lain untuk mendapatkan kemampuan prediksi yang lebih baik antara niat dan perilaku. Kedua adalah untuk menjawab kritik atas TRA bahwa meskipun telah ditambahkan variabel *perceived behaviour control* (PBC) dalam TPB, tetap belum mampu menjelaskan variabel determinan yang memengaruhi antara niat dan perilaku aktual. Ketiga adalah untuk mendapatkan model yang paling tepat dalam mengukur perilaku nasabah saat menentukan pilihan pada bank syariah. Penambahan kedua variabel ini pada model pengembangan berposisi sebagai variabel moderasi dari niat terhadap perilaku nasabah menggunakan pembiayaan di bank syariah. Pengembangan model ini diharapkan dapat menemukan sejauh mana memahami perilaku nasabah-nasabah dalam membuat keputusan dalam melakukan pembiayaan di bank syariah. Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini akan menganalisis lebih dalam mengenai “Determinan Keputusan Pembiayaan di Bank Syariah: Pengembangan *Theory of Reasoned Action*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh sikap (*attitude*) terhadap niat perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah?
2. Bagaimana pengaruh norma subjektif (*subjective norm*) terhadap niat perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah?
3. Bagaimana pengaruh niat (*intention*) terhadap perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah?
4. Bagaimana pengaruh religiositas sebagai variabel moderasi antara niat dan perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah?

5. Bagaimana pengaruh literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi antara niat dan perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah

- a. untuk menganalisis bagaimana pengaruh sikap (*attitude*) terhadap niat perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah;
- b. untuk menganalisis bagaimana pengaruh norma subjektif (*subjective norm*) terhadap niat perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah;
- c. untuk menganalisis bagaimana pengaruh niat (*intention*) terhadap perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah;
- d. untuk menganalisis bagaimana pengaruh religiositas sebagai variabel moderasi antara niat dan perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah;
- e. untuk menganalisis bagaimana pengaruh literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi antara niat dan perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah.

2. Manfaat

a. Manfaat Teoretis

Dalam penelitian-penelitian sebelumnya, seperti yang pernah dilakukan Ibrahim, Fisol, dan Haji-Othman,³⁸ pada umumnya para peneliti menggunakan TRA sebagai landasan teori atau sebagai kerangka kerja untuk memverifikasi teori tersebut. Selanjutnya, TRA digunakan dalam situasi dan tempat yang berbeda untuk kemudian dinyatakan bahwa teori tersebut benar adanya. Penelitian-penelitian tersebut juga menggunakan TRA untuk memprediksi niat perilaku tertentu sebagaimana

³⁸ Mohd Azizi Ibrahim, Wan Nazjmi Mohamed Fisol, dan Yusuf Haji-Othman, "Customer Intention on Islamic Home Financing Products: An Application of Theory of Planned Behavior (TPB)," *Mediterranean Journal of Social Sciences* 8, no. 2 (2017): 77–86.

yang dilakukan oleh pengagasnya. Meskipun demikian, para peneliti tersebut tetap melihat adanya beberapa kelemahan dari TRA sehingga perlu ditindaklanjuti dengan penelitian berikutnya. Pada umumnya, peneliti menggunakan variabel sikap dan norma subjektif yang memengaruhi niat terhadap perilaku sehingga perlu adanya analisis faktor lain yang memengaruhi niat terhadap perilaku aktualnya.³⁹

Berdasarkan tinjauan terhadap penelitian mengenai TRA di atas, terdapat beberapa kekurangan sebagai berikut. Penelitian-penelitian yang sudah dilakukan menggunakan teori tersebut kebanyakan berhenti pada niat berperilaku sehingga masih menyisakan pertanyaan mengenai bagaimana hubungan niat dengan perilaku aktual. Kebanyakan penelitian terdahulu belum banyak mencoba mengembangkannya atau bahkan mencoba membantahnya, misalnya penelitian Masfiatun Nikmah dan Sri Hartini⁴⁰ yang juga mengembangkan TRA. Penelitian mereka menambahkan variabel *perceived value* (*green value* dan *functional value*) untuk mengetahui perilaku pembelian konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer value* (dalam studi ini *functional value* dan *green value*) menentukan perilaku orang dalam pembelian *green* produk.⁴¹ Perbedaan dengan penelitian sekarang ini adalah terletak pada objek penelitian dan variabel penelitian. Dalam penelitian sekarang ini, peneliti menambahkan variabel moderasi religiositas dan literasi keuangan syariah untuk menganalisis pengaruh variabel niat terhadap perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah.

Penelitian sekarang ini mengembangkan TRA untuk menganalisis secara faktual mengenai variabel-variabel yang

³⁹ Neila Ramdhani, "Penyusunan Alat Pengukur Berbasis *Theory of Planned Behavior*," *Buletin Psikologi* 19, no. 2 (2011): 55-69.

⁴⁰ Masfiatun Nikmah dan Sri Hartini, "Pengembangan *Theory of Planned Behavior* pada Keputusan Pembelian *Green Product*," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 5, no. 2 (2020): 85-96.

⁴¹ Urbayatur dan Widhiarso, "Variabel Mediator dan Moderator."

memengaruhi niat terhadap perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan acuan akademis dalam penelitian lebih lanjut, terutama untuk mengkaji bagaimana pengaruh sikap, norma subjektif, dan niat terhadap perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Penelitian ini sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori yang sudah ada serta mengembangkan TRA untuk mengetahui faktor yang memengaruhi perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Pihak Perbankan Syariah

Bank syariah hendaknya lebih mengutamakan pengelolaan keuangan dengan benar-benar menerapkan prinsip-prinsip syariah, tidak hanya mengejar keuntungan semata *profit oriented*. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan untuk menentukan strategi *marketing* dalam meningkatkan pembiayaan di bank syariah.

2. Bagi Nasabah Bank Syariah

Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa variabel religiositas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dengan mengutamakan prinsip syariah dapat memberikan motivasi kepada nasabah untuk lebih berminat meningkatkan usaha yang dijalankan dengan mengakses pembiayaan di bank syariah. Bank juga menawarkan banyak tipe pembiayaan sehingga nasabah dapat memilih sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, bank syariah hendaknya memberikan pelayanan dan fasilitas pembiayaan yang mudah bagi nasabah. Jangka waktu pembiayaan juga menyesuaikan dengan kemampuan nasabah dalam pengembalian dana sehingga tidak membuat nasabah enggan melakukan pembiayaan.

3. Bagi Pemerintah dan Otoritas Jasa Keuangan

Kepada OJK dan pemangku kebijakan, penelitian ini memberikan masukan bahwa tingkat religiositas seseorang berpengaruh dalam menentukan perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Oleh karena itu, OJK hendaknya dalam peraturan terbarunya Nomor 25/POJK.03/2021 tentang Penyelenggaraan Produk Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dalam Bab VII “Perlindungan Konsumen dan/atau Pemenuhan Prinsip Syariah” lebih menekankan faktor kesyariahan dan pengawasan syariah yang sangat ketat terhadap perbankan-perbankan syariah yang ada. Dengan dijalankannya prinsip-prinsip pembiayaan sesuai syariah dapat meningkatkan kepercayaan nasabah untuk mengakses pembiayaan. Peningkatan tersebut berdampak cukup besar bagi pemerintah, seperti mendorong pertumbuhan sektor riil karena uang tersalur pada pihak yang menjalankan usaha; menjadi alat pengendali moneter dalam hal pengendalian uang beredar di masyarakat sehingga nilai uang dapat stabil; peningkatan pendapatan masyarakat bahkan peningkatan pajak negara melalui pemungutan pajak pendapatan dari bank syariah dan/atau nasabah.

