

Setiawan bin Lahuri

Pengaruh Trust dan Risiko Terhadap  
Perilaku Penggunaan Produk Bank Syariah:  
Pengembangan Theory of Planned Behavior



Setiawan bin Lahuri

Pengaruh Trust dan Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan Produk Bank Syariah:  
Pengembangan Theory of Planned Behavior



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



**Pengaruh *Trust* dan Risiko  
Terhadap Perilaku Penggunaan Produk Bank Syariah:  
Pengembangan *Theory of Planned Behavior***



Oleh :

**Setiawan bin Lahuri**

NIM. 07.32.595/S3

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
DISERTASI  
YOGYAKARTA

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

**YOGYAKARTA  
2017**



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

Disertasi berjudul : PENGARUH *TRUST* DAN RISIKO TERHADAP PERILAKU PENGGUNAAN  
PRODUK BANK SYARIAH: Pengembangan *Theory of Planned Behavior*

Ditulis oleh : Setiawan, H., Lc., M.A.

N I M : 07.32.595/S3

Program/Prodi. : Doktor (S3) / Studi Islam

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diterima  
sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Doktor  
dalam Bidang Studi Islam Konsentrasi Ekonomi Islam

Yogyakarta, 14 Februari 2018

Rektor  
Ketua Sidang,



Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, MA., Ph.D.  
NIP. 19610401 198803 1 002



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 PENGUJI DALAM UJIAN TERTUTUP PADA TANGGAL **7 APRIL 2017**, DAN SETELAH MENDENGAR JAWABAN PROMOVENDUS ATAS PERTANYAAN DAN SANGGAHAN PARA PENGUJI DALAM UJIAN TERBUKA PROMOSI DOKTOR PADA HARI INI, MAKA KAMI MENYATAKAN, PROMOVENDUS, **SETIAWAN, Lc., M.A.** NOMOR INDUK MAHASISWA **07.32.595/S3** LAHIR DI **PONOROGO** TANGGAL **4 AGUSTUS 1973**,

**LULUS DENGAN PREDIKAT :**

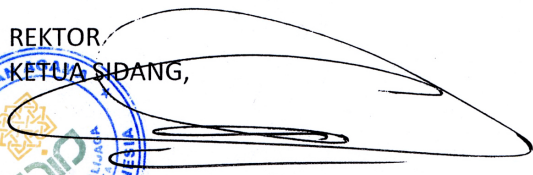
~~PUJIAN (COM LAUDE)~~ / **SANGAT MEMUASKAN** / ~~MEMUASKAN\*~~

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

**SAUDARA MERUPAKAN DOKTOR KE - 584**

YOGYAKARTA, 14 FEBRUARI 2018

REKTOR,  
KETUA SIDANG,

  
**PROF. DRs. KH. YUDIAN WAHYUDI, MA., Ph.D.**  
NIP. 19610401 198803 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

**DEWAN PENGUJI  
UJIAN TERBUKA PROMOSI DOKTOR**

Disertasi berjudul : PENGARUH *TRUST* DAN RISIKO TERHADAP PERILAKU PENGGUNAAN  
PRODUK BANK SYARIAH: Pengembangan *Theory of Planned Behavior*

Nama Promovendus : Setiawan, Lc., M.A.  
N I M : 07.32.595/S3

(  )

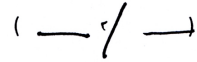
Ketua Sidang / Penguji : Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, MA., Ph.D.

(  )

Sekretaris Sidang : Dr. Moch. Nur Ichwan, MA.

(  )

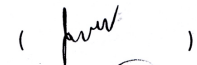
Anggota : 1. Prof. H. Hadri Kusuma, MBA., Ph.D.  
(Promoto/Penguji)

(  )

2. Dr. Ibnu Qizam, SE., M.Si., Akt.  
(Promoto/Penguji)

( )

3. Fosa Sarassina, SE., MBA., Ph.D.  
(Penguji)

(  )

4. Dr. M. Fakhri Husein, SE., M.Si., Akt.  
(Penguji)

(  )

5. Dr. Moh. Tantowi, M.Ag.  
(Penguji)

(  )

6. Prof. Dr. H. Makhrus, SH., M.Hum.  
(Penguji)

(  )

Diujiikan di Yogyakarta pada hari Rabu tanggal 14 Februari 2018

Waktu : Pukul 10.00 s/d selesai

Hasil / Nilai (IPK) : .....

Predikat Kelulusan : Pujian (Cum Laude) / Sangat Memuaskan / Memuaskan



## PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

N a m a : Setiawan bin Lahuri, Lc., M.A.  
N I M : 07.32.595/S3  
Program/Prodi. : Doktor (S3) / Studi Islam  
Konsentrasi : Ekonomi Islam

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

Yogyakarta, November 2017.

Saya yang menyatakan,



Setiawan bin Lahuri, Lc., M.A.  
NIM. 07.32.595/S3

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**UIN SUNAN KALIJAGA**  
**PASCASARJANA**

## **PENGESAHAN PROMOTOR**

Promotor : Prof. Drs. Hadri Kusuma, MBA., Ph.D.

Promotor : Dr. Ibnu Qizam, SE., M.Si., Akt.

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 disertai berjudul:

**PENGARUS *TRUST* DAN RISIKO  
TERHADAP PERILAKU PENGGUNAAN PRODUK BANK SYARIAH:  
Pengembangan *Theory of Planned Behavior***

yang ditulis oleh:

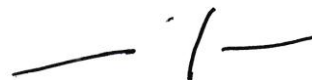
N a m a : Setiawan bin Lahuri, Lc., M.A.  
N I M : 07.32.595/S3  
Program/Prodi. : Doktor (S3) / Studi Islam  
Konsentrasi : Ekonomi Islam

sebagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 7 April 2017, saya berpendapat bahwa disertai tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam Bidang Studi Islam Konsentrasi Ekonomi Islam.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 19 Juni 2017

Promotor,



Prof. Drs. Hadri Kusuma, MBA., 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:

**PENGARUS *TRUST* DAN RISIKO  
TERHADAP PERILAKU PENGGUNAAN PRODUK BANK SYARIAH:  
Pengembangan *Theory of Planned Behavior***

yang ditulis oleh:


N a m a : Setiawan bin Lahuri, Lc., M.A.  
N I M : 07.32.595/S3  
Program/Prodi. : Doktor (S3) / Studi Islam  
Konsentrasi : Ekonomi Islam

sebagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 7 April 2017, saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam Bidang Studi Islam Konsentrasi Ekonomi Islam.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, Juni 2017

Promotor,



Dr. Ibnu Qizām, SE., M.Si., Akt..

## 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:

**PENGARUS TRUST DAN RISIKO  
TERHADAP PERILAKU PENGGUNAAN PRODUK BANK SYARIAH:  
Pengembangan *Theory of Planned Behavior***

yang ditulis oleh:

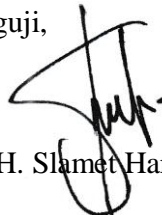
N a m a : Setiawan bin Lahuri, Lc., M.A.  
N I M : 07.32.595/S3  
Program/Prodi. : Doktor (S3) / Studi Islam  
Konsentrasi : Ekonomi Islam

sebagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 7 April 2017, saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam Bidang Studi Islam Konsentrasi Ekonomi Islam.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 17 Juni 2017

Penguji,



Dr. H. Slamet Haryono, SE., M.Si., Akt.

## 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 disertai berjudul:

**PENGARUS *TRUST* DAN RISIKO  
TERHADAP PERILAKU PENGGUNAAN PRODUK BANK SYARIAH:  
Pengembangan *Theory of Planned Behavior***

yang ditulis oleh:

N a m a : Setiawan bin Lahuri, Lc., M.A.  
N I M : 07.32.595/S3  
Program/Prodi. : Doktor (S3) / Studi Islam  
Konsentrasi : Ekonomi Islam

sebagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 7 April 2017, saya berpendapat bahwa disertai tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam Bidang Studi Islam Konsentrasi Ekonomi Islam.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 16 Juni 2017

Penguji,



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

## 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 disertai berjudul:

**PENGARUS *TRUST* DAN RISIKO  
TERHADAP PERILAKU PENGGUNAAN PRODUK BANK SYARIAH:  
Pengembangan *Theory of Planned Behavior***

yang ditulis oleh:

N a m a : Setiawan bin Lahuri, Lc., M.A.  
N I M : 07.32.595/S3  
Program/Prodi. : Doktor (S3) / Studi Islam  
Konsentrasi : Ekonomi Islam

sebagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 7 April 2017, saya berpendapat bahwa disertai tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam Bidang Studi Islam Konsentrasi Ekonomi Islam.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, September 2017

Penguji,



Fosa Sarassina, SE., MBA., Ph.D.

## ABSTRAK

Indonesia sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia baru memiliki bank syariah pada tahun 1992. Pertumbuhan pangsa pasar bank syariah (1992-2017) yang baru mampu mencapai 5,13persen, dengan jumlah penduduk Muslim yang mencapai 87,18 persen atau 207.176.162 dari total penduduk Indonesia 237.641.326 jiwa, maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah masih rendah. Penelitian ini berusaha mengungkap faktor kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah dan pengaruhnya terhadap perilaku penggunaan bank syariah. Penelitian ini menggunakan model *Theory of Planned Behavior* dengan variabel sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku. Penelitian ini merupakan pengembangan model TPB dengan menambahkan variabel *trust* dan risiko untuk mengukur niat berperilaku dan perilaku nasabah menggunakan produk dan jasa bank syariah. Masalah dalam penelitian ini adalah apakah faktor kepercayaan terhadap bank syariah berpengaruh terhadap perilaku penggunaan bank syariah, apakah risiko yang mungkin diterima nasabah berpengaruh terhadap perilaku penggunaan bank syariah dan apakah pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku terhadap perilaku penggunaan bank syariah. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel *trust* dan risiko terhadap perilaku penggunaan bank syariah, di samping variabel sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku dan pengaruhnya terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah.

Penelitian ini adalah penelitian dengan paradigma positivistik kuantitatif, dengan melakukan survey di lima kabupaten/kota di Jawa Timur yaitu: Surabaya, Malang, Kediri, Madiun dan Ponorogo. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* terhadap 275 responden. Angket yang digunakan berjenis *continuous rating scale*, kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas agar diperoleh pengukuran data yang baik. Data dianalisis dengan menggunakan *Partial Least Squares* (PLS) dengan dibantu oleh SmartPLS 2.0M3.

Penelitian ini menemukan bahwa *trust* tidak berpengaruh terhadap niat dan perilaku nasabah menggunakan produk dan jasa bank syariah. Penelitian ini menemukan bahwa soliditas dan reputasi

bank syariah masih rendah sehingga nasabah tidak memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap bank syariah. Hal ini berdampak negatif terhadap niat dan perilaku nasabah dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah. Penelitian ini juga menemukan bahwa risiko yang diterima nasabah mempunyai pengaruh negatif terhadap niat menggunakan bank syariah, yang berarti bahwa semakin tinggi risiko yang diterima nasabah, maka semakin rendah kepercayaan nasabah terhadap bank syariah. Demikian juga sebaliknya, semakin rendah risiko yang diterima nasabah, maka akan semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank syariah. Temuan penelitian selanjutnya adalah bahwa sikap mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat menggunakan produk dan jasa bank syariah, norma subyektif memiliki pengaruh yang positif terhadap niat menggunakan bank syariah dan kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku. Penelitian ini juga membuktikan bahwa hubungan antara niat berperilaku dengan perilaku sangat kuat, niat berperilaku mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku menggunakan produk dan jasa bank syariah. Penelitian ini juga menemukan bahwa antara nasabah muslim dan non muslim tidak ada perbedaan secara umum pada sikap, kontrol perilaku, risiko dan *trust* terhadap niat berperilaku menggunakan produk dan jasa bank syariah.

Keywords: *trust*, kepercayaan, bank syariah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRACT

Indonesia as a country with the largest Muslim population in the world started to have sharia bank since 1992. However, the growth of market share of these sharia banks until 2017 has not been able to reach 5 percent; in fact, the number of Muslim population in Indonesia reaches 87.18 percent or 207.176.162 of the total population of Indonesia (237.641.326). This indicates that public trust in sharia banks is still low. This study uses the Theory of Planned Behavior (TPB) model with attitude, subjective norm, and behavioral control, plus trust and risk as the variables to measure the intent of behavior and the behavior of customers in using sharia bank products and services. The problems formulated are with regard to whether the factor of trust in Islamic banks, the risks that may be accepted by customers, and attitudes, subjective norms and behavioral controls affect the behavior of the use of Islamic banks. Thus, this study aims to measure the influence of trust and risk on the behavior of the use of syariah bank, in addition to attitude, subjective norms, and behavioral controls and their effects on customer behavior in using products and services of sharia banks.

This research is a research with quantitative positivistic paradigm, conducted by survey in five districts/cities in East Java, i.e., Surabaya, Malang, Kediri, Madiun, and Ponorogo. Respondents are chosen by using purposive sampling technique with a sample size of 275 respondents. Questionnaire used is continuous rating scale, followed by validity and reliability test so that good data measurement can be obtained. Partial Least Squares (PLS) is used as an analytical tool with the help of SmartPLS 2.0M3.