4. Bagi Masyarakat Luas

Penelitian ini dapat dijadikan tambahan informasi dalam menentukan keputusan pembiayaan di bank syariah. Pembiayaan modal usaha yang meningkat menjadikan UMKM membutuhkan tenaga kerja lebih banyak dari sebelumnya sehingga terciptanya lapangan kerja akan membantu mengurangi tingkat pengangguran. Bagi para kreditur, mereka akan mendapatkan bagi hasil yang lebih tinggi nilainya dari bank syariah dari hasil keuntungan pembiayaan yang disalurkan. Dalam rangka melancarkan proses pembiayaan, akan terlibat juga masyarakat dari profesi lain, seperti akuntan, notaris, maupun asuransi.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memprediksi apakah ada pengaruh signifikan antara variabel sikap, norma subjektif, niat, religiositas, dan literasi keuangan terhadap keputusan pembiayaan di bank syariah. Penelitian ini mendapatkan hasil sebagai berikut.

1. Variabel sikap dalam temuan di berbagai penelitian ilmiah menyebutkan bahwa sikap dapat memengaruhi individu dalam kegiatan apa pun. Dilihat dari aspek-aspek yang diteliti dalam pertanyaan yang ada pada kuesioner, peneliti memasukan beberapa aspek, yaitu mengenai keyakinan merencanakan masa depan dengan menggunakan produk pembiayaan perbankan syariah; merencanakan pengeluaran tak terduga dengan menggunakan produk pembiayaan perbankan syariah; keyakinan memilih pembiayaan di lembaga keuangan syariah dengan citra *image* yang baik; teman atau kolega merekomendasikan untuk menggunakan layanan perbankan syariah; keluarga mendukung untuk menggunakan layanan pembiayaan di perbankan syariah; dan teman atau kolega juga mendukung untuk menggunakan layanan pembiayaan di perbankan syariah. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan sikap terhadap niat perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah.
2. Norma subjektif merupakan salah satu variabel yang sering diuji dalam penelitian terhadap niat dan perilaku. Pada dasarnya, norma subjektif menjadi hal yang mendukung individu dalam memengaruhi niat terhadap perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Pada penelitian ini ditemukan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Untuk melihat lebih dalam hal yang menunjukkan mengapa variabel norma

subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah, dapat dilihat salah satunya melalui pernyataan yang terdapat pada kuesioner penelitian. Pernyataan yang diajukan pada norma subjektif melihat kepada beberapa aspek, yaitu keyakinan bahwa keluarga, teman, dan kolega memberikan dukungan menggunakan layanan pembiayaan di perbankan syariah. Berdasarkan aspek-aspek di atas, fakta yang dapat dilihat dari penelitian ini menemukan bahwa norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap niat keputusan pembiayaan di bank syariah.

3. Variabel niat dalam temuan berbagai penelitian ilmiah menyebutkan bahwa niat berpengaruh dalam perilaku kegiatan apa pun pada setiap individu. Dilihat dari aspek-aspek yang diteliti dalam pertanyaan yang ada pada kuesioner, peneliti memasukan beberapa aspek untuk mengetahui seberapa jauh variabel niat memengaruhi perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Peneliti menanyakan mengenai keinginan untuk menggunakan pelayanan pembiayaan di bank syariah, keinginan untuk menggunakan produk pembiayaan bank syariah karena faktor ekonomi, keinginan untuk menggunakan jasa pelayanan pembiayaan bank syariah suatu hari nanti. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa ada pengaruh positif signifikan niat terhadap perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah.
4. Pengembangan model penelitian dalam penelitian ini adalah menambahkan variabel religiositas sebagai variabel moderasi antara niat dan keputusan pembiayaan di bank syariah. Variabel religiositas dalam temuan berbagai penelitian ilmiah menyebutkan bahwa religiositas berpengaruh dalam perilaku kegiatan individu. Dilihat dari aspek-aspek yang diteliti dalam pernyataan kuesioner, peneliti memasukan beberapa aspek untuk mengetahui seberapa jauh variabel religiositas mampu memperkuat pengaruh niat terhadap perilaku pembiayaan di bank syariah. Peneliti menanyakan mengenai percaya adanya Tuhan; selalu melaksanakan ibadah; merasa Allah memberi

pahala jika selalu melakukan hal baik; mengetahui isi ajaran Al-Qur'an dan pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan; dan menikmati harta yang halal. Temuan dari penelitian ini adalah religiositas sebagai variabel moderasi berpengaruh positif signifikan terhadap niat keputusan pembiayaan di bank syariah. Jadi, religiositas mampu memperkuat pengaruh niat seseorang dalam hal keputusan memilih pembiayaan di bank syariah. Dengan demikian, penelitian ini berhasil mengembangkan model penelitian TRA dengan penambahan variabel religiositas dalam memoderasi hubungan antara niat dan perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah.

5. Variabel literasi keuangan dalam temuan berbagai penelitian ilmiah menyebutkan bahwa literasi keuangan berpengaruh dalam perilaku pembiayaan. Namun, temuan lain juga menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap niat pembiayaan di bank syariah. Pada penelitian ini ditemukan bahwa tidak ada hubungan antara literasi keuangan dan niat perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Dilihat dari aspek-aspek yang diteliti dalam pertanyaan yang ada pada kuesioner, peneliti memasukan beberapa aspek untuk mengetahui seberapa jauh variabel literasi keuangan mampu memengaruhi niat terhadap perilaku pembiayaan di bank syariah. Peneliti menanyakan mengenai bahwa lembaga keuangan syariah tidak menggunakan sistem riba; kemampuan mengelola keuangan sesuai syariah dengan baik; merencanakan keuangan untuk masa depan usaha saya; percaya terhadap kinerja lembaga keuangan syariah; dan percaya terhadap kualitas dan pelayanan lembaga keuangan syariah. Hal menarik dari temuan penelitian ini diketahui bahwa variabel literasi keuangan tidak memberikan pengaruh terhadap niat keputusan pembiayaan di bank syariah. Dengan kata lain, variabel literasi keuangan tidak mampu memoderasi hubungan niat dengan perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dikemukakan implikasi secara teoretis dan praktis sebagai berikut.

1. Implikasi Teoretis

Implikasi teoretis berkaitan dengan kontribusi hasil penelitian atas perkembangan teori dalam ilmu ekonomi, khususnya pada kajian teori perilaku konsumen *theory of reasoned action* (TRA). Dalam TRA masih terdapat banyak faktor yang menyisakan jeda ruang untuk pengembangan variabel yang memengaruhi *intention* (niat) terhadap *behavior* (perilaku). Inti TRA tetap berada pada faktor intensi perilaku. Namun, determinan intensi tidak hanya sikap dan norma subjektif saja, tetapi hubungan antara niat dan perilaku aktual masih dipengaruhi oleh faktor lain yang dapat memperkuat atau melemahkan keputusan perilaku itu sendiri. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel religiositas memberikan pengaruh positif signifikan terhadap perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Dengan demikian, penelitian ini berhasil mengembangkan model TRA dengan menambahkan variabel religiositas dalam memoderasi hubungan niat dengan perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah.

Hasil penelitian juga menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap niat perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Hal ini berimplikasi bagi bank syariah dalam meningkatkan keputusan pembiayaan. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang memiliki pengetahuan keuangan syariah tinggi cenderung tidak puas terhadap produk pembiayaan di bank syariah. Oleh karena itu, pihak perbankan harus benar-benar menerapkan prinsip-prinsip syariah pada kegiatan operasionalnya. Penelitian ini berkontribusi dalam mendapatkan model terbaik untuk menjelaskan perilaku nasabah bank syariah dalam hal keputusan melakukan pembiayaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya model perilaku konsumen dalam ranah ekonomi Islam dan model pengembangan teori ini dapat dijadikan rujukan dalam menganalisis mengenai perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah.

2. Implikasi Praktis

- a. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel sikap berpengaruh positif signifikan terhadap variabel niat perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Apabila sikap meningkat, niat perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah juga meningkat. Sikap dalam penelitian ini mengacu pada sejauh mana keyakinan individu untuk melakukan keputusan pembiayaan di bank syariah. Atas dasar temuan tersebut, hendaknya bank syariah lebih meningkatkan sosialisasi ke tingkat keluarga, RT, RW, desa, kelurahan, dan kecamatan mengenai produk pembiayaannya kepada masyarakat luas sehingga dapat meyakinkan masyarakat mengenai produk pembiayaan bank syariah.
- b. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap variabel niat perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Apabila variabel norma subjektif meningkat, niat perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah juga meningkat. Norma subjektif merefleksikan bagaimana peran keluarga, teman, dan orang lain mendukung seseorang untuk melakukan keputusan pembiayaan di bank syariah. Apabila makin kuat norma subjektif, makin kuat pula niat seseorang melakukan keputusan pembiayaan di bank syariah. Jadi, bank syariah hendaknya lebih meningkatkan *brand image* yang baik kepada masyarakat supaya masyarakat makin tertarik untuk menggunakan dan menyarankan orang lain untuk melakukan pembiayaan di bank syariah.
- c. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel niat berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Artinya, apabila niat meningkat, keputusan perilaku pembiayaan di bank syariah juga meningkat. Niat (*intention*) didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku. Niat tidak selalu statis, dapat berubah seiring berjalannya waktu. Berdasarkan jawaban dari pertanyaan kuesioner pembentuk indikator niat, hendaknya bank syariah lebih meningkatkan pelayanan pembiayaan dan

menjalankan sosialisasi produk pembiayaan syariah supaya niat seseorang untuk mengakses pembiayaan di bank syariah makin meningkat.

- d. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel religiositas berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Religiositas merupakan suatu sistem yang kompleks dari kepercayaan, keyakinan, dan sikap-sikap yang menghubungkan individu dari satu keberadaan atau kepada sesuatu yang bersifat keagamaan. Bank syariah hendaknya lebih menggiatkan sosialisasi tentang keuangan syariah kepada masyarakat muslim dengan harapan masyarakat muslim lebih memilih pembiayaan di bank syariah daripada di bank konvensional. Bagi masyarakat, hendaknya juga aktif mencari informasi pengetahuan tentang definisi maupun produk-produk dari bank syariah di tengah mulai berkembang dan tumbuhnya bank-bank syariah di lingkungan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian ini, religiositas berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku keputusan pembiayaan di bank syariah. Jadi, rekomendasi atau masukan kepada pemerintah adalah agar membuat kebijakan perekonomian peningkatan *market share* pembiayaan di perbankan syariah dengan melihat pentingnya faktor religiositas masyarakat. Pemerintah hendaknya mendorong perbankan syariah untuk lebih bekerja sama dengan lembaga keuangan mikro syariah. LKM syariah yang umumnya berbadan hukum koperasi lebih mampu menjangkau UMKM terpencil di Indonesia. Pemerintah melalui MUI dan Dinas Pendidikan terkait hendaknya memasukan kurikulum pelajaran ekonomi syariah sejak pendidikan sekolah menengah pertama. Sehingga pemahaman nilai-nilai religiositas mengenai keuangan syariah semakin meningkat.

Bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai perwakilan pemerintah yang mengatur regulasi lembaga keuangan di Indonesia, diharapkan OJK dapat menambahkan beberapa ketentuan dalam Perjanjian Pembiayaan Syariah Pasal 8, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/POJK.05/2014 tentang Penyelenggaraan Usaha

Pembiayaan Syariah. Adapun penambahan pasal tersebut adalah mengenai kewajiban lembaga keuangan syariah untuk melakukan bimbingan dan pendampingan bagi nasabah yang melakukan pembiayaan. Pendampingan pembiayaan dapat menambah literasi keuangan dan peningkatan religiositas nasabah mengenai pembiayaan di bank syariah. Dengan pendampingan pembiayaan tersebut diharapkan dapat menambah keyakinan masyarakat untuk meningkatkan keputusan mereka memilih pembiayaan di bank syariah. OJK dapat bekerja sama dengan lembaga sosial keagamaan untuk melakukan sosialisasi mengenai keuangan syariah dan penyaluran bantuan terhadap UMKM agar dapat menggunakan skema pembiayaan sesuai syariah sehingga UMKM dapat lebih leluasa mengembangkan bisnis usahanya. Selain itu, organisasi sosial keagamaan yang ada juga dapat menjadi perantara masyarakat kecil untuk memulai UMKM.

C. Saran

Saran yang dapat peneliti rekomendasikan kepada peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini hanya dilakukan dengan pengambilan sampel 250 responden masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan demikian, peneliti merekomendasikan kepada peneliti selanjutnya, hendaknya dapat melakukan pengembangan lagi dalam penelitian-penelitian yang sejenis pada kemudian hari dengan memperluas jumlah responden dan objek penelitian.
2. Hasil model penelitian ini menunjukkan bahwa besarnya keragaman dari data penelitian yang dapat dijelaskan oleh model penelitian adalah sebesar 83%, sedangkan sisanya 17% dijelaskan oleh faktor lain yang berada di luar model penelitian ini. Dengan demikian, masih terdapat faktor pengembangan lain dari TRA yang belum dikaji dalam penelitian ini. Hendaknya penelitian selanjutnya dapat mengkaji lagi dengan mengembangkan model penelitian sejenis.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