This study finds that trust does not affect the intention and behavior of customers to use products and services of sharia banks. Solidity and reputation of sharia banks are still low so customers do not have high trust in sharia banks that negatively affect their intentions and behavior in using the products and services. The risk received by the customer has a negative effect on the intention to use the sharia bank, which means that the higher the risk received by the customers results in the customer's lower trust in the sharia bank and vice versa. Attitudes and subjective norms have a positive and significant effect on the intention to use the products and services of sharia banks, whereas behavioral controls positively and significantly

influence the intention to behave. The relationship between intention to behave and behavior is very strong and the intention to behave has a positive and significant influence on the behavior of using sharia bank products and services. Finally, this study also finds that between Muslim and non-Muslim customers there is no general difference in attitudes, behavioral controls, risks, and trusts on the intention of behaving to use the products and services of sharia banks.

Keywords: trust, confidence, bank syariah.





## ملخص

إن إندونيسيا كأكبر دولة في العالم التي يعيش فيها المسلمون لديها بنك شرعي من عام ١٩٩٢ م. وكان نمو سوق البنوك الشرعية (١٩٩٢-٢٠١٧) الذي لم يبلغ إلى ٥ في المائة مع عدد سكان المسلمين الذي يبلغ إلى ٨٧,١٨ في المائة أو ٢٠٧,١٧٦,١٦٢ من سكان الشعب الإندونيسي ٢٣٧,٦٤١,٣٢٦ نسمة، فيستنتج من ذلك أن ثقة الشعب الإندونيسي بالبنوك الشرعية لا تزال منخفضة.

هذا البحث يحاول على اكتشاف العوامل الثقوية الشعبية بالبنوك الشرعية وتأثيرها في السلوك الاستخدمي للبنوك الشرعية. يستخدم هذا البحث نموذج نظرية السلوك المخطط مع متغيرات الموقف والمعايير الذاتية ومراقبة السلوك. هذا البحث عبارة عن تطوير نموذج نظرية السلوك المخطط بزيادة متغيرات الثقافات والمخاطر لقياس الهدف السلوكي وسلوك العملاء في استخدام منتجات البنوك الشرعية وخدماتها. والمسألة في هذا البحث تدور حول تأثير العوامل الثقوية في البنوك الشرعية بسلوك الاستخدام للبنوك الشرعية؛ وإمكانية قبول المخاطر من قبل العملاء مع تأثيرها في سلوك الاستخدام للبنوك الشرعية؛ وتأثير الموقف والمعايير الذاتية ومراقبة السلوك بسلوك الاستخدام للبنوك الشرعية. وبهذا يهدف هذا البحث القياس على تأثير متغيرات الثقوية والمخاطر في سلوك الاستخدام للبنوك الشرعية بالإضافة إلى متغيرات الموقف والمعايير الذاتية ومراقبة السلوك وتأثيرها في سلوك العملاء في استخدام المنتجات للبنوك الشرعية وخدماتها.

إن هذا البحث يستخدم النموذج الوضعي الكمي مع القيام بالدراسة الاستقصائية في خمس مناطق بالجاوى الشرقية، وهي سورابايا ومالانق وكديري وماديون وبونوروقو. ويستخدم هذا البحث تقنية أخذ العينات المتعمدة لدى ٢٧٥ مستجيباً ونموذج الاستطلاع من أنواع مقياس التقييم المستمر، ومن ثم يقام عليه اختبار الصلاحية والموثوقية للحصول على قياس المعطيات الجيد حيث يتم تحليل المعطيات باستخدام المربعات الأقل جزئية *(PLS) Partial Least Squares* مع مساعدة *SmartPLS 2.0M3*.

ومن اكتشافات هذا البحث أن الثقة لا تتأثر بالهدف والسلوك من قبل العملاء في استخدام المنتجات للبنوك الشرعية وخدماتها من حيث أن التضامن والسمعة للبنوك الشرعية لا تزال منخفضة، ومن شأنها لم توجد في نفوس العملاء ثقة فائقة بالبنوك الشرعية. وتتأثر هذه النتيجة سلباً بالهدف وسلوك العملاء في استخدام المنتجات للبنوك الشرعية وخدماتها، وأن المخاطر

من اكتشافات هذا البحث التي يتلقاها العملاء لها تأثير سلبي يهدف الاستخدام للبنوك الشرعية. وهذا يعني أن كلما زادت المخاطر التي يتلقاها العملاء زاد انخفاض ثقة العملاء للبنوك الشرعية. وهكذا العكس، كلما زاد انخفاض مخاطر يتلقاها العملاء زادت ثقتهم بالبنوك الشرعية. والمكتشفات التالية هي أن الموقف له تأثير إيجابي وكبير في هدف استخدام المنتجات للبنوك الشرعية وخدماتها، والمعايير الذاتية لها تأثير إيجابي في هدف استخدام البنوك الشرعية، ومراقبة السلوك لها تأثير إيجابي وكبير في الهدف السلوكي. وهذا البحث يدل على أن العلاقة بين الهدف السلوكي والسلوك علاقة متينة، وهي أن الهدف السلوكي له تأثير إيجابي وكبير في سلوك استخدام المنتجات للبنوك الشرعية وخدماتها. ويكتشف هذا البحث في حين آخر أنه لا يوجد أي اختلاف عام بين المسلمين وغير المسلمين من العملاء في الموقف ومراقبة السلوك والمخاطر والثقة تجاه الهدف السلوكي في استخدام المنتجات للبنوك الشرعية وخدماتها.

الكلمات المفتاحية : الثقة، الائتمان، البنك الشرعي

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB –LATIN

Berdasarkan 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          | Bāʾ   | b                  | be                       |
| ت          | Tāʾ   | t                  | te                       |
| ث          | Ṣāʾ   | ṣ                  | es (dengan titik atas)   |
| ج          | Jīm   | j                  | je                       |
| ح          | Ḥāʾ   | ḥ                  | ha (dengan titik bawah)  |
| خ          | Khāʾ  | kh                 | ka dan ha                |
| د          | Dāl   | d                  | de                       |
| ذ          | Zāl   | z                  | zet (dengan titik atas)  |
| ر          | Rāʾ   | r                  | er                       |
| ز          | Zāʾ   | z                  | zet                      |
| س          | Sīn   | s                  | es                       |
| ش          | Syīn  | sy                 | es dan ye                |
| ص          | Ṣād   | ṣ                  | es (dengan titik bawah)  |
| ض          | Ḍād   | ḍ                  | de (dengan titik bawah)  |
| ط          | Ṭāʾ   | ṭ                  | te (dengan titik bawah)  |
| ظ          | Zāʾ   | ẓ                  | zet (dengan titik bawah) |
| ع          | ʿAin  | ʿ                  | Apostrof terbalik        |
| غ          | Ghain | gh                 | ge                       |
| ف          | Fāʾ   | f                  | ef                       |
| ق          | Qāf   | q                  | qi                       |
| ك          | Kāf   | k                  | ka                       |

| Huruf Arab | Nama   | Huruf Latin | Keterangan |
|------------|--------|-------------|------------|
| ل          | Lām    | l           | el         |
| م          | Mīm    | m           | em         |
| ن          | Nūn    | n           | en         |
| و          | Wāw    | w           | we         |
| هـ         | Hā'    | h           | ha         |
| ء          | Hamzah | '           | Apostrof   |
| ي          | Yā'    | y           | ye         |

### B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

| Kata Arab         | Ditulis                             |
|-------------------|-------------------------------------|
| مدّة متعدّدة      | <i>muddah muta 'ddidah</i>          |
| رجل متفتّن متعيّن | <i>rajul mutafannin muta 'ayyin</i> |

### C. Vokal Pendek

| Ḥarakah       | Ditulis | Kata Arab       | Ditulis                         |
|---------------|---------|-----------------|---------------------------------|
| <i>Fathah</i> | a       | من نصر وقتل     | <i>man naṣar wa qatal</i>       |
| <i>Kasrah</i> | i       | كم من فئّة      | <i>kamm min fi 'ah</i>          |
| <i>Ḍammah</i> | u       | سُدس وخمّس وثلث | <i>sudus wa khumus wa ṣulus</i> |

### D. Vokal Panjang

| Ḥarakah       | Ditulis | Kata Arab            | Ditulis                     |
|---------------|---------|----------------------|-----------------------------|
| <i>Fathah</i> | ā       | فَتّاح رَزّاق مَنّان | <i>fattāḥ razzāq mannān</i> |
| <i>Kasrah</i> | ī       | مِسكِين وفَقِير      | <i>miskīn wa faqīr</i>      |
| <i>Ḍammah</i> | ū       | دخول وخروج           | <i>dukhūl wa khurūj</i>     |

### E. Huruf Diftong

| Kasus                                 | Ditulis | Kata Arab | Ditulis         |
|---------------------------------------|---------|-----------|-----------------|
| <i>Fathah</i> bertemu <i>wāw</i> mati | aw      | مولود     | <i>maulūd</i>   |
| <i>Fathah</i> bertemu <i>yā'</i> mati | ai      | مهيمن     | <i>muhaimin</i> |

## F. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata

| Kata Arab      | Ditulis                      |
|----------------|------------------------------|
| أنتم           | <i>a'antum</i>               |
| أعدت للكافرين  | <i>u'iddat li al-kāfirīn</i> |
| لئن شكرتم      | <i>la'in syakartum</i>       |
| إعانة الطالبين | <i>i'ānah at-ṭālibīn</i>     |

## G. Huruf *Tā' Marbūṭah*

1. Bila dimatikan, ditulis dengan huruf "h".

| Kata Arab  | Ditulis                  |
|------------|--------------------------|
| زوجة جزيلة | <i>zaujah jazīlah</i>    |
| جزية محّدة | <i>jizyah muḥaddadah</i> |

Keterangan:

Ketentuan ini tidak berlaku terhadap kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya, kecuali jika dikehendaki lafal aslinya.

Bila diikuti oleh kata sandang "*al-*" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan "h".

| Kata Arab     | Ditulis                    |
|---------------|----------------------------|
| تكملة المجموع | <i>takmilah al-majmū'</i>  |
| حلاوة المحبة  | <i>ḥalāwah al-maḥabbah</i> |

2. Bila *tā' marbūtah* hidup atau dengan *ḥarakah* (*fathah*, *kasrah*, atau *ḍammah*), maka ditulis dengan “*t*” berikut huruf vokal yang relevan.

| Kata Arab        | Ditulis                       |
|------------------|-------------------------------|
| زكاة الفطر       | <i>zakātu al-fīṭri</i>        |
| إلى حضرة المصطفى | <i>ilā ḥaḍrati al-muṣṭafā</i> |
| جلالة العلماء    | <i>jalālata al-'ulamā'</i>    |

#### H. Kata Sandang *alif* dan *lām* atau “*al-*”

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah*:

| Kata Arab      | Ditulis                        |
|----------------|--------------------------------|
| بحث المسائل    | <i>baḥṣ al-masā'il</i>         |
| المحصل للغزالي | <i>al-maḥṣūl li al-Ghazālī</i> |

2. Bila diikuti huruf *syamsiyyah*, ditulis dengan menggandakan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya serta menghilangkan huruf “*l*” (el)-nya.

| Kata Arab       | Ditulis                          |
|-----------------|----------------------------------|
| إعانة الطالبين  | <i>i'ānah aṭ-ṭālibīn</i>         |
| الرسالة للشافعي | <i>ar-risālah li asy-Syāfi'ī</i> |
| شذرات الذهب     | <i>syazarāt az-żahab</i>         |

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Penelitian ini dilakukan dalam rangka identifikasi masalah yang dihadapi perbankan syariah di Indonesia. Indonesia sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia baru memiliki bank syariah pada tahun 1992. Dengan jumlah penduduk Muslim yang mencapai 87,18 persen atau 207.176.162 dari total penduduk dan dengan pangsa pasar yang baru mencapai 5,13% maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah masih rendah. Kajian ini berusaha mengungkap faktor kepercayaan terhadap bank syariah dan pengaruhnya terhadap perilaku penggunaan bank syariah. Penelitian ini menggunakan model *Theory of Planned Behavior* dengan variabel sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku. Penelitian ini merupakan pengembangan model TPB dengan menambahkan variabel *trust* dan risiko untuk mengukur niat berperilaku dan perilaku nasabah menggunakan produk dan jasa bank syariah.

Penelitian ini dapat dilakukan hingga terwujud dalam bentuk laporan sederhana ini berkat dukungan dan bantuan banyak pihak, mulai dari penyusunan proposal penelitian, selama proses penelitian dan penulisan laporan penelitian. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada beberapa pihak, di antaranya:

1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, MA., Ph.D., Rektor UIN Sunan Kalijaga, Prof. Noorhaidi, MA., M.Phil., Ph.D., Direktur Pascasarjana, Dr. Moch Nur Ichwan, MA., Ketua Program Studi S3, dan seluruh jajaran pengelola Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, disampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya atas kesempatan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studinya.