Artikel dan Buku

- Abdesamed, Khalid Hassan, dan Kalsom Abd Wahab. "Owner/Managers" External Financing Used and Preference towards Islamic Banking." *International Journal of Economics and Management Engineering* 9, no. 9 (2015): 3257–3262.
- Abduh, Muhamad, Salina Kassim, dan Zainurin Dahari. "Customer Satisfaction and Switching Behavior in Islamic Banking: Evidence from Indonesia." *School of Doctoral Studies (European Union) Journal* (2012): 209–215.
- Abdullah, Abdul Aziz, Rokiah Sidek, dan Ahmad Azrin Adnan. "Perception of Non-Muslims Customers towards Islamic Banks in Malaysia." *International Journal of Business and Social Science* 3, no. 11 (2012): 151–163.
- Abdullah, Shardy, dkk. "Managing Government Property Assets: The Main Issues from the Malaysian Perspective." *Jornal of Techno-Social* 3, no. 1 (2011): 35-52.
- Abdullrahim, Najat, dan Julie Robson. "The Importance of Service Quality in British Muslim's Choice of an Islamic or non-Islamic Bank Account." *Journal of Financial Services Marketing* 22, no. 2 (2017): 54–63.
- Abiah, Fada Kodun, dan Bundi Wabekwa. "People's Perception towards Islamic Banking: A Field Work Study in Gombe Local Government Area, Nigeria." *International Journal of Business, Humanities and Tecnology* 2, no. 7 (2012): 121–131.
- Abou-Youssef, Mariam Mourad Hussein, dkk. "Effects of Religiosity on Consumer Attitudes toward Islamic Banking in Egypt." *International Journal of Bank Marketing* 33, no. 6 (2015): 786–807.

- Adnan, Ahmad Azrin, Noor Azeanti Mohd Nasir, dan Dalfiza Mohd Yusof. "Bank Choice Behaviour among Malaysian Muslims: A Qualitative Approach." *International Research Journal of Social Sciences* 3, no. 2 (2013): 1–8.
- Ahmad, Ashfaq, dkk. "An Empirical Investigation of Islamic Banking in Pakistan Based on Perception of Service Quality." *African Journal of Business Management* 4, no. 6 (2010): 1185–1193.
- Ahmad, Ashfaq, Kashif-Ur-Rehman, dan Muhammad Iqbal Saif. "Islamic Banking Experience of Pakistan: Comparison between Islamic and Conventional Banks." *International Journal of Business and Management* 5, no. 2 (2010): 137–143.
- Ahmad, Gatot Nazir, dkk. "Determinants of the Islamic Financial Literacy." *Accounting* 6 (2020): 961–966.
- Ahmad, Kamilah, dkk. "Factors Associated with the SMEs Preferences towards Islamic Banking Products and Services." *Advanced Science Letters* 24, no. 6 (2018): 4726–4730.
- Ahmad, Khaliq, Ghulam Ali Rustam, dan Michael M. Dent. "Brand Preference in Islamic Banking." *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 1 (2011): 74–82.
- Ahmad, Nurul Wajhi, Murni Yunus Mawar, dan Norazlina Ripain. "Financial Literacy of Youth: A Case Study of Islamic Banking and Finance Students in Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor." *Proceeding of the 3rd International Conference on Management & Muamalah 2016* (2016): 277–287.
- Ahmad, Syarwani, dan Zahrudin Hodsay. *Profesi Kependidikan dan Keguruan*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Ahmed, Habib. "Islamic Banking and Shari'ah Compliance: A Product Development Perspective." *Journal of Islamic Finance* 3, no. 2 (2014): 15–29.

- Aigbovo, Omoruyi, dan Abudu Kasimu. "Ethical Finance: Islamic Banking and Finance in Nigeria." *Amity Journal of Corporate Governance* 3, no. 1 (2019): 13–32.
- Aisyah, Siti, dan Ragil Satria Wicaksana. "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah Wilayah Kabupaten Bantul Yogyakarta)." *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2019): 473-487.
- Ajzen, Icek, dan B. L. Driver. "Prediction of Leisure Participation from Behavioral, Normative, and Control Beliefs: An Application of the Theory of Planned Behavior." *Leisure Sciences* 13 (1991): 185–204.
- Ajzen, Icek, dan Martin Fishbein. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc, 1980.
- Ajzen, Icek. "Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior." *Journal of Applied Social Psychology* 32, no. 4 (2002): 665- 683.
- Ajzen, Icek. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179-211.
- Ajzen, Icek. *Attitudes, Personality and Behavior*. Ed. ke-2. Berkshire, UK: Open University Press, 2005.
- Ajzen, Icek. *Attitudes, Personality, and Behavior*. Chicago, IL: Dorsey Press, 1988.
- Ajzen, Icek, dan Martin Fishbein. "Attitudes and Normative Beliefs as Factors Influencing Behavioral Intentions." *Journal of Personality and Social Psychology* 21, no. 1 (1972): 1–9.
- Al Arif, Nur Rianto. *Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Al-Arif, Nur Rianto. *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoritis Praktis*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.

- Alawyn, Kamal Abdullah. "Ibn Khaldun: Agama dan Kekuasaan Politik." *Jurnal Ulumul Qur'an* 2, no. 8 (1991): 82-89.
- Albaity, Mohamed, dan Mahfuzur Rahman. "The Intention to Use Islamic Banking: An Exploratory Study to Measure Islamic Financial Literacy." *International Journal of Emerging Markets* 14, no. 5 (2019): 988–1012.
- Ali, Muhammad, Syed Ali Raza, dan Chin-Hong Pua. *Factors Affecting Intention to Use Islamic Personal Financing in Pakistan: Evidence from the Modified TRA Model*. MPRA Paper No. 66023. Munich Personal RePEc Archive 2015.
- Ali, Waqas, Irfan Haider Shakri, dan Muhammad Masood Khan. "Moderation Mediation Framework for Enterprise Risk Management and Performance of Islamic Banks of Pakistan." *Pakistan Business Review* 21, no. 3 (2019): 85-100.
- Ali, Zainuddin. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Amin, Hanudin, Abdul-Rahim Abdul-Rahman, dan Dzuljastri Abdul Razak. "Theory of Islamic Consumer Behaviour: An Empirical Study of Consumer Behaviour of Islamic Mortgage in Malaysia." *Journal of Islamic Marketing* 5, no. 2 (2014): 273–301.
- Ancok, Djamaludin, dan Fuat Nashori Suroso. *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Antara, Purnomo M., Rosidah Musa, dan Faridah Hassan. "Bridging Islamic Financial Literacy and Halal Literacy: The Way Forward in Halal Ecosystem." *Procedia Economics and Finance* 37 (2016): 196-202.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.

- Argote, Linda, dan John M. Levine (ed.). *The Oxford Handbook of Group and Organizational Learning*. Oxford: University Press, 2020.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2014.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Grafindo Persada, 2007.
- Asif, Muhammad, dkk. "Factors Determining the Attitude of Customers towards Islamic Banking: A Study of Peshawar, Pakistan." *Abasyn Journal of Social Sciences* 9, no. 1 (2015): 201–210.
- Aslan, Imran. "Interest- Free Banking: Reasons for Choosing Islamic Banking in Bingol City." *PressAcademia* 3, no. 1 (2017): 257–268.
- Asri, Heru Aulia Azman, dan Ismail. "Pengaruh Pengetahuan dan Sikap terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah dengan Faktor Religiusitas sebagai *Moderating Variable*." *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies* 3, no. 1 (2019): 1-19.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Press, 2004.
- Atkinson, Adele, dan Flore-Anne Messy. *Measuring Financial Literacy: Results of the OECD INFE Pilot Study*. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions No. 15. OECD Publishing, 2012.
- Awan, Abdul Ghafoor, dan Maliha Azhar. "Consumer Behaviour towards Islamic Banking in Pakistan." *European Journal of Accounting Auditing and Finance Research* 2, no. 9 (2014): 42–65.
- Awan, Hayat M., dan Khuram Shahzad Bukhari. "Customer's Criteria for Selecting an Islamic Bank: Evidence from Pakistan." *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 1 (2011): 14–27.

- Awan, Hayat Muhammad, Khuram Shahzad Bukhari, dan Anam Iqbal. "Service Quality and Customer Satisfaction in the Banking Sector: A Comparative Study of Conventional and Islamic Banks in Pakistan." *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 3 (2011): 203–224.
- Aziz, Shahab, dan Zahra Afaq. "Adoption of Islamic Banking in Pakistan an Empirical Investigation." *Cogent Business & Management* 5, no. 1 (2018): 1-17.
- Azwar, Saifudin. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002.
- Bank Indonesia. *Laporan Perekonomian Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Mei 2019*. Kantor Perwakilan Bank Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Bashir, Adnan, Mirza Rizwan Sajid, dan Samra Iqbal. "Barriers to Islamic Banking Growth- Bank Employees' Perspective from Pakistan." *Asian Journal of Finance & Accounting* 3, no. 1 (2011): 56–71.
- Bashir, Mohamed Sharif. "Analysis of Customer Satisfaction with the Islamic Banking Sector: Case of Brunei Darussalam." *Asian Journal of Business and Management Sciences* 2, no. 10 (2012): 38–50.
- Butt, Irfan, dkk. "Determinants of Low Adoption of Islamic Banking in Pakistan." *Journal of Islamic Marketing* 9, no. 3 (2018): 655–672.
- Chen, Haiyang, dan Ronald P. Volpe. "An Analysis of Personal Financial Literacy among College Students." *Financial Services Review* 7, no. 2 (1998): 107-128.
- Chenguel, Mohamed Bechir. "The Determinants Affecting the Preference of Islamic Banking Services in Tunisia." *International Journal of Decision Sciences, Risk and Management* 8, no. 3 (2019): 135–148.

- Chinen, Kenichiro, dan Hideki Endo. "Effects of Attitude and Background on Personal Financial Ability: A Student Survey in the United States." *International Journal of Management* 29, no. 1 (2012): 33-45.
- Churchill, Gilbert A. *Dasar-Dasar Riset Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2005.
- Daradjat, Zakiah. *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Bulan Bintang, 1993.
- Deliarinov. *Ekonomi Politik*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Doraisamy, Barathy, Arunagiri Shanmugam, dan Ravindran Raman. "A Study on Consumers' Preferences of Islamic Banking Products and Services in Sungai Petani." *Academic Research International* 1, no. 3 (2011): 290-302.
- Driyakarya. *Percikan Filsafat*. Jakarta: Lembaga Penunjang Pembangunan Nasional, 1988.
- Echchabi, Abdelghani, dan Oladokun Nafiu Olaniyi. "Malaysian Consumers' Preferences for Islamic Banking Attributes." *International Journal of Social Economics* 39, no. 11 (2012): 859-874.
- Effasa, Ahmad Saifurriza, dan Furi Asfiyatul Ain. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Pedagang Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah Mandiri KC Sumberrejo-Bojonegoro." *Gema Ekonomi: Jurnal Fakultas Ekonomi* 8, no. 1 (Juli 2019): 41-53.
- Elbeck, Matt, dan Evangellos-Vagelis Dedoussis. "Arabian Gulf Innovator Attitudes for Online Islamic Bank Marketing Strategy." *Journal of Islamic Marketing* 1, no. 3 (2010): 268-285.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. *Consumer Behavior*. Ed. ke-8. Orlando: The Dryden Press, 1995.

- Engel, James F., Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. *Perilaku Konsumen*. Ed. ke-6. Vol. 1. Terj. F.X. Budiyanto. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara, 1994.
- Erol, Cengiz, dan Radi El-Bdour. "Attitudes, Behaviour, and Patronage Factors of Bank Customers towards Islamic Banks." *International Journal of Bank Marketing* 7, no. 6 (2012): 31-37.
- Estiri, Mehrdad, dkk. "Determinants of Customer Satisfaction in Islamic Banking: Evidence from Iran." *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 4, no. 4 (2011): 295–307.
- Faramarzpour, Fatemeh, dan Alireza Mahmoudzadeh. "The Effect of Marketing of Bank Services on Customers' Preference of Private Banks: Case Study of Mellat and Tejarat Banks in Khorasan Razavi Province." *International Journal of Management, Accounting and Economics* 2, no. 3 (2015): 219–232.
- Fauzi, Ahmad. "Human Resource Management dalam Meningkatkan Mutu Dosen PTKIS." *At-Ta'lim: Jurnal Pendidikan* 4, no. 1 (2018): 21–34.
- Fishbein, Martin, dan Icek Ajzen. "Theory-Based Behavior Change Interventions: Comments on Hobbis and Sutton." *Journal of Health Psychology* 10, no. 1 (2005): 27–31.
- Fishbein, Martin, dan Icek Ajzen. *Belief, Attitude, Intention and Behaviour*. Addison-Wesley Publishing Company, 1975.
- Fornell, Claes, dan David F. Larcker. "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error." *Journal of Marketing Research* 18, no. 1 (1981): 39-50.
- Furnham, Adrian. "Many Sides of the Coin: The Psychology of Money Usage." *Personality and Individual Differences* 5, no. 5 (1984): 501-509.

- Gerungan. *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama, 2000.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Ghozali, Imam. *Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 22*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014.
- Ghozali, Imam. *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2017.
- Ghozali, Imam. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2014.
- Glock, Charles Y., dan Rodney Stark. *Religion and Society in Tension*. Chicago: Rand McNally and Company, 1965.
- Hagger, Martin S., dkk. (ed.). *The Handbook of Behavior Change*. Cambridge University Press, 2020.**
- Handayani, Hasibuan, Malayu. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005.
- Harmurni, Lindri. *Instrumen Penilaian & Validasinya*. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.
- Harrel, Gilbert. *Consumer Behavior*. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich, 1986.
- Hashim, Azreen Jihan bt Che Mohd, dan Rosidah Musa. "Factors Influencing Attitude towards Halal Cosmetic among Young Adult Urban Muslim Women: A Focus Group Analysis." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130 (2014): 129-134.
- Hawkins, Del I., dan David L. Mothersbaugh. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Ed. ke-11. New York: McGraw-Hill Irwin, 2010.