2. Prof. Drs. Hadri Kusuma, MBA., Ph.D., dan Dr. Ibnu Qizam, SE., Akt., M.Si., sebagai promotor, disampaikan terimakasih yang tak terhingga atas bimbingan, diskusi serta nasehatnya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
3. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag., Dr. H. Slamet Haryono, SE., M.Si., Akt., dan Fosa Sarassina, SE., MBA., Ph.D., selaku penguji, disampaikan terimakasih atas masukan dan arahan yang sangat penting untuk perbaikan disertasi ini.
4. Al Ustadz (Dr)., KH. Abdullah Syukri Zarkasyi, MA., Al Ustadz KH. Hasan Abdullah Sahal dan Al Ustadz KH. Syamsul Hadi Abdan, Pimpinan Pondok Modern Darussalam Gontor, disampaikan terimakasih atas segala doa, restu, amanah dan kepercayaan yang diberikan kepada penulis untuk melanjutkan studi S3 di UIN Sunan Kalijaga.
5. Prof. Dr. Amal Fathullah Zarkasyi, MA., Dr. Hamid Fahmy Zarkasyi, M.Phil., dan Dr. Dihyatun Masqon, MA., Rektor dan Wakil Rektor Universitas Darussalam Gontor disampaikan terima kasih atas kesempatan, dukungan dan kepercayaan yang diberikan kepada penulis sehingga studi ini dapat diselesaikan. Disampaikan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada segenap civitas akademika Universitas Darussalam Gontor atas segala bantuan dan dukungan dari proses awal studi hingga akhirnya studi ini berhasil diselesaikan.
6. Semua keluarga: Ibu Siti Khotijah, disampaikan terimakasih yang mendalam atas didikan, nasehat dan doa yang tulus yang selalu menyertai penulis sehingga studi ini dapat diselesaikan. Selanjutnya disampaikan terimakasih kepada istri tercinta Hj. Sumayya Meilani Milawati, B.H.Sc., dan anak-anak kami: Fadia Nasywa Ummia, Tsania Naifa Kayyisa, Nadim Murtaja Zaidan, Nahila Dhiya Faiha dan Nizar Fidai Mutammim, terimakasih atas pengertian dan pengorbannya, semoga menjadi manfaat dan berkah bagi keluarga kita aamiin.

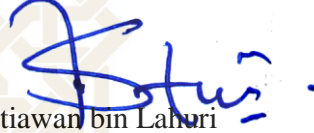


7. Semua kolega, teman dosen, teman kuliah, dan semua pihak yang telah membantu penulis secara langsung maupun tidak langsung, disampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Akhirnya penulis berharap hasil penelitian sederhana ini dapat memberikan kontribusi akademis dan praktis dalam pengembangan keilmuan agama Islam di masyarakat. Kritik dan saran dari pembaca diharapkan untuk mengembangkan pemikiran yang lebih komprehensif. Semoga Allah swt senantiasa memberikan taufik dan hidayah-Nya aamiin.

Yogyakarta, September 2017

Penulis



Setiawan bin Lahuri



## DAFTAR ISI

|  |       |
|--|-------|
| Halaman Judul.....   | i     |
| Pengesahan.....  | ii    |
| Yudisium.....  | iii   |
| Dewan Penguji .....  | iv    |
| Pernyataan keaslian dan bebas Plagiarisme .....                                    | v     |
| Pengesahan Promotor .....  | vi    |
| Nota Dinas .....   | vii   |
| Abstrak.....   | xii   |
| Pedoman Transliterasi Arab-Latin .....   | xviii |
| Kata Pengantar .....   | xxii  |
| Daftar Isi .....   | xxv   |
| Daftar Tabel .....   | xxx   |
| Daftar Gambar.....   | xxxi  |
| Daftar Lampiran .....  | xxxii |
| <br>   |       |
| BAB I : PENDAHULUAN .....  | 1     |
| A. Latar Belakang .....  | 1     |
| B. Rumusan Masalah .....   | 11    |
| C. Tujuan Penelitian .....   | 14    |
| D. Manfaat Penelitian .....  | 14    |
| E. Orisinalitas Penelitian .....   | 18    |
| <br>   |       |
| BAB II : <i>TRUST</i> DAN RISIKO SEBAGAI PREDIKTOR .....                           |       |
| TEORI PERILAKU .....   | 21    |
| A. Teori Perilaku Konsumsi dalam Islam .....                                       | 21    |
| 1. Pengertian Perilaku Konsumsi .....  | 21    |
| 2. Prinsip-prinsip Perilaku Konsumsi .....   | 22    |
| 3. Konsep <i>Mashlahah</i> dalam Perilaku<br>Konsumsi Islam.....                   | 23    |
| B. <i>Theory of Reasoned Action</i> .....  | 25    |
| 1. <i>Theory of Reasoned Action</i> sebagai Teori<br>Hubungan Sikap-Perilaku ..... | 25    |
| 2. Komponen-komponen <i>Theory of Reasoned<br/>            Action</i> (TRA) .....  | 26    |
| 3. Teori Perilaku Terencana Sebagai<br>Pengembangan TRA.....                       | 28    |
| C. <i>Theory of Planned Behavior</i> .....   | 30    |

|   |     |
|---|-----|
| 1. Keyakinan: Komponen Dasar Pembentukan Perilaku Dalam TPB .....             | 32  |
| 2. Pembentukan dan Penonjolan Keyakinan.....                                  | 34  |
| 3. Tiga Komponen Keyakinan .....  | 34  |
| 4. Tiga Jenis Keyakinan Dalam TPB .....                                       | 35  |
| 5. Konstruk dalam <i>Theory of Planned Behavior</i> . .....                   | 37  |
| a. Sikap .....  | 37  |
| b. Norma Subyektif .....  | 42  |
| c. Kontrol Perilaku .....   | 44  |
| d. Intensi (Nilai Berperilaku) .....  | 47  |
| e. Perilaku .....   | 52  |
| D. <i>Theory of Trying</i> .....  | 56  |
| 1. Perbedaan TPB dengan TT .....  | 57  |
| E. <i>Trust</i> dan Risiko sebagai Prediktor Tambahan dalam TPB .....         | 59  |
| 1. <i>Trust</i> Sebagai Prediktor dalam TPB.....                              | 59  |
| a. Definisi <i>Trust</i> .....  | 59  |
| b. Faktor-Faktor <i>Trust</i> .....   | 64  |
| c. Dinamika <i>Trust</i> .....  | 66  |
| 2. Resiko sebagai Prediktor dalam TPB .....                                   | 74  |
| a. Dimensi Risiko .....   | 78  |
| F. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....  | 81  |
| G. Pengembangan Model Penelitian dan Hipotesis..                              | 95  |
| 1. Sikap.....   | 95  |
| 2. Norma Subyektif .....  | 96  |
| 3. Kontrol Perilaku .....   | 97  |
| 4. Risiko.....  | 100 |
| 5. <i>Trust</i> .....   | 102 |
| 6. Niat Berperilaku.....  | 104 |
| <br>  |     |
| BAB III : METODE PENELITIAN.....  | 111 |
| A. Desain Penelitian .....  | 111 |
| 1. Justifikasi Penggunaan Desain Penelitian Kuantitatif .....                 | 111 |
| 2. Justifikasi Penggunaan Metode Survey .....                                 | 112 |
| 3. Justifikasi Penggunaan Teknik <i>Self Administered Questionnaire</i> ..... | 113 |
| B. Variabel Penelitian .....  | 114 |
| 1. Definisi operasional Variabel.....   | 114 |
| C. Tempat Penelitian .....  | 115 |

|   |     |
|---|-----|
| D. Populasi dan Sampling .....  | 119 |
| 1. Populasi .....   | 119 |
| 2. Sampel .....   | 120 |
| 3. Jumlah Sampel .....  | 121 |
| E. Pengembangan Instrumen .....   | 123 |
| 1. Pengembangan Angket .....  | 123 |
| 2. Pengembangan Skala Pengukuran.....   | 127 |
| 3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....  | 128 |
| F. Teknik Analisis Data.....  | 130 |
| 1. Analisis Deskriptif.....   | 130 |
| 2. <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....  | 130 |
| a. Hubungan Antar Variabel .....  | 133 |
| b. Diagram Jalur ( <i>diagram part</i> ) PLS .....  | 133 |
| c. Konversi Diagram Jalur ke dalam<br>Persamaan .....   | 134 |
| d. Estimasi .....   | 134 |
| e. Evaluasi Model PLS .....   | 135 |
| f. Persamaan Statistik Berdasarkan Model<br>Penelitian .....                                      | 143 |
| G. Pengujian Hipotesis.....   | 145 |
| <br>  |     |
| BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....  | 149 |
| A. Profil Responden.....  | 149 |
| 1. Jenis Kelamin Responden.....   | 149 |
| 2. Usia Responden .....   | 150 |
| 3. Agama Responden .....  | 151 |
| 4. Pekerjaan Responden .....  | 152 |
| 5. Pendidikan Responden .....   | 152 |
| 6. Penghasilan Responden .....  | 153 |
| 7. Nama Bank Syari'ah Responden .....   | 154 |
| 8. Produk Bank Syari'ah Responden .....   | 155 |
| 9. Jangka Waktu Responden menjadi Nasabah   | 156 |
| 10. Frekuensi Transaksi dalam Sebulan.....  | 156 |
| 11. Responden yang Menjadi Nasabah Bank<br>Konvensional .....                                     | 157 |
| 12. Alasan Nasabah Non-Muslim Menggunakan<br>Bank Syari'ah .....                                  | 158 |
| B. Analisis Data.....   | 159 |
| 1. Analisis Model <i>Structural Equation Modelling</i><br>(SEM) Variabel Penelitian terhadap Bank |     |

|  |         |
|--|---------|
| Syari'ah dengan Sampel n = 275 .....   | 159     |
| 2. Analisis Model <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) Variabel Penelitian terhadap Bank Syari'ah dengan Sampel n = 250 .....  | 166     |
| 3. Analisis Model <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) Variabel Penelitian terhadap Bank Syari'ah dengan Sampel n = 25 .....   | 173     |
| 4. Analisis Uji Beda Variabel Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, <i>Trust</i> dan Risiko terhadap Perilaku Nasabah Muslim dan Non-Muslim terhadap Bank Syari'ah.....                                  | 179     |
| 5. Evaluasi <i>Goodness of Fit</i> Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) pada Variabel Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, <i>Trust</i> dan Risiko pada Perilaku Nasabah terhadap Bank Syari'ah..... | 185     |
| C. Pengujian Hipotesis Penelitian .....  | 187     |
| 1. Hipotesis 1 .....   | 188     |
| 2. Hipotesis 2 .....   | 188     |
| 3. Hipotesis 3 .....   | 189     |
| 4. Hipotesis 4 .....   | 189     |
| 5. Hipotesis 5 .....   | 190     |
| 6. Hipotesis 6 .....   | 190     |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian .....   | 192     |
| 1. Sikap terhadap Niat Berperilaku Menggunakan Bank Syari'ah.....  | 192     |
| 2. Norma Subyektif terhadap Niat Berperilaku menggunakan Bank Syari'ah .....   | 194     |
| 3. Kontrol Perilaku terhadap Niat Berperilaku menggunakan Bank Syari'ah .....  | 195     |
| 4. Risiko terhadap Niat Berperilaku menggunakan Bank Syari'ah.....   | 197     |
| 5. <i>Trust</i> terhadap Niat Berperilaku menggunakan Bank Syari'ah.....   | 198     |
| 6. Niat Berperilaku terhadap Niat Perilaku menggunakan Bank Syari'ah .....   | 201     |
| <br>BAB V : PENUTUP.....   | <br>203 |
| A. Kesimpulan.....   | 203     |
| B. Implikasi Teoritis .....  | 207     |

|   |     |
|---|-----|
| C. Ketebatasan Penelitian .....         | 210 |
| D. Rekomendasi Penelitian Lanjutan..... | 211 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                     | 213 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN .....                 | 237 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....               | 281 |



## DAFTAR TABEL

|            |  |     |
|------------|--|-----|
| Tabel 2.1  | Beberapa Definisi Sikap.....   | 30  |
| Tabel 2.2  | Definisi Intensi .....   | 51  |
| Tabel 2.3  | Rangkuman PenelitianTerdahulu tentang <i>Theory of Planned Behavior</i> .....                | 89  |
| Tabel 2.4  | Rangkuman Penelitian yang Mendukung Hipotesis .....  | 106 |
| Tabel 3.1  | Data Penyebaran Pesantren di Jawa Timur .....  | 118 |
| Tabel 3.2  | Variabel Tak Bebas .....   | 123 |
| Tabel 3.3  | Contoh Angket .....  | 128 |
| Tabel 3.4  | Ringkasan <i>rule of thumb</i> uji validitas <i>convergent</i> dan <i>discriminant</i> ..... | 138 |
| Tabel 3.5  | Ringkasan <i>rule of thumb</i> uji reliabilitas konstruk ..                                  | 139 |
| Tabel 3.6  | Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> evaluasi model pengukuran (mode B) .....                      | 140 |
| Tabel 3.7  | Ringkasan <i>rule of thumb</i> evaluasi model struktural .....                               | 142 |
| Tabel 4.1  | Nilai AVE Sampel n = 275 .....   | 161 |
| Tabel 4.2  | Nilai <i>Communality</i> Sampel n = 275 .....  | 161 |
| Tabel 4.3  | Perbandingan Nilai Akar Kuadrat AVE dan KorelasiAntar Konstruk Sampel n = 275.....           | 162 |
| Tabel 4.4  | Nilai <i>Composite Reliability</i> Sampel n = 275.....                                       | 163 |
| Tabel 4.5  | <i>Result for Inner Weights</i> Sampel n = 275 .....   | 164 |
| Tabel 4.6  | Nilai AVE Sampel n = 250 .....   | 168 |
| Tabel 4.7  | Nilai <i>Communality</i> Sampel n = 250 .....  | 168 |
| Tabel 4.8  | Perbandingan Nilai Akar Kuadrat AVE Sampel n = 250.....                                      | 169 |
| Tabel 4.9  | Nilai <i>Composite Reliability</i> Sampel n = 250.....                                       | 170 |
| Tabel 4.10 | <i>Result for Inner Weights</i> Sampel n = 250.....  | 171 |
| Tabel 4.11 | Nilai AVE Sampel n = 25 .....  | 174 |
| Tabel 4.12 | Nilai <i>Communality</i> Sampel n = 25 .....   | 175 |
| Tabel 4.13 | Perbandingan Nilai Akar Kuadrat AVE Sampel n = 25.....                                       | 176 |
| Tabel 4.14 | Nilai <i>Composite Reliability</i> Sampel n = 25.....  | 177 |
| Tabel 4.15 | <i>Result for Inner Weights</i> Sampel n = 25 .....  | 177 |
| Tabel 4.16 | HasilUji Beda PengaruhVariabel Penelitian Menurut Agama.....                                 | 183 |
| Tabel 4.17 | R-Square .....   | 186 |
| Tabel 4.18 | Tingkat Signifikansi .....   | 187 |
| Tabel 4.19 | <i>Result for Inner Weight</i> .....   | 188 |
| Tabel 4.20 | Rangkuman Hasil Uji Hipotesis .....  | 191 |

## DAFTAR GAMBAR

|             |   |     |
|-------------|---|-----|
| Gambar 2.1  | <i>Theory of Reasoned Action</i> .....                          | 30  |
| Gambar 2.2  | Model Pengembangan TRA .....                                    | 31  |
| Gambar 2.3  | Model Pengembangan TRA .....                                    | 31  |
| Gambar 2.4  | <i>Theory of Trying</i> .....                                   | 56  |
| Gambar 2.5  | Model Penelitian Aubert dan Kelsey .....                        | 70  |
| Gambar 2.6  | Model Penelitian Mukherjee dan Nath.....                        | 70  |
| Gambar 2.7  | Model Pengembangan <i>Theory of Planned Behavior</i> .....      | 108 |
| Gambar 2.8  | Hipotesis Penelitian.....                                       | 108 |
| Gambar 3.1  | Model Penelitian yang dibangun.....                             | 134 |
| Gambar 4.1  | Diagram Jenis Kelamin Responden .....                           | 149 |
| Gambar 4.2  | Diagram Usia Responden .....                                    | 150 |
| Gambar 4.3  | Diagram Agama Responden .....                                   | 151 |
| Gambar 4.4  | Diagram Pekerjaan Responden .....                               | 152 |
| Gambar 4.5  | Diagram Pendidikan Responden.....                               | 153 |
| Gambar 4.6  | Diagram Penghasilan Responden.....                              | 154 |
| Gambar 4.7  | Diagram Nama Bank Syariah Responden.....                        | 155 |
| Gambar 4.8  | Diagram Produk Bank Syariah Responden.....                      | 155 |
| Gambar 4.9  | Tabel Jangka Waktu Responden Menjadi Nasabah .....              | 156 |
| Gambar 4.10 | Diagram Frekuensi Transaksi Dalam Sebulan.....                  | 157 |
| Gambar 4.11 | Diagram Responden yang Menjadi Nasabah Bank Konvensional .....  | 157 |
| Gambar 4.12 | Diagram Alasan Nasabah Non-Muslim Menggunakan Bank Syariah..... | 158 |
| Gambar 4.13 | Diagram Jalur Persamaan Struktural PLS n = 275.....             | 160 |
| Gambar 4.14 | Model Hasil Penelitian Sampel n = 250.....                      | 167 |
| Gambar 4.15 | Model Hasil Penelitian Sampel n = 25.....                       | 173 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|              |                              |
|--------------|------------------------------|
| Lampiran I   | Angket Penelitian            |
| Lampiran II  | SmartPLS report              |
| Lampiran III | Data Output AngketPenelitian |



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Ekonomi Islam merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari ajaran Islam, sehingga ia harus dibangun di atas prinsip-prinsip dasar agama Islam. Sebagai bagian dari agama Islam, ekonomi Islam dalam berbagai aspeknya merupakan refleksi dari ajaran agama Islam. Islam adalah sistem kehidupan (*way of life*), di mana ia telah menyediakan berbagai perangkat aturan yang lengkap bagi kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi. Beberapa aturan ini bersifat pasti dan berlaku permanen, sementara beberapa aturan yang lain bersifat kontekstual sesuai dengan situasi dan kondisi. Penggunaan agama sebagai sumber ilmu pengetahuan telah menimbulkan diskusi panjang di kalangan ilmuwan, meskipun sejarah telah membuktikan bahwa hal ini adalah sebuah keniscayaan.<sup>1</sup>

Indonesia sebagai negara dengan penduduk mayoritas Muslim baru memiliki bank yang mendasarkan pengelolaannya pada prinsip syariah pada tahun 1992. Pada awal kemerdekaan, Indonesia masih berpegang pada sistem perbankan konvensional sebagai warisan dari kolonial Belanda. Pada tahun 1983 dikeluarkan kebijakan berkaitan dengan pemberian kebebasan penetapan tingkat suku bunga, di antaranya bunga nol persen (*zero interest*). Hal ini terus berlangsung sampai dikeluarkannya paket kebijakan Pakto 88 pada Oktober 1988 sebagai kebijakan deregulasi perbankan yang mempermudah berdirinya bank-bank baru.<sup>2</sup>

Pada tahun 1988 Majelis Ulama Indonesia dalam lokakarya di Cisarua, Bogor, mengeluarkan fatwa tentang keharaman bunga bank. Munculnya fatwa MUI tersebut menimbulkan dampak bagi perkembangan industri perbankan, mengingatkan mayoritas penduduk

---

<sup>1</sup> P3EI Universitas Islam Indonesia dan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2008), 13.

<sup>2</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Perkembangan Hukum Perbankan di Indonesia, Kapita Selekta Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta: UII Press, 2008), 19.

Indonesia adalah Muslim yang tentu saja mempercayai pendapat para Ulama tersebut.<sup>3</sup> Secara kelembagaan Bank Muamalat Indonesia adalah bank syariah pertama, kemudian menyusul bank-bank lain yang membuka jendela syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Pada tahun 1992 lahir UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan yang secara implisit memberikan alternatif operasional bank menggunakan prinsip bagi hasil. Hal tersebut ditindaklanjuti dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 72 tahun 1992 Tentang Bank Berdasarkan Bagi Hasil. Kemudian pada tahun 1998 Undang Undang Nomor 7 tahun 1992 Tentang Perbankan diubah dengan Undang Undang Nomor 10 tahun 1998 yang memberikan landasan kelembagaan dan operasional untuk perkembangan bank syariah secara komprehensif.<sup>4</sup>

Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa saat ini sudah ada 13 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 166 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Aset perbankan syariah saat ini sudah mencapai Rp. 356,50 triliun. Sedangkan *market share* perbankan syariah telah mencapai 5,13 persen per Maret 2017.<sup>5</sup>

*Market share* perbankan syariah jika dibandingkan dengan perbankan konvensional masih berada di angka 5,13 persen. Hal ini disebabkan oleh beberapa masalah di antaranya adalah modal yang belum bertambah, kualitas pembiayaan yang belum memadai, kualitas sumber daya manusia yang belum mencukupi dan *good corporate governance* yang belum diterapkan dengan baik.<sup>6</sup> Masalah-masalah lain yang menjadi kendala dalam peningkatan

---

<sup>3</sup> Zainulbahar Noor, *Bank Muamalat Sebuah Mimpi, Harapan dan Kenyataan* (Jakarta: Bening, 2006), 353.

<sup>4</sup> Veithzal Rivai dan Rifki Ismail, *Islamic Risk Management for Islamic Banking* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 44.

<sup>5</sup> Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), diakses pada tanggal 11 April 2017. [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id).

<sup>6</sup> Agustianto, *Strategi Jitu Meningkatkan Market Share Bank Syariah*, diakses pada tanggal 11 April 2014. [www.agustiantocenter.com](http://www.agustiantocenter.com).

pangsa pasar bank syariah adalah minimnya pengembangan produk perbankan. Hal ini terjadi karena perbankan syariah tidak mampu melakukan identifikasi kompetensi inti.<sup>7</sup>

Pertumbuhan pangsa pasar bank syariah (1992-2017) yang baru mencapai 5,13 persen, dengan jumlah masyarakat Muslim yang mencapai 87,18 persen<sup>8</sup> atau 207.176.162 dari total penduduk Indonesia 237.641.326 jiwa, maka bank syariah secara umum belum mendapat kepercayaan dari masyarakat. *Trust* merupakan asas dalam kesepakatan kemitraan, *trust* adalah fondasi utama dari sebuah bisnis. Suatu transaksi bisnis tidak akan terjadi kecuali ada kepercayaan. Kepercayaan dapat diakui oleh pihak lain jika dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. *Trust* kemudian dijadikan sebagai katalis dalam transaksi antara penjual dan pembeli, demi terwujudnya kepuasan konsumen sesuai dengan harapan.<sup>9</sup>

Mayer *et. al.*, mendefinisikan *trust* sebagai keinginan suatu pihak untuk menjadi pasrah atau menerima tindakan dari pihak lain berdasarkan pengharapan bahwa pihak tersebut akan melakukan tindakan tertentu kepada pihak yang memberikan kepercayaan.<sup>10</sup> Shaw menyebutkan bahwa kepercayaan adalah keyakinan bahwa orang lain akan mampu memenuhi harapan-harapan kita kepadanya.<sup>11</sup> Pendapat senada disampaikan Morgan dan Hunt yang mendefinisikan *trust* sebagai suatu kondisi ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran yakin dengan keandalan dan

---

<sup>7</sup> Aji Dedi Mulawarman, "Target 5 persen Bank Syariah untuk masalah," Makalah disampaikan dalam Seminar Interaktif "*Shariah Weekend*," yang diadakan oleh LEM FE-UII dan KOPMA FE-UII, Yogyakarta, 13 Desember 2007.

<sup>8</sup> Data Badan Pusat Statistik 2010, [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id).

<sup>9</sup> Shumaila Y. Yousafzai, John G. Pallister & Gordon R. Foxall, "A Proposed Model of E-Trust for Electronic Banking," *Technovation* 23, 11 (2003): 847-860.

<sup>10</sup> Roger C. Mayer, James H. Davis, F. David Schoorman, "An Integrative Model of Organizational Trust," *Academy of Management Review* 20, 3 (July 1995): 709-734.

<sup>11</sup> Robert Bruce Shaw, *Trust in the Balance: Building successful organizations on results, integrity, and concern* (San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1997).

integritas pihak yang lain.<sup>12</sup> Beberapa definisi di atas menggambarkan bahwa kepercayaan akan terjadi apabila seseorang memiliki keyakinan diri kepada reliabilitas dan integritas pihak lain.

Kepercayaan menjadi penting karena dua hal, pertama karena hubungan jangka panjang dan komitmen yang dimiliki masing-masing pihak berdasarkan integritas dan keandalan. Kedua pada tahap konseptual, klien harus mau membuka informasi yang bersifat rahasia dan berpengaruh terhadap perencanaan di masa depan.<sup>13</sup> Dengan demikian kepercayaan dapat diartikan sebagai suatu pengharapan yang bergantung pada seseorang atau kelompok tentang perkataan, janji atau argumen tertulis dari seseorang atau kelompok yang dapat dipertanggungjawabkan.

Produk dan jasa perbankan merupakan bisnis yang didasarkan pada kepercayaan, sehingga lebih rentan terhadap kesalahan-kesalahan dalam proses penyampaiannya. Ketika perbankan memiliki hubungan yang kuat dengan konsumen, maka konsumen cenderung lebih mudah memaafkan kesalahan yang terjadi. Oleh karena itu, agar tercipta hubungan yang erat dengan konsumen, diperlukan kepercayaan konsumen sebagai elemen kuncinya. Hubungan yang erat antara konsumen dan perusahaan atau perbankan dapat mempengaruhi respon konsumen.<sup>14</sup>

Penelitian tentang sikap masyarakat, perilaku, potensi, persepsi, dan preferensi terhadap perbankan syariah telah banyak dilakukan, di antaranya Jazim Hamidi dan kawan-kawan tahun 2006, Pusat Pengkajian Bisnis dan Ekonomi Islam Universitas Brawijaya tahun 2000, Wibisana dan kawan-kawan tahun 1991, Fatimah tahun

---

<sup>12</sup> Robert M. Morgan & Shelby D. Hunt, "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing," *Journal of Marketing* 58, 3 (July 1994): 20-38.