- Henseler, Jörg, Christian M. Ringle, dan Marko Sarstedt. "A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling." *Journal of the Academy of Marketing Science* 43 (2015): 115-135.
- Henseler, Jörg, Christian M. Ringle, dan Marko Sarstedt. "Testing Measurement Invariance of Composites Using Partial Least Squares." *International Marketing Review* 33, no. 3 (2016): 405-431.
- Hilgert, Marianne A., dan Jeanne M. Hogart. "Household Financial Management: The Connection between Knowledge and Behavior." *Federal Reserve Bulletin*, July 2003, 309-322.
- Huston, Sandra J. "Measuring Financial Literacy." *The Journal of Consumer Affairs* 44, no. 2 (2010): 296-316.
- I. Sugiarti. *Analisis Pengaruh Pemerintahan Pembiayaan Produktif di BNI Syariah*. IAIN Surakarta, 2012.
- Ibnu Rusyd. *Bidayatul Mujtahid: Analisa Fiqih Para Mujtahid*. Terj. Imam Ghazali Said. Jakarta: Pustaka Amani, 2007.
- Ibrahim, Dahlia, Rabitah Harun, dan Zuraidah Mohamed Isa. "A Study on Financial Literacy of Malaysian Degree Students." *Canadian Academy of Oriental and Occidental Culture* 5, no. 4 (2009): 51-59.
- Ibrahim, Mohd Azizi, Wan Nazjmi Mohamed Fisol, dan Yusuf Haji-Othman. "Customer Intention on Islamic Home Financing Products: An Application of Theory of Planned Behavior (TPB)." *Mediterranean Journal of Social Sciences* 8, no. 2 (2017): 77-86.
- Isnurhadi dkk. "Customers' Preference in Choosing Islamic Banks." *Advances in Economics, Business and Management Research* 142 (2020): 204-207.
- Jaiz, Muhammad. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

- Jalaludin. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Jalil, Md. Abdul, dan Muhammad Khalilur Rahman. "The Impact of Islamic Branding on Consumer Preference towards Islamic Banking Services: An Empirical Investigation in Malaysia." *Journal of Islamic Banking and Finance* 2, no. 1 (2014): 209–229.
- Javadian, Golshan, dkk. *Foundational Research in Entrepreneurship Studies: Insightful Contributions and Future Pathways*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan, 2018.
- Juanda, Ahmad, dkk. *Membangun Ekonomi Nasional yang Kokoh*. Malang: UMM Press, 2015.
- Juneda. "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Parepare." *Jurnal Balanca* 1, no. 2 (Juli-Desember 2019): 212-237.
- Jurdi, Syarifuddin. *Sosiologi Islam dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Prenada Media Group, 2014.
- Kader, Radiah Abdul, dkk. "Why This Bank? Understanding Customers' Preference for an Islamic Bank in a Competitive Market." *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance* 10, no. 2 (2014): 138–153.
- Karim, Adiwarmanto. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2010.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Khan, Ayesha K., dan Tarun Khanna. *God, Government and Outsiders: The Influence of Religious Beliefs on Depositor Behavior in an Emerging Market*. Pakistan: Harvard Business School Faculty & Research, 2010.

- Kharchenko, Olga. "Financial Literacy in Ukraine: Determinants and Implications for Saving Behavior." *Tesis*, Kyiv School of Economics, 2011.
- Kline, Rex B. *Principles and Practices of Structural Equation Modeling*. Ed. ke-3. New York: The Guilford Press, 2011.
- Kontot, Keria, Jamil Hamali, dan Firdaus Abdullah. "Determining Factors of Customers' Preferences: A Case of Deposit Products in Islamic Banking." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 224 (2016): 167–175.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Ed. ke-12. Vol. 1. Terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran 1*. Ed. milenium. Jakarta: PT Prehalindo, 2002.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Ed. ke-10. Jakarta: Prehalindo, 2000.
- Liebowitz, Jay. *Financial Literacy Education*. CRC Press: New York, 2016.
- Ltifi, Moez, dkk. "The Determinants of the Choice of Islamic Banks in Tunisia." *International Journal of Bank Marketing* 34, no. 5 (2016): 710–730.
- Lumongga, Namora. *Depresi Tinjauan Psikologi*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Lusardi, Annamaria, dan Olivia S. Mitchell. "Baby Boomer Retirement Security: The Roles of Planning, Financial Literacy, and Housing Wealth." *Journal of Monetary Economics* 54, no. 1 (2007): 205-224.
- Madnasir dan Khoirudin. *Etika Bisnis dalam Islam*. Penerbitan Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung, 2012.

- Mahmoud, Limam Ould Mohamed, dan Muhamad Abduh. "The Role of Awareness in Islamic Bank Patronizing Behavior of Mauritanian: An Application of TRA." *Journal of Islamic Fianance* 3, no. 2 (2014): 30-38.
- Mangunwijaya, Y.B. *Ragawidya: Religiositas Hal-Hal Sehari-Hari*. Universitas Michigan: Kanisius, 1986.
- Mansour, Ilham Hassan Fathelrahman, Abuzar M.A. Eljelly, dan Abdelgardir M.A. Abdullah. "Consumers' Attitude towards e-Banking Services in Islamic Banks: The Case of Sudan." *Review of International Business and Strategy* 26, no. 2 (2016): 244–260.
- Mansour, Ilham Hassan Fathelrahman. "Customers' Perceptions of Selection Criteria Used by Islamic Bank Customers in Sudan: The Importance of Shariah Compliance." *Journal of Research in Emerging Markets* 1, no. 4 (2019): 20–32.
- Masduki, Yusron, dan Idi Warsah. *Psikologi Agama*. Palembang: Tunas Gemilang Press, 2020.
- Mastarida, Friska, dkk. *Service Management*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Mehtab, Humna, Zafar Zaheer, dan Shahid Ali. "Knowledge, Attitudes and Practices (KAP) Survey: A Case Study on Islamic Banking at Peshawar, Pakistan." *FWU Journal of Social Sciences* 9, no. 2 (2015): 1–13.
- Michener, H. Andrew, John D. DeLamater, dan Daniel J. Myers. *Social Psychology*. Ed. ke-5. Australia: Thompson/Wadsworth Learning, 2004.
- Moenir, H.A.S. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Monticone, Chiara. "How Much Does Wealth Matter in the Acquisition of Financial Literacy?" *The Journal of Consumer Affairs* 44, no. 2 (2010): 403-422.

- Morissan. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Mowen, John C., dan Michael Minor. *Perilaku Konsumen*. Terj. Lina Salim. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Muhamad, Nik Aiman Nik, dkk. "Customers' Preference on Islamic Banking Products and Services: The Influence of Knowledge, Awareness and Satisfaction", *Management & Accounting Review* 12, no. 1 (2013): 1–23.
- Muhammad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005.
- Muhammad. *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*. Yogyakarta: UII Press, 2002.
- Muhammad. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press, 2001.
- Muin, M Thaib Thohir Abdul. *Ilmu Kalam*. Jakarta: Widjaya, 1986.
- Mulawarman dkk. *Psikologi Konseling: Sebuah Pengantar bagi Konselor Pendidikan*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Naim, Asmadi Mohamed, Mohd Liki Abd. Hamid, dan Muhammad Zarunnaim Haji Wahab. "The Roles of Lifestyle, Future Need and Customer Preferences in Customer's Satisfaction on Islamic Banks Products and Services." *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research* 16, no. 2 (2019): 60–76.
- Naser, Kamal, Ahmad Jamal, dan Khalid Al-Khatib. "Islamic Banking: A Study of Customer Satisfaction and Preferences in Jordan." *International Journal of Bank Marketing* 17, no. 3 (1999): 135–151.
- Nashori, Fuad. *Agenda Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002.

- Nasser, Najeb, Norazam Hafiz, dan Shuzhen Zaluki. "Investigating Factors Affecting Customers' Preferences in Selecting an Islamic Bank." *Electronic Business Journal* 17, no. 11 (2018): 12–18.
- Nasution, Harun. *Akal dan Wahyu dalam Islam*. Jakarta: Universitas Indonesia UI Press, 1986.
- Nasution. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005.
- Nawi, Farah Amalina Md, Ahmad Shukri Yazid, dan Mustafa Omar Mohammed. "A Critical Literature Review for Islamic Banks Selection Criteria in Malaysia." *International Business Research* 6, no. 6 (2013): 143–151.
- Nidar, Sulaeman Rahman, dan Sandi Bestari. "Personal Financial Literacy among University Students (Case Study at Padjadjaran University Students, Bandung, Indonesia)." *World Journal of Social Sciences* 2, no. 4 (2012): 162-171.
- Nikmah, Masfiatun, dan Sri Hartini. "Pengembangan Theory of Planned Behavior pada Keputusan Pembelian Green Product." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 5, no. 2 (2020): 85–96.
- Noor, Ruslan Abdul Ghofur. *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Nurdin, Ismail, dan Sri Hartati. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Nurmala, Ira, dkk. *Promosi Kesehatan*. Surabaya: Airlangga University Press, 2018.
- Obeid, Hassan, dan Souheila Kaabachi. "Empirical Investigation into Customer Adoption of Islamic Banking Services in Tunisia." *The Journal of Applied Business Research* 32, no. 4 (2016): 1243-1256.

- Osman, Ismah, dkk. "Corporate Image and the Degree of Elaboration towards Preference in Islamic Banking." *Advanced Science Letters* 21, no. 6 (2015): 1977–1981.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan*. Jakarta: Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen, 2016.
- Ozair, Khola, Muhammad Luqman, dan Syed Nisar Hussain Hamdani. "Conceptualizing the Impact of Religiosity on the Preferences for Islamic Banking in Mirpur (Azad Jammu and Kashmir): An Empirical Analysis." *The Lahore Journal of Business* 8, no. 1 (2019): 73–90.
- Pantari, Ery Dwi, dan Hendy Mustiko Aji. "Investigating Muslim non-Consumers' Intention to Use Islamic Bank: Perceived Social Value (PSV) and Awareness." *Jurnal Siasat Bisnis* 24, no. 2 (2020): 187–198.
- Peter, J. Paul, dan Jerry C. Olson. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid II*. Terj. Damos Sihombing dan Peter Remy Yossi Pasla. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Poerwadarminta, W.J.S. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Lembaga Bahasa Nasional, 1972.
- Polat, Ali, Mehmet Yesilyaprak, dan Raci Kaya. "Understanding Islamic Bank Selection of Customers: A Field Research from Turkish Participation Banks." *International Journal of Financial Research* 5, no. 4 (2014): 22–38.
- Pranoto, Bambang. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kendaraan Bermotor." *Jurnal Ilmiah Faktor Extra* 1, no. 2 (September 2008): 10-16.
- Quresh, Abdul Hafeez, Zile Hussain, dan Kashif Ur Rehman. "A Comparison between Islamic Banking and Conventional Banking Sector in Pakistan." *Information Management and Business Review* 4, no. 4 (2012): 195–204.

- Rahman, A. *Komunikasi Persuasi Politik*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2019.
- Rahmat, Jalaludin. *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Ramadan, Zeyad Saleem. "Jordanian Criteria for Islamic Banks Selection: Evidence from the Jordanian Banking Sector." *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences* 3, no. 3 (2013): 139–145.
- Ramdhani, Neila. "Penyusunan Alat Pengukur Berbasis *Theory of Planned Behavior*." *Buletin Psikologi* 19, no. 2 (2011): 55-69.
- Rehman, Mobeen Ur, Shaheed Zulfikar, dan Ali Bhutto. "Customer's Tendency towards the Selection of Islamic Banking System in Pakistan." *African Journal of Business Management* 6, no. 5 (2012): 2064–2070.
- Rigdon, Edward E., Randall E. Schumacker, dan Werner Wothke. "A Comparative Review of Interaction and Nonlinear Modeling." Dalam *Interaction and Nonlinear Effects in Structural Equation Modeling*, ed. Randall E. Schumacker dan George A. Marcoulides. New York: Routledge, 1998.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Banking*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011.
- Rivai, Veithzal. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2008.
- Riyanti. "Intensi Mencontek Ditinjau dari *Theory of Planned Behavior*." *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan* 3, no. 2 (2015): 249-267.
- Robb, Cliff A., dan Deanna L. Sharpe. "Effect of Personal Financial Knowledge on College Students' Credit Card Behavior." *Journal of Financial Counseling and Planning* 20, no. 1 (2009): 25- 40.
- Rofiq, Ahmad. *Fiqih Kontekstual: Dari Normatif ke Pemaknaan Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.

- Said, Mahiah, dkk. "Assessing Consumers' Perception, Knowledge and Religiosity on Malaysia's Halal Food Products." *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 130 (2014): 120-128.
- Saini, Yvonne, Geoff Bick, dan Loonat Abdulla. "Consumer Awareness and Usage of Islamic Banking Products in South Africa." *Sajems* 14, no. 3 (2011): 298–313.
- Saladin, Djaslim. *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju, 1991.
- Salehudin, Imam. "Halal Literacy: A Concept Exploration and Measurement Validation." *ASEAN Marketing Journal* 2, no. 1 (2010): 1-12.
- Santoso, Imam, dan Sa'diyah El Adawiyah. "Branding Islam dan Religiusitas Individu pada Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Bank Syariah." *Baskara: Journal of Business & Entrepreneurship* 2, no. 1 (2019): 1–12.
- Santoso, Singgih. *AMOS 22 untuk Structural Equation Modelling*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015.
- Sardiana, Anna. "The Impact of Literacy to Shariah Financial Service Preferences." *Etikonomi* 15, no.1 (2016): 43–62.
- Sari, Ratna Candra. *Akuntansi Keperilakuan: Teori dan Implikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi dan UNY Press, 2018.
- Sarigul, Hasmets. "A Survey of Financial Literacy among University Students." *The Journal of Accounting and Finance* 2, no. 1 (2014): 207-224.
- Sayani, Hameedah, dan Hela Miniaoui. "Determinants of Bank Selection in the United Arab Emirates." *International Journal of Bank Marketing* 31, no. 3 (2013): 206–228.
- SBM, Nugroho. "Pengaruh Pendidikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi." *Media Ekonomi dan Manajemen* 29, no. 2 (2014): 195-202.