<sup>13</sup> A. H. Tyler, and J. Matthews, "An Evaluation of Definitions and the Key Elements of Partnering," *Proceeding of the RICS Foundation COBRA Conference* (UK: Bristol, 1996).

<sup>14</sup> Guenzi, Paolo and Ottavia Pelloni, "Interpersonal Relationship and Customer Loyalty: A Comprehensive Model and Empirical Investigation," *Working Paper, Istituto di Economia e Gestione delle Imprese* (Milano: Università Commerciale Luigi Bocconi, 2003).

2005, Ascarya tahun 2005, Harif Amali R., dan kawan-kawan tahun 2006 dan Insitut Pertanian Bogor dan Bank Indonesia tahun 2004. Namun penelitian tentang kepercayaan masyarakat masih belum banyak dilakukan. Telaah terhadap penelitian-penelitian dalam tema ini dapat dipaparkan sebagai berikut.

Penelitian tentang persepsi dan sikap masyarakat santri Jawa Timur terhadap bank syariah, oleh Jazim Hamidi dan kawan-kawan pada tahun 2006. Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi masyarakat santri di Jawa Timur baik yang merupakan nasabah maupun yang bukan nasabah bank syariah, ditinjau dari pendekatan budaya, sosial, pribadi dan psikologis, adalah positif terhadap bank syariah. Perbedaan yang terdapat pada kelompok masyarakat santri nasabah dan non nasabah adalah pada sikap atau pilihan mereka untuk memilih atau tidak memilih bank syariah. Perbankan syariah meskipun secara konsep sudah jelas dan baik, namun dalam praktiknya masih menunjukkan ketidaksesuaian dengan konsep yang ada, sehingga hal tersebut mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadapnya.<sup>15</sup>

Pusat Pengkajian Bisnis dan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya pada tahun 2000 melakukan penelitian tentang potensi, preferensi, dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah di Jawa Timur. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa hanya sebagian kecil masyarakat Jawa Timur yang menganggap bahwa bunga sama dengan riba, bahkan ada yang menganggap bahwa bank syariah juga menerapkan bunga. Hasil yang lain menunjukkan bahwa preferensi terhadap bank konvensional sebanding dengan bank syariah. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa agama dan moral bukan merupakan faktor yang menjadi perhatian masyarakat, akan tetapi faktor yang dominan adalah informasi yang mereka peroleh dan penilaian rasional sebelum bertindak. Hasil yang lain menunjukkan bahwa lembaga keuangan syariah dapat dikembangkan pada wilayah-

---

<sup>15</sup> Jazim Hamidi, dkk, "Persepsi dan Sikap Masyarakat Santri Jawa Timur terhadap Bank Syariah," *Jurnal Bank Indonesia* (2007): 1-16.

wilayah dengan potensi ekonomi yang tinggi dan mempunyai basis keagamaan yang kuat.

Wibisana dkk pada tahun 1991 melakukan penelitian tentang persepsi masyarakat terhadap BPR Syariah di Jawa Timur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap bank syariah sangat beragam. Sebagian besar masyarakat masih menganggap bahwa bunga bank halal, hanya sebagian kecil saja yang mengatakan haram, dan selebihnya tidak tahu. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa ada indikasi masyarakat belum memahami dan menerima bank syariah.<sup>16</sup>

Temuan di atas serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Erol dan El-Bdour pada tahun 1989, yang menunjukkan bahwa masyarakat lebih berorientasi pada profit daripada agama. Dengan kata lain, motivasi agama bukan merupakan faktor dominan yang dipertimbangkan untuk memilih bank syariah, tetapi motivasi yang kuat adalah berdasarkan motif *profit oriented*.<sup>17</sup>

Fatmah melakukan penelitian pada tahun 2005 tentang pengaruh persepsi religiusitas, kualitas layanan dan inovasi produk terhadap kepercayaan dan komitmen serta loyalitas nasabah bank umum syariah di Jawa Timur. Fatimah menyimpulkan bahwa kepercayaan dan loyalitas masyarakat pada perbankan syariah dipengaruhi oleh faktor-faktor persepsi religiusitas, kualitas layanan, dan inovasi produk perbankan.<sup>18</sup>

Metawa dan Almossawi melakukan penelitian di Bahrain tentang perilaku nasabah bank syariah. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa keputusan nasabah dalam memilih bank

---

<sup>16</sup> M. Jusuf Wibisana, Iwan Triyuwono, Nurkholis, A. Erani Yustika, *Studi Pendahuluan Persepsi Masyarakat tentang Bank Perkreditan Rakyat Syariah* (Malang: Center for Business and Islamic Economics Studies (CBIES)-Faculty of Economics Brawijaya University dan Bank Indonesia, 1999).

<sup>17</sup> Cengiz Erol & Radi El-Bdour, "Attitudes, Behavior and Patronage Factors of Bank Customer towards Islamic Bank," *International Journal Banking Management* 7, 6 (1989): 31-37.

<sup>18</sup> Fatmah, "Pengaruh Persepsi Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Inovasi Produk terhadap Kepercayaan dan Komitmen serta Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Jawa Timur," *Disertasi* (Surabaya: Universitas Airlangga, 2005).

dipengaruhi oleh faktor agama, di mana nasabah menekankan pada ketaatannya terhadap prinsip-prinsip agama. Di samping itu nasabah juga didorong oleh faktor keuntungan, dukungan keluarga dan teman, serta lokasi bank.<sup>19</sup>

Penelitian oleh Bank Indonesia dan Institut Pertanian Bogor tahun 2004 tentang potensi, preferensi dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah di Kalimantan Selatan menunjukkan bahwa masyarakat Kalimantan Selatan menggunakan bank syariah karena faktor-faktor kualitas pelayanan dan kedekatan lokasi bank dari pusat kegiatan, sedangkan keagamaan tidak menjadi faktor yang dominan dalam mempengaruhi kecenderungan masyarakat menggunakan bank Syariah.<sup>20</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Harif Amali Rivai dan kawan-kawan pada tahun 2006 menyimpulkan adanya persepsi masyarakat bahwa bunga bank tidak sesuai dengan ajaran agama. Namun hal tersebut bukan merupakan alasan utama bagi masyarakat dalam memilih bank. Masyarakat relatif mempunyai argumentasi rasional, termasuk motif ekonomi di dalam menentukan pilihannya.

Hasil penelitian tersebut memberikan implikasi bahwa sekalipun terdapat berbagai aspek non-ekonomis yang sangat mempengaruhi interaksi masyarakat terhadap dunia perbankan, namun dalam keputusan memilih jasa perbankan, pertimbangan rasional tetap sangat menentukan. Hal ini berarti bahwa masyarakat cenderung menilai produk perbankan yang ditawarkan sebagai produk komoditas, di mana masyarakat memilih produk perbankan berdasarkan fungsi produk. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa

---

<sup>19</sup> Saad A. Metawa & Mohammed Almossawi, "Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Perspectives and Implications," *International Journal of Bank Marketing* 16, 7 (1998): 299-313.

<sup>20</sup> Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia bekerja sama dengan Institut Pertanian Bogor, *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Kalimantan Selatan* (2004).



masyarakat memiliki persepsi bahwa karakteristik bank syariah dengan bank konvensional relatif tidak berbeda.<sup>21</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Erol dan El-Bdour pada tahun 1989 memberikan kesimpulan yang berbeda tentang faktor yang mendorong masyarakat memilih bank syariah atau bank konvensional. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa motivasi masyarakat dalam memilih bank syariah cenderung didasarkan kepada motif keuntungan, bukan kepada motif keagamaan. Masyarakat lebih mengutamakan rasionalitas ekonomi dalam keputusan memilih bank syariah maupun bank non-syariah.<sup>22</sup>

Beberapa penelitian tentang bank syariah telah dilakukan dengan berbagai tema di antaranya: faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen memilih jasa perbankan; bank syariah vs bank konvensional, oleh Rivai dkk tahun 2006. Penelitian tentang potensi, preferensi dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah oleh IPB dan BI tahun 2004. Tema penelitian Fatmah tahun 2005 tentang pengaruh persepsi religiusitas, kualitas layanan dan inovasi produk terhadap kepercayaan, komitmen dan loyalitas nasabah bank umum syariah. Jazim Hamidi dan kawan-kawan tahun 2006 melakukan penelitian tentang persepsi dan sikap masyarakat terhadap bank syariah.

*Theory of Planned Behavior* dibangun berdasarkan asumsi bahwa manusia adalah makhluk rasional yang menggunakan informasi yang diterima secara sistematis. Seseorang memikirkan implikasi dari sebuah tindakan sebelum ia mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu.<sup>23</sup> Teori ini menyebutkan bahwa anteseden dari sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku adalah keyakinan yang dibangun berdasarkan

---

<sup>21</sup> Harif Amali Rivai, dkk, "Identifikasi faktor penentu keputusan konsumen dalam memilih jasa perbankan : Bank Syariah vs Bank Konvensional," *Penelitian hasil kerjasama antara Bank Indonesia dan Center for Banking Research* (Padang: Universitas Andalas, 2006).

<sup>22</sup> Cengiz Erol & Radi El-Bdour, "Attitudes, Behavior," 31-37.

<sup>23</sup> Icek Ajzen, *Attitudes, Personality, and Behavior*, 2<sup>nd</sup> Edition, (New York: Open University Press, 2005).

struktur kognitif. Sikap muncul dari kombinasi keyakinan bahwa perilaku akan memberikan hasil tertentu dan evaluasi atas hasil tertentu. Hal yang sama juga berlaku untuk norma subyektif yang mempunyai anteseden keyakinan normatif dan motivasi untuk taat. Sementara kontrol perilaku didukung oleh seperangkat keyakinan kontrol dan kekuatan yang dirasakan dari kepercayaan ini.

*Theory of Planned Behavior* banyak digunakan dalam penelitian-penelitian mengenai perilaku dalam berbagai bidang penelitian. Seperti penelitian dalam bidang kesehatan; Bluementhal et. al, tahun 2007, Pargament et. al, tahun 2004, Koenig tahun 2007, Morjaria & Orford tahun 2002 dan Koenig et. al, tahun 2001. Penelitian dalam bidang sosial; Trafimow tahun 2001, Lin et. al, tahun 1999, Spatz et al, tahun 2003, Sheeran dan Orbell tahun 1999 dan Parker et al, tahun 1995. Penelitian dalam bidang keuangan seperti; Sahni tahun 1994, Lau, Choe dan Tan tahun 2011. Perilaku pembelian seperti; George tahun 2002, Dharmmesta dan Khasanah tahun 1999, Kalafatis et al, tahun 1999, Kokkinaki tahun 1999, Kanler dan Todd tahun 1998 serta Thompson dan Thompson tahun 1996. Penelitian dalam bidang perilaku organisasional; Cordano dan Frieze tahun 2000, Morris dan Venkatesh tahun 2000 serta Maurer dan Palmer tahun 1999.

Ajzen menjelaskan bahwa TPB (*Theory of Planned Behavior*) bukan merupakan model yang eksklusif untuk memberikan prediksi intensi atau perilaku. Ajzen menyatakan bahwa TPB cukup fleksibel untuk ditambahkan di dalamnya prediktor tambahan yang dapat menjelaskan secara signifikan varian dari intensi. Maka tidak heran jika beberapa peneliti kemudian melakukan pengembangan terhadap model TPB dengan menambahkan prediktor baru untuk memprediksi intensi dan perilaku.<sup>24</sup>

Pengembangan *Theory of Planned Behavior* dimulai dari penelitian yang dilakukan oleh Taylor dan Todd tahun 1995. Taylor dan Todd memberikan kritik terhadap TPB karena tidak

---

<sup>24</sup> Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, 2 (December 1991): 179-211.

mengikutsertakan variabel seperti kebiasaan, kewajiban moral dan identitas diri yang mungkin saja bisa memberikan prediksi terhadap niat dan perilaku. Mereka kemudian mengembangkan TPB dengan melakukan perluasan struktur sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku. Hasil penelitian mereka menunjukkan adanya peningkatan kemampuan untuk menjelaskan intensi berperilaku dan mengetahui secara lebih akurat suatu kejadian perilaku.<sup>25</sup>

Armitage dan Conner tahun 2001 menemukan bukti empiris untuk memperluas TPB dengan menambahkan 6 variabel tambahan yaitu: *belief salience measures*, *past behavior/habit*, *perceived behavioral control (PBC) vs. self-efficacy*, *moral norms*, *self-identity*, dan *affective beliefs*. Armitage dan Conner selanjutnya mengemukakan bahwa tidak baik juga apabila seluruh variabel tersebut diintegrasikan ke dalam model karena akan menghilangkan kesederhanaannya.<sup>26</sup> Oleh karena itu penelitian-penelitian yang menggunakan kerangka TPB seharusnya menambahkan variabel yang menurut peneliti memiliki kontribusi terhadap variabel yang diteliti.

Beberapa penelitian yang mengembangkan TPB dengan menambahkan variabel *trust* ke dalamnya, antara lain: Giantari *et al*, pada tahun 2013 tentang *online purchasing*. Hasbullah *et al*, pada tahun 2014 tentang *consumer cooperatives*. Azam dan Qiang pada tahun 2012 tentang *e-commerce*. George tahun 2004 tentang *internet purchasing*. Lee dan Ngoc pada tahun 2010 juga melakukan penelitian dengan menambahkan variabel *trust* pada *on-line shopping intentions* di Vietnam. Pavlou dan Fygenson pada tahun 2006 juga menambahkan *trust* pada TPB dalam penelitian tentang *electronic commerce*. Demikian juga Velarde pada tahun 2012 yang melakukan penelitian tentang *online purchasing behavior*. Damayanti dan

---

<sup>25</sup> Shirley Taylor and Peter A. Todd, "Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models," *Information Systems Research* 6, 4 (1995): 144-176.

<sup>26</sup> Christopher J. Armitage and Mark Conner, "Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A Meta-Analytic Review," *British Journal of Social Psychology* 40, 4 (2010): 471-499.

kawan-kawan pada tahun 2015 juga menambahkan variabel *trust* pada model TPB dalam penelitian tentang kepatuhan dalam membayar pajak.

Di samping itu juga ditemukan beberapa penelitian yang menambahkan variabel risiko dalam model TPB, di antaranya: Moeini dan Rivard pada tahun 2014 tentang proyek teknologi informasi. Schmiede *et al*, pada tahun 2009 tentang distingsi antara rasa khawatir dengan risiko. Akbar *et al*, tahun 2015 tentang risiko penyakit diabetes. Kobbeltvedt dan Wolff tahun 2009 tentang hubungan antara risiko dengan perasaan. Blue tahun 2007 tentang risiko penyakit diabetes. Abadi *et al*, tahun 2012 tentang *mobile banking*. Javadi *et al*, tahun 2012 tentang *online shopping behavior*. Saeri *et al*, tahun 2014 tentang privasi pengguna facebook. Demikian juga Turchik tahun 2010 yang meneliti tentang risiko seks pada kalangan mahasiswa.

Secara umum, pengembangan model TPB dalam penelitian di bidang perbankan syariah belum banyak dilakukan. Oleh karena itu perluasan model TPB dalam kajian perbankan syariah perlu dilakukan. Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk menguji model TPB dalam perilaku nasabah terhadap bank syariah dengan menambahkan prediktor *trust* dan risiko sebagai pengembangan dari TPB. Penambahan prediktor ini dilakukan dalam rangka menemukan jawaban atas kritik terhadap model TPB yang tidak menggunakan variabel eksternal, serta tidak menguji model konseptual pengaruh *trust* dalam perilaku nasabah terhadap bank syariah. Penelitian-penelitian tentang perilaku nasabah terhadap bank syariah masih sangat diperlukan dalam upaya mendorong percepatan pertumbuhan bank syariah.

## **B. Rumusan Masalah**

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan beberapa hasil yang berbeda. Variabel religiusitas misalnya ternyata menjadi faktor utama preferensi masyarakat di Jawa Tengah untuk memilih bank syariah. Sedangkan bagi masyarakat di Jawa Timur ternyata agama tidak menjadi faktor utama pilihan dan preferensi penggunaan bank

syariah. Di sisi lain pertumbuhan *market share* bank syariah di Jawa Timur mencapai 5,18 % melebihi *market share* tingkat nasional yang masih rendah 4,92 %.

Berdasarkan pada hasil penelitian terdahulu dan perbedaan *market share* nasabah bank syariah, maka ditemukan dua *gap* yang menjadi landasan penelitian ini:

**Pertama**, yakni *research gap* yang menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian mengenai hubungan antara pengaruh religiusitas, bagi hasil, *trust* terhadap persepsi, preferensi dan sikap masyarakat pada bank syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Metwally<sup>27</sup> tahun 1996 di Kuwait, Saudi Arabia dan Mesir menemukan bahwa agama merupakan faktor paling penting dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah. Penelitian Omer<sup>28</sup> tahun 1992 di Inggris juga menunjukkan bahwa faktor utama yang mendorong nasabah Muslim memilih bank Islam adalah motivasi agama.

Sementara Erol & El-Bdour tahun 1989 di Jordania menemukan bahwa faktor agama bukan merupakan motivasi utama bagi nasabah Muslim menggunakan bank Islam.<sup>29</sup> Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Haron *et. al.*, tahun 1994 di Malaysia, menyimpulkan bahwa agama bukan menjadi faktor utama nasabah Muslim menggunakan bank Islam.<sup>30</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Jazim Hamidi dan kawan-kawan tahun 2000 di Jawa Timur juga mempunyai kesimpulan bahwa pertimbangan keagamaan bukanlah

---

<sup>27</sup> Mokhtar M. Metwally, "Attitude of Muslim Towards Islamic Bank in a Dual-Banking System," *American Journal of Islamic Finance* 6, (1996): 11-17.

<sup>28</sup> Omer, H.S.H., "The implications of Islamic beliefs and practice on the Islamic financial institutions in the UK: case study of Albaraka International Bank UK," *Unpublished PhD thesis*, Economics Department (Loughborough: Loughborough University, 1992).

<sup>29</sup> Cengiz Erol and Radi El-Bdour, "Attitudes, Behaviour," 31-37.

<sup>30</sup> Haron, S, Ahmad N and Planisek S., "Bank Patronage Factors of Muslim and Non-Muslim Customers," *International Journal of Bank Marketing* 12, 1 (1994): 32-40.

menjadi faktor penting yang mempengaruhi kecenderungan masyarakat menggunakan bank syariah.<sup>31</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Walczuch *et al.*, tahun 2001<sup>32</sup> menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kepercayaan. Penelitian Liu *et al.*, tahun 2003<sup>33</sup> menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Fatmah dalam penelitiannya di Jawa Timur pada tahun 2005 menemukan bahwa faktor kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di bank syariah.<sup>34</sup>

**Kedua**, *fenomena gap* yang ditunjukkan oleh *market share* bank syariah yang masih rendah 4,92 % pada tingkat nasional dan 5,18 % pada tingkat Jawa Timur, padahal bank syariah sudah ada sejak tahun 1992 dan jumlah penduduk Muslim di Indonesia sebagai pasar potensial adalah 87,18 persen.

Kedua fakta empiris di atas memunculkan sebuah masalah penelitian, yaitu rendahnya preferensi masyarakat terhadap bank syariah dan rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah. Masalah penelitian ini memerlukan penjelasan secara ilmiah. Berdasarkan masalah penelitian di atas, maka pertanyaan penelitian yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *trust* terhadap perilaku penggunaan bank syariah?
2. Bagaimana pengaruh risiko terhadap perilaku penggunaan bank syariah?

---

<sup>31</sup> Jazim Hamidi, dkk, "Persepsi dan Sikap Masyarakat Santri," 1-16.

<sup>32</sup> Rita Walczuch, Joyce Seelen and Henriette Lundgren, "Psychological Determinants for Consumer Trust in E-retailing," in *Proceedings of The Eighth Research Symposium on Emerging Electronic Markets (RSEEM 01)* (Netherlands: Maastricht, 2001).

<sup>33</sup> Chang Liu, Jack T. Marchewka, June Lu, and Chun-Sheng Yu, "Beyond Concern: a Privacy, Trust, Behavioral Intention Model of Electronic Commerce," *Information and Management* 42, (2003): 127-142.

<sup>34</sup> Fatmah, "Pengaruh Persepsi Religiusitas."

3. Bagaimana pengaruh sikap terhadap perilaku penggunaan bank syariah?
4. Bagaimana pengaruh norma subyektif terhadap perilaku penggunaan bank syariah?
5. Bagaimana pengaruh kontrol perilaku terhadap perilaku penggunaan bank syariah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada *research gap* dan *fenomena gap* yang telah dipaparkan di atas, maka secara spesifik penelitian ini bertujuan:

1. Menjelaskan pengaruh *trust* terhadap perilaku nasabah menggunakan bank syariah.
2. Mengetahui pengaruh risiko terhadap perilaku penggunaan bank syariah.
3. Menjelaskan pengaruh sikap terhadap perilaku penggunaan bank syariah.
4. Mengetahui pengaruh norma subyektif terhadap perilaku penggunaan bank syariah.
5. Menjelaskan pengaruh kontrol perilaku terhadap perilaku penggunaan bank syariah.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dalam Filsafat Ilmu dijelaskan bahwa ilmu pengetahuan harus memiliki tiga komponen dasar, yaitu ontologi, epistemologi dan aksiologi. Aspek aksiologi ditunjukkan dengan nilai manfaat atau kegunaan yang diberikan kepada masyarakat luas. Karenanya penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan kontribusi, baik untuk pengembangan teoritis atau keilmuan maupun implikasi praktis atau kebijaksanaan.

#### **1. Kontribusi Teoritis.**

Manfaat teoritis penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini menggunakan pendekatan antar disiplin (yaitu psikologi dan perilaku konsumen) dalam memahami perilaku penggunaan produk dan jasa bank syariah. Penelitian dengan pendekatan multidisipliner adalah penelitian dengan fokus

utama pada upaya memahami fenomena secara lebih komprehensif. Pendekatan ini dapat meningkatkan penelitian ilmu-ilmu sosial, sebagaimana dijelaskan oleh Deshpande tahun 1999, Murray & Evers tahun 1989 dan penelitian Horton tahun 1984. Lebih lanjut, penelitian ini menguji teori-teori perilaku dalam TPB, untuk memahami fenomena penggunaan bank syariah. Dengan demikian, penelitian ini berimplikasi pada teori yaitu mendukung daya prediksi TPB dalam menjelaskan fenomena penggunaan bank syariah.

- b. Penelitian ini memperluas *Theory of Planned Behavior* dengan menambahkan dan menguji variabel *trust* dan risiko sebagai variabel penentu niat dan perilaku. Penelitian ini menambahkan variabel *trust* dan risiko untuk memprediksi perilaku nasabah dalam menggunakan bank syariah. Penambahan variabel *trust* dan risiko juga dilakukan oleh Warkentin *et. al.* tahun 2002, Hung *et al.*, tahun 2006, Pavlou tahun 2003, Hsu dan Chiu tahun 2004 serta Jacoby dan Kaplan tahun 1984.
- c. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan model perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam, terutama dalam perilaku pengambilan keputusan yaitu perilaku nasabah terhadap bank syariah. Dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat memperkaya model perilaku konsumen dalam ranah ekonomi Islam. Temuan penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Yasri tahun 2006, Rofiq tahun 2007, Fatmah tahun 2005, Jazim Hamidi tahun 2006, serta Erol & El-Bdour tahun 1989.
- d. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan *Theory of Planned Behavior* dalam memprediksi perilaku penggunaan bank syariah dengan menambahkan variabel baru yaitu *trust* dan risiko. Diharapkan model pengembangan teori ini dapat dijadikan referensi dalam proses penggunaan bank syariah. Model pengembangan TPB dalam konteks penelitian di bank syariah telah dilakukan oleh Reni dan Ahmad tahun



2016, Amin, Rahman, Sondoh dan Hwa tahun 2011, Wahyuni tahun 2012, Abdullah, Hasan dan Masron tahun 2016.

- e. Penelitian ini dapat meningkatkan validitas eksternal dengan mengaplikasikan variabel *trust* dan risiko ke dalam perilaku dan budaya yang beragam. Penelitian-penelitian yang dilakukan Chan tahun 1999, Davis tahun 1996, Alden *et al.*, tahun 1989, Fishbein & Ajzen tahun 1975, Triandis, Malpass & Davidson tahun 1972 menemukan bahwa perilaku dipengaruhi oleh budaya setempat. Penelitian ini menguji TPB untuk memprediksi perilaku nasabah terhadap bank syariah dalam konteks keragaman budaya Indonesia, karena dilakukan di Indonesia yang memiliki kultur dan budaya yang berbeda dengan budaya Barat. Validitas eksternal merupakan faktor utama dalam setiap penelitian, baik penelitian korelasional atau eksperimental. Validitas eksternal diperoleh dengan mengaplikasikan suatu teori pada beragam lingkup perilaku, budaya, dan populasi sebagaimana ditemukan oleh Chan tahun 1999, Davis tahun 1996, Schmitt & Klimoski tahun 1991, Calder, Phillips & Tybout tahun 1982, Jacoby tahun 1978 serta Fishbein & Ajzen tahun 1975.

## 2. Kontribusi Praktis.

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah:

- a. Hasil penelitian ini bisa dijadikan dasar bagi praktisi untuk menggunakan TPB dalam memahami hubungan sikap, norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan, *trust* dan risiko untuk memahami niat atau perilaku. Konstruk-konstruk yang teruji dapat digunakan oleh para praktisi untuk memahami suatu fenomena. Penelitian-penelitian berikut ini menggambarkan hubungan antar variabel tersebut, di antaranya: Garver & Mentzer tahun 1999, Petty & Cacioppo tahun 1996, Brinberg & Hirschman tahun 1986 dan penelitian Lynch tahun 1982.