- Selvanathan, Mahiswaran, dkk. "An Exploratory Study on Customers' Selection in Choosing Islamic Banking." *International Business Research* 11, no. 5 (2018): 42–49.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Cet. ke-12. Jakarta: Prenada Media, 2003.
- Shahrinaz, Irwan, dkk. "Determinant of Customers' Preference in Selecting Islamic Banks." *International Journal of Advanced and Applied Sciences* 4, no. 3 (2017): 117–121.
- Shome, Anamitra, Fauzia Jabeen, dan Rajesh Rajaguru. "What Drives Consumer Choice of Islamic Banking Services in the United Arab Emirates?" *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 11, no.1 (2018): 79–95.
- Siddique, Md. Nur-E-Alam. "Bank Selection Influencing Factors: A Study on Customer Preferences with Reference to Rajshahi City." *Asian Business Review* 1, no. 1 (2012): 80–87.
- Simanjuntak, Megawati, dan Muhammad Mardi Dewantara. "The Effects of Knowledge, Religiosity Value, and Attitude on Halal Label Reading Behavior of Undergraduate Students." *ASEAN Marketing Journal* 6, no. 2 (2014): 65-76.
- Singh, Upendra. "Financial Literacy and Financial Stability are Two Aspects of Efficient Economy." *Journal of Finance, Accounting and Management* 5, no. 2 (Juli 2014): 59-76.
- Siswanto. *Kesehatan Mental: Konsep, Cakupan dan Perkembangannya*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2017.
- Soetiono, Kusumaningtuti S., dan Cecep Setiawan. *Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia*. Cet. ke-1. Depok: Rajawali Press, 2018.
- Souiden, Nizar, dan Marzouki Rani. "Consumer Attitudes and Purchase Intentions toward Islamic Banks: The Influence of Religiosity." *International Journal of Bank Marketing* 33, no. 2 (2015): 143–161.

- Stark, Rodney, dan Charles Y. Glock. *American Piety: The Nature of Religious Commitment*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1968.
- Subhani, Muhammad Imtiaz, dkk. "Consumer Criteria for the Selection of an Islamic Bank: Evidence from Pakistan." *International Research Journal of Finance and Economics* 94 (2012): 114–122.
- Sudarsono. *Kenakalan Remaja: Prevensi, Rehabilitasi, dan Resosialisasi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Sugiono, Dendy. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Ed. ke-4. Jakarta: PT. Gramedia Utama, 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sukarelawati. *Komunikasi Interpersonal: Membentuk Sikap Remaja*. Bogor: IPB Press, 2019.
- Suleman, Dede, dkk. *Strategi Memenangkan Persaingan Bisnis Berbasis Perilaku Konsumen untuk Produk Fashion*. Solok: CV. Insan Cendekia Mandiri, 2020.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011.
- Sumber dari Kemenag RI: *Dirjen Bimas Islam dalam Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Angka 2019*. Yogyakarta: PT. Solo Grafika Utama, 2018.
- Sunaryo. *Psikologi untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC, 2004.
- Syawalia, Mar'atus. *Preferensi Pedagang Pasar Tradisional terhadap Sumber Modal*. Surabaya: Trust Media, 2015.

- Tabrani, Mirza, Muslim Amin, dan Ahmad Nizam. "Trust, Commitment, Customer Intimacy and Customer Loyalty in Islamic Banking Relationships." *International Journal of Bank Marketing* 36, no. 5 (2018): 823–848.
- Tan, Margaret, dan Thompson S. H. Teo. "Factors Influencing the Adoption of Internet Banking." *Journal of the Association for Information Systems* 1, no. 1 (2000): 1-42.
- Tan, Thomas. *Teaching is an Art: Maximize Your Teaching*. Yogyakarta: Deepublish, 2017.
- Tara, Nain, dkk. "Factors Influencing Adoption of Islamic Banking: A Study from Pakistan." *Journal of Public Administration and Governance* 4, no. 3 (2014): 352-367.
- Thambiah, Seethaletchumy, dkk. "Customers' Perception on Islamic Retail Banking: A Comparative Analysis between the Urban and Rural Regions of Malaysia." *International Journal of Business and Management* 6, no. 1 (2011): 187–198.
- Thouless, Robert H. *Pengantar Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000.
- Tim Penyusun. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1990.
- Tjiptono, F. *Pemasaran Jasa*. Sleman: Bayumedia Publishing, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Ed. ke-2, Yogyakarta: Andi, 2001.
- Tontowi. *Membangun Jiwa Entrepreneur Sukses*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2016.
- Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.

- Urbayatun, Siti, dan Wahyu Widhiarso. "Variabel Mediator dan Moderator dalam Penelitian Psikologi Kesehatan Masyarakat." *Jurnal Psikologi* 39, no. 2 (Desember 2012): 180–188.
- Usman, Hardius, dkk. "The Role of Religious Norms, Trust, Importance of Attributes and Information Sources in the Relationship between Religiosity and Selection of the Islamic Bank." *Journal of Islamic Marketing* 8, no. 2 (2017): 158–186.
- UU RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas UU Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.
- Vijver, Fons J. R. van de, dan Kwok Leung. "Methodological Issues in Psychological Research on Culture." *Journal of Cross-Cultural Psychology* 31, no. 1 (2000): 33-51.
- Wahyuni, Sri, Nani Fitriani, dan Trinita Beatrice Nainggolan. "Does Service Quality of Customer Support Influence Customer Satisfaction and Word of Mouth?: A Case Study at PT Amadeus Indonesia." *International Journal of Advanced Research* 4, no. 2 (2016): 397-404.
- Widayati, Irin. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Finansial Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya." *ASSET: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan* 1, no.1 (2012): 89-99.
- Widiansyah, Apriyanti. "Peran Ekonomi dalam Pendidikan dan Pendidikan dalam Pembangunan Ekonomi." *Cakrawala* 17, no.2 (2017): 207–215.
- Yamin, Sofyan, dan Heri Kurniawan. *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an. CV. Al Waah: Semarang, 2004.

Yildiz, Salih, Emel Yildiz, dan Mehmet Hanefi Topal. "Islamic Marketing as a New Marketing Trend: An Application for Determining Consumers' Islamic Bank Selection Criteria." *Banks and Bank Systems* 9, no. 1 (2014): 22–27.

Internet

http://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/cetak/361-jumlah-penduduk-diy

OJK. "Laporan Profil Industri Perbankan Triwulan IV-2019." <https://www.ojk.go.id/Id/Kanal/Perbankan/Data-Dan-Statistik/Laporan-Profil-Industri-Perbankan/Documents/LPIP%20Triwulan%20IV%202019.pdf>

Sitanggang, Laurensius Marshall Sautlan. "Sekitar 99% Debitur BTPN Syariah adalah Perempuan, Ini Alasannya." *Kontan.co.id*, 17 Januari 2020. Diakses 20 Februari 2021. <https://keuangan.kontan.co.id/news/sekitar-99-debitur-btpn-syariah-adalah-perempuan-ini-alasannya-1>.

Indrawan, Angga. "Inilah 10 Negara dengan Populasi Muslim Terbesar di Dunia." *republika.co.id*, 27 Mei 2015. Diakses tanggal 15 Maret 2021. <https://republika.co.id/berita/noywh5/inilah-10-negara-dengan-populasi-muslim-terbesar-di-dunia>.

<https://yogyakarta.bps.go.id/> diakses 20 Desember 2020 pukul 20.30 WIB.