- b. Dengan ditemukannya faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank syariah, maka praktisi bank syariah dan lembaga keuangan syariah dapat lebih meningkatkan pengelolaan dan pengembangan bank syariah. Praktisi perbankan syariah juga dapat lebih memperhatikan karakteristik nasabah dalam upaya meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap bank syariah. Di antaranya Jazim Hamidi tahun 2006, FE Universitas Brawijaya tahun 2000, Wibisana tahun 1999, Fatimah tahun 2005, Harif Amali Rivai dan kawan-kawan tahun 2006.
- c. Penelitian ini juga mengidentifikasi keyakinan-keyakinan nasabah yang penting, yang digunakan nasabah dalam menggunakan bank syariah. Keyakinan-keyakinan tersebut merupakan keyakinan-keyakinan yang paling digunakan oleh nasabah. Keyakinan-keyakinan ini berguna bagi bank syariah untuk meningkatkan dan memperbaiki produk dan jasa bank syariah. Terlebih lagi, berdasarkan pemahaman akan keyakinan-keyakinan nasabah tersebut, bank syariah dapat menambahkan inovasi produk baru yang belum dimiliki oleh bank syariah.
- d. Dengan ditemukannya hubungan antara *trust* dan risiko terhadap perilaku nasabah, maka praktisi bank syariah dapat mengembangkan produk dan jasa baru yang dapat meningkatkan minat nasabah dan berusaha meminimalisir tingkat risiko yang mungkin terjadi dari proses penggunaan produk dan jasa bank syariah.
- e. Penelitian ini memberikan profil nasabah pengguna bank syariah. Penelitian ini juga memberikan gambaran mengenai sikap, keyakinan dan kepercayaan yang mempengaruhi perilaku nasabah terhadap bank syariah. Maka penelitian ini tidak saja diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada nasabah, tetapi juga bisa memberikan kontribusi kepada bank syariah.

- f. Dengan menunjukkan hasil penelitian bahwa kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah masih rendah, maka diperlukan adanya regulasi yang memberikan keleluasaan pada bank syariah untuk melakukan ekspansi produk dan jasa. Maka diharapkan pemerintah dapat memberikan dukungan penuh terhadap praktek perbankan syariah. Pemerintah diharapkan dapat mendorong pertumbuhan dan perkembangan bank syariah di seluruh wilayah Indonesia.

### **E. Orisinalitas Penelitian**

Berbagai penelitian tentang bank syariah seperti penelitian yang dilakukan oleh Jazim Hamidi dan kawan-kawan pada tahun 2006 di Jawa Timur, Pusat Pengkajian Bisnis dan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya tahun 2000 di Jawa Timur, Wibisana dan kawan-kawan tahun 1999 di Jawa Timur, Bank Indonesia dengan Institut Pertanian Bogor tahun 2004 di Kalimantan Selatan, Fatimah tahun 2005 di Jawa Timur, Harif Amali Rivai dan kawan-kawan tahun 2006, serta Erol & El-Bdour tahun 1989 di Bahrain umumnya membahas aspek kognisi, persepsi, preferensi, motivasi dan sikap nasabah terhadap bank syariah. Responden yang diteliti merupakan nasabah bank konvensional yang diasumsikan memiliki potensi menjadi nasabah bank syariah.

Sementara penelitian disertasi ini berada dalam wilayah kajian psikomotorik atau perilaku nasabah terhadap bank syariah. Oleh karena itu responden yang dijadikan populasi pada penelitian ini adalah orang-orang yang menjadi nasabah bank syariah, baik nasabah produk tabungan maupun pembiayaan. Penelitian ini menggunakan sampel nasabah bank syariah di beberapa kabupaten atau kota Jawa Timur, baik nasabah Muslim maupun non-Muslim.

Pada aspek variabel kepercayaan, penelitian ini menggunakan sekaligus mengembangkan penelitian-penelitian Erikson, Kerem and Nilson tahun 2005, Tang dan Chi, Wu and Liu tahun 2007, dan Heidjen, Verhagen and Creemers tahun 2003. Penelitian Erikson, Keren dan Nilsen tahun 2005 memasukkan variabel *trust* sebagai

anteseden dari *percieved usefulness* dan *percieved ease of use* pada nasabah *internet banking*.<sup>35</sup> Tang, Chiu dan Lin melakukan pengujian pada nasabah konsumen *online shopping* dengan menggunakan empat konstruksi eksogen yaitu: *personal awareness of security*, *personal innovativeness*, *percieved ease of purchasing* dan *percieved usefullness*.<sup>36</sup> Wu dan Liu melakukan integrasi variabel *trust* dengan model *Theory of Reasoned Action* (TRA) pada pengguna *online games*.<sup>37</sup> Sedangkan Heidjen, Verhagen dan Creemers mengintegrasikan variabel *trust* dan risiko dengan model *Technology Acceptance Model* (TAM) pada konsumen *e-commerce website*.<sup>38</sup>

Penelitian disertasi ini menggunakan variabel *attitude*, *subjective norms*, *percieved behavioral control*, *trust* dan *risk* secara bersamaan untuk mengukur pengaruhnya terhadap perilaku penggunaan bank syariah. Variabel-variabel tersebut akan diuji pengaruhnya terhadap *intention* atau niat berinteraksi dengan bank syariah, dan selanjutnya diuji pengaruhnya terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan bank syariah.

Dengan demikian penelitian ini cukup argumentatif. Hasil penelitian disertasi ini diharapkan dapat memperkuat dan memperkaya hasil-hasil temuan penelitian sebelumnya, serta mampu mengisi ruang kosong yang belum dilakukan oleh penelitian lain, terutama pada aspek perilaku nasabah terhadap bank syariah.

---

<sup>35</sup> Kent Eriksson, Katri Kerem, Daniel Nilsson, "Customer Acceptance of Internet Banking in Estonia," *International Journal of Bank Marketing* 23, 2 (2005): 200-216.

<sup>36</sup> Yu-Bin Chiu, Chieh-Peng Lin, Ling-Lang Tang, "Gender differs: assessing a model of online purchase intentions in e-tail service," *International Journal of Service Industry Management* 16, 5 (2005): 416-435.

<sup>37</sup> Jiming Wu and De Liu, "The effects of trust and enjoyment on intention to play online games," *Journal of Electronic Commerce Research* 8, 2 (2007): 128-140.

<sup>38</sup> Hans van der Heijden, Tibert Verhagen, Marcel Creemers, "Understanding online purchase intentions: contributions from technology and trust perspectives," *European Journal of Information Systems* 12, 1 (2003): 41-48.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Bab lima merupakan bagian terakhir dari disertasi ini yang menyajikan kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan, sekaligus memaparkan implikasi teoritis dan implikasi praktis, keterbatasan penelitian dan rekomendasi penelitian selanjutnya. Sebelumnya dalam bab satu telah dipaparkan mengenai latar belakang penelitian, tujuan penelitian dan justifikasi penelitian disertasi ini. Kemudian bab dua telah menjelaskan fondasi teoritis mengenai *trust*, faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya *trust*, dan teori-teori sikap untuk membangun hipotesis-hipotesis penelitian.

Berikutnya bab tiga memaparkan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Pada bab ini dijelaskan bagaimana instrumen-instrumen penelitian dibangun dan dinilai validitas serta reliabilitasnya. Dipaparkan juga bagaimana sampel penelitian didesain untuk mendapatkan jawaban responden yang homogen sebagai suatu syarat dalam pengujian teori. Kemudian bab empat menjelaskan hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis penelitian dan analisis terhadap temuan penelitian, serta hubungan antara hasil penelitian ini jika dibandingkan dengan temuan penelitian-penelitian terdahulu.

#### **A. Kesimpulan**

1. Penelitian ini menemukan bahwa *trust* tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku nasabah dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah. Penelitian ini menemukan bahwa soliditas dan reputasi yang dimiliki oleh bank syariah adalah rendah, sehingga nasabah tidak mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap bank syariah, yang pada gilirannya berpengaruh negatif terhadap niat nasabah menggunakan produk dan jasa bank syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Hong & Cho dan Dehbashi & Nahavandi yang menemukan bahwa *trust* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-commerce*. Namun demikian temuan penelitian ini berbeda dengan hasil

penelitian Kesharwani dan Bisht, Maharsi dan Fenny, Yousafzai *et. al.*, Al-Somali *et. al.* dan Widjana. Beberapa penelitian ini menemukan bahwa *trust* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku nasabah. Perbedaan hasil penelitian tentang pengaruh *trust* terhadap niat perilaku kemungkinan disebabkan oleh beberapa hal, di antaranya perbedaan pada pengalaman yang dimiliki oleh responden. Perbedaan hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa perilaku nasabah dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah tidak hanya dibentuk oleh faktor kepercayaan nasabah terhadap bank syariah, tetapi juga oleh faktor lain seperti religiusitas dan efikasi diri dan lain sebagainya.

2. Penelitian ini juga menemukan bahwa risiko yang diterima nasabah mempunyai pengaruh negatif terhadap niat menggunakan produk dan jasa bank syariah. Semakin tinggi risiko yang mungkin diterima, maka akan semakin rendah niat nasabah menggunakan bank syariah. Sebaliknya semakin rendah risiko yang diterima maka niat nasabah untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah akan semakin tinggi. Pengaruh negatif risiko terhadap perilaku nasabah disebabkan oleh persepsi tentang adanya faktor ketidakpastian dan konsekuensi negatif yang diterima nasabah dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah. Penelitian ini menemukan bahwa nasabah menghadapi berbagai macam risiko ketika berinteraksi dengan bank syariah. Risiko yang dihadapi nasabah adalah risiko tidak mendapatkan jaminan atas uang mereka, risiko tidak aman, biaya administrasi yang tinggi, risiko kualitas jasa yang rendah di bank syariah, risiko tidak adanya pengalaman menggunakan bank syariah, risiko mendapatkan pelayanan yang tidak baik dan risiko atas reputasi yang dimiliki bank syariah. Temuan ini sekaligus menguatkan hasil penelitian Pavlou, Lui & Jamieson tahun 2003, Tsai & Yeh tahun 2010, Kim *et. al.*, tahun 2007 dan Lee tahun 2009. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Tsai, Yeh, Pavlou, Lui dan Jamieson.

3. Hasil penelitian selanjutnya, sikap mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat menggunakan produk dan jasa bank syariah. Temuan ini juga menunjukkan bahwa variabel sikap terbukti merupakan variabel yang multidimensi yang terdiri dari sikap terhadap sukses dan harapan akan sukses dan sikap terhadap proses.

Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa model *theory of planned behavior* dapat digunakan untuk memprediksi berbagai perilaku, termasuk perilaku nasabah terhadap bank syariah. Sikap merupakan prediktor yang paling kuat terhadap niat perilaku dibandingkan dengan prediktor perilaku yang lain. Penelitian ini juga menemukan bahwa variabel sikap menjadi prediktor yang paling kuat jika dibandingkan dengan prediktor-prediktor yang lain yaitu: norma subyektif, kontrol berperilaku, risiko dan *trust*. Sikap nasabah terhadap niat berperilaku menggunakan produk dan jasa bank syariah dibentuk oleh penilaian bahwa menggunakan bank syariah adalah ide yang bijaksana, kesukaan terhadap bank syariah dan keyakinan bahwa menggunakan bank syariah adalah tindakan yang baik. Sikap sebagai evaluasi global digambarkan dengan keadaan bijaksana, sifat suka dan penilaian yang baik terhadap sesuatu. Evaluasi global nasabah bahwa menggunakan bank syariah adalah sikap yang bijaksana, baik dan didorong oleh sikap suka inilah yang mempengaruhi nasabah menggunakan produk dan jasa bank syariah. Temuan penelitian ini didukung oleh temuan penelitian sebelumnya seperti Md Noor dan Pearson tahun 2006, Maditinos, Tsiaridis dan Gigoriadis tahun 2009, Echchabi dan Aziz tahun 2012. Hasil penelitian ini juga menguatkan penelitian yang dilakukan oleh Fathia dan Lee.

4. Temuan penelitian selanjutnya, norma subyektif memiliki pengaruh yang positif terhadap niat menggunakan produk dan jasa bank syariah. Semakin kuat pengaruh sosial yang diterima oleh individu maka semakin besar niat individu tersebut untuk menggunakan bank syariah. Hasil penelitian ini menguatkan temuan penelitian sebelumnya seperti Yaghoubi & Bahmani



tahun 2011, Alam *et. al.* tahun 2011 dan Shan, Wu dan Teng tahun 2011. Penelitian ini juga menemukan bahwa norma subyektif merupakan prediktor yang paling lemah dalam *theory of planned behavior* untuk memprediksi niat berperilaku karena menggunakan item pengukuran tunggal, sebagaimana dinyatakan oleh Armitage dan Conner tahun 2001. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Wahyuni yang menyebutkan bahwa faktor sosial mempunyai kontribusi paling sedikit terhadap niat berperilaku menggunakan bank syariah. Penelitian ini menegaskan bahwa norma subyektif merupakan faktor di luar individu yang diperkirakan menjadi anteseden dari niat berperilaku dan perilaku nasabah menggunakan bank syariah.

5. Temuan selanjutnya, kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku. Semakin besar kontrol perilaku maka akan semakin besar pula niat berperilaku menggunakan bank syariah, demikian juga sebaliknya. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya seperti Dharmmesta dan Khasanah tahun 1999, Tkachev dan Kolvereid tahun 1999, Chatzisarantis dan Biddle, serta Giles dan Cairns tahun 1995.

Penelitian ini membuktikan bahwa hubungan antara niat berperilaku dengan perilaku sangat kuat, niat berperilaku mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku menggunakan produk dan jasa bank syariah. Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian terdahulu seperti Dharmmesta tahun 2002, Bagozzi & Kimmel tahun 1995, Jati tahun 2012 dan Schwenk & Moser tahun 2009, Kanler dan Todd, Giles dan Cairns, serta penelitian Parker *et. al.* tahun 1995.

## B. Implikasi Penelitian

Penelitian disertasi ini memiliki dua implikasi yaitu: implikasi teoritis dan implikasi praktis. Berikut ini adalah pemaparan kedua implikasi penelitian:

### 1. Implikasi Teoritis.

Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini menggunakan pendekatan antar disiplin (yaitu psikologi dan perilaku konsumen) dalam memahami perilaku menggunakan produk dan jasa bank syariah. Penelitian dengan pendekatan multidisipliner adalah penelitian yang memfokuskan pada upaya memahami fenomena secara lebih lengkap yang dapat meningkatkan penelitian ilmu-ilmu sosial, sebagaimana dijelaskan oleh Deshpande tahun 1999, Murray & Evers tahun 1989 dan penelitian Horton tahun 1984. Lebih lanjut, penelitian ini menguji teori-teori perilaku dalam TPB, untuk memahami fenomena penggunaan bank syariah. Dengan demikian, penelitian ini berimplikasi pada teori yaitu mendukung daya prediksi TPB dalam menjelaskan fenomena penggunaan bank syariah.
- b. Penelitian ini memperluas *Theory of Planned Behavior* dengan menambahkan dan menguji variabel *trust* dan risiko sebagai variabel penentu niat dan perilaku. Penelitian ini menambahkan variabel *trust* dan risiko untuk memprediksi perilaku nasabah dalam menggunakan bank syariah. Penambahan variabel *trust* dan risiko juga dilakukan oleh Warkentin *et. al.* tahun 2002, Hung *et al.*, tahun 2006, Pavlou tahun 2003, Hsu dan Chiu tahun 2004 serta Jacoby dan Kaplan tahun 1984.
- c. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam membangun model perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam, terutama dalam perilaku pengambilan keputusan yang berkaitan dengan perilaku nasabah terhadap bank syariah. Dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat

memperkaya model perilaku konsumen dalam ranah ekonomi Islam. Temuan penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Yasri tahun 2006, Rofiq tahun 2007, Fatmah tahun 2005, Jazim Hamidi tahun 2006, serta Erol & El-Bdour tahun 1989.

- d. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan *Theory of Planned Behavior* dalam memprediksi perilaku penggunaan bank syariah dengan menambahkan variabel baru yaitu *trust* dan risiko. Diharapkan model pengembangan teori ini dapat dijadikan referensi dalam proses penggunaan bank syariah. Model pengembangan TPB dalam konteks penelitian di bank syariah telah dilakukan oleh Reni dan Ahmad tahun 2016, Amin, Rahman, Sondoh dan Hwa tahun 2011, Wahyuni tahun 2012, Abdullah, Hasan dan Masron tahun 2016.
- e. Penelitian ini dapat meningkatkan validitas eksternal dengan mengaplikasikan variabel *trust* dan risiko ke dalam perilaku dan budaya yang beragam. Penelitian-penelitian yang dilakukan Chan tahun 1999, Davis tahun 1996, Alden *et al.*, tahun 1989, Fishbein & Ajzen tahun 1975, Triandis, Malpass & Davidson tahun 1972 menemukan bahwa perilaku dipengaruhi oleh budaya setempat. Penelitian ini menguji TPB untuk memprediksi perilaku nasabah terhadap bank syariah dalam konteks keragaman budaya Indonesia, karena dilakukan di Indonesia yang memiliki kultur dan budaya yang berbeda dengan budaya Barat yang merupakan asal mula teori TPB. Validitas eksternal merupakan faktor utama dalam setiap penelitian, baik penelitian korelasional atau eksperimental, yang dapat dilakukan dengan mengaplikasikan suatu teori pada beragam lingkup perilaku, budaya, dan populasi sebagaimana ditemukan oleh Chan tahun 1999, Davis tahun 1996, Schmitt & Klimoski tahun 1991, Calder, Phillips & Tybout tahun 1982, Jacoby tahun 1978 serta Fishbein & Ajzen tahun 1975.

## 2. Implikasi Praktis.

Adapun implikasi praktis dari penelitian ini adalah:

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi praktisi bank syariah untuk menggunakan TPB dalam memahami hubungan antara sikap, norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan, *trust* dan risiko terhadap perilaku menggunakan bank syariah. Konstruk-konstruk yang teruji dapat digunakan dengan lebih yakin oleh para praktisi dalam memahami suatu fenomena. Penelitian-penelitian berikut ini menggambarkan hubungan antar variabel tersebut, di antaranya: Garver & Mentzer tahun 1999, Petty & Cacioppo tahun 1996, Brinberg & Hirschman tahun 1986 dan penelitian Lynch tahun 1982.
- b. Dengan ditemukannya faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank syariah, maka praktisi bank syariah dan lembaga keuangan syariah dapat lebih meningkatkan pengelolaan dan pengembangan bank syariah. Praktisi perbankan syariah juga dapat lebih memperhatikan karakteristik nasabah dalam upaya meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap bank syariah. Temuan penelitian ini menegaskan penelitian temua-temuan sebelumnya, di antaranya Jazim Hamidi tahun 2006, FE Universitas Brawijaya tahun 2000, Wibisana tahun 1999, Fatmah tahun 2005, Harif Amali Rivai dan kawan-kawan tahun 2006.
- c. Penelitian ini juga mengidentifikasi keyakinan-keyakinan nasabah yang penting, yang digunakan dalam menggunakan bank syariah. Keyakinan-keyakinan tersebut merupakan keyakinan-keyakinan yang paling banyak digunakan oleh nasabah. Keyakinan-keyakinan ini berguna bagi bank syariah untuk meningkatkan dan memperbaiki produk dan jasa bank syariah. Terlebih lagi berdasarkan pemahaman akan keyakinan-keyakinan nasabah tersebut, bank syariah dapat menambahkan inovasi produk baru yang belum ada di bank syariah.

- d. Dengan ditemukannya hubungan antara *trust* dan risiko terhadap perilaku nasabah, maka praktisi bank syariah dapat mengembangkan produk dan jasa baru yang dapat meningkatkan minat nasabah dan berusaha meminimalisir tingkat risiko yang mungkin terjadi dari proses penggunaan produk dan jasa bank syariah.
- e. Penelitian ini memberikan profil nasabah pengguna bank syariah. Penelitian ini juga memberikan gambaran mengenai sikap, keyakinan dan kepercayaan yang mempengaruhi perilaku nasabah terhadap bank syariah. Maka penelitian ini tidak saja diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada nasabah, tetapi juga bisa memberikan kontribusi terhadap pengembangan bank syariah.
- f. Dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah masih rendah, diperlukan regulasi yang tegas demi memberikan keleluasaan pada bank syariah untuk melakukan inovasi pada produk dan jasa. Maka diharapkan pemerintah dapat memberikan dukungan penuh terhadap praktek perbankan syariah. Pemerintah diharapkan dapat mendorong pertumbuhan dan perkembangan bank syariah di seluruh wilayah Indonesia.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan berbagai pertimbangan, di antaranya pertimbangan akademis yang meliputi proses penentuan judul, pemilihan obyek penelitian, penggunaan metode penelitian dan penulisan hasil dan analisis data. Meskipun telah dilakukan dengan usaha yang maksimal, namun penelitian ini tidak luput dari kekurangan dan keterbatasan. Di antara poin-poin yang menjadi keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di lima kabupaten/kota di Jawa Timur, yang memiliki kultur dan karakter yang mirip, sehingga bisa

menimbulkan bias kultur di mana jawaban responden mencerminkan kultur dan karakter yang seragam.

2. Penelitian ini fokus kepada perilaku nasabah terhadap bank syariah, sehingga mengabaikan aspek lain seperti karakteristik (atribut) bank syariah yang digunakan oleh nasabah dalam melakukan transaksi.
3. Penelitian ini dilakukan terhadap nasabah bank syariah, baik nasabah Muslim maupun nasabah non-muslim. Karena keterbatasan informasi tentang data nasabah non-Muslim, maka jumlah responden nasabah non-Muslim dalam penelitian ini sangat kecil dan tidak seimbang dengan jumlah responden Muslim.
4. Angket untuk variabel sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku dalam penelitian ini diukur secara langsung, sehingga jika diukur dengan teknik pengukuran tidak langsung dimungkinkan akan memberikan hasil yang berbeda.
5. Penelitian ini merupakan penelitian dengan jenis data *cross section*, sehingga memiliki keterbatasan dalam hal ketidakmampuannya untuk mengamati secara mendalam berbagai relasi antar variabel selama suatu kurun waktu tertentu, seperti yang ditemukan dalam jenis data *time series*.

#### **D. Rekomendasi Penelitian Lanjutan**

Dengan keterbatasan penelitian di atas, maka penelitian ini memberikan beberapa catatan penting untuk penelitian selanjutnya, di antaranya:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di lima kabupaten/kota di Jawa Timur, maka akan lebih baik jika penelitian selanjutnya menggunakan *sampel cluster* di semua wilayah di Jawa Timur atau bahkan di seluruh propinsi di Indonesia, sehingga akan mendapatkan gambaran yang komprehensif dari semakin banyak nasabah bank syariah.
2. Dengan semakin berkembangnya bank syariah dan bertambahnya jumlah nasabah pada bank syariah, maka diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan responden

nasabah non-Muslim dalam jumlah yang lebih banyak, agar mendapatkan gambaran yang proporsional tentang nasabah Muslim dan non-Muslim.

3. Penelitian ini menggunakan teknik pengukuran langsung untuk mengukur variabel sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku, maka diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan teknik pengukuran tidak langsung agar mendapatkan hasil penelitian yang valid dari model *theory of planned behavior* dalam konteks perilaku nasabah terhadap bank syariah.
4. Penelitian ini hanya menggunakan model pengukuran perilaku dengan *theory of planned behavior*, maka diharapkan penelitian selanjutnya bisa membandingkan antara teori ini dengan *theory of trying*, sehingga dapat diperoleh perspektif yang lebih baik dari perilaku nasabah bank syariah.
5. Penelitian ini menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang dibangun berdasarkan konsep perilaku dalam *theory of planned behavior* yang muncul dalam budaya Barat, maka diharapkan penelitian selanjutnya bisa menggunakan dan mengembangkan model pengukuran yang berbasis teori-teori perilaku konsumsi yang ada dalam ilmu ekonomi Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Ajzen, Icek. *Attitudes, Personality, and Behavior*. Mylton Keynes: Open University Press, 1988.
- , *Attitudes, Personality, and Behavior*. 2nd. New York: Open University Press, 2005.
- Ajzen, Icek. "From Intention to Action: A Theory of Planned Behavior." In *Action Control: From Cognition to Behavior*, by Julius Kuhl, & Jurgen Beckmann (Eds.), 11-39. Berlin: Springer Berlin Heidelberg, 1985.
- Ajzen, Icek, and Martin Fishbein. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall Inc., 1980.
- Ajzen, Icek, and Martin Fishbein. "The influence of attitudes on behavior." In *The handbook of Attitudes*, by Dolores Albarracin, Blair T. Johnson, & Mark P. Zann, 173-221. New York: Psychology Press, 2005.
- Allport, Gordon W. "Attitudes." In *A Handbook of Social Psychology*, by C. Murchison (Ed.), 789–844. Worcester, MA: Clark University Press, 1935.
- Al-Syatibi, Ibrahim bin Musa. *Al-Muwafaqat fi Ushul Al-Syariah*. Beirut: Dar Al-Kutub Al-‘Ilmiyyah, 2004.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi IV. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Assael, Henry. *Consumer Behavior and Marketing Action*. 6th Edition. Cincinnati, Ohio: South Western College Publishing, 1998.
- Beebe, Steven A., Susan J. Beebe, and Mark Redmond. *Interpersonal Communication, Relating to Others*. USA: Allyn and Bacon A Viacom Company, 1999.



- Berelson, Bernard, and Gary A. Steiner. *Human Behavior: An Inventory of Scientific Findings*. New York: Harcourt, Brace and World, 1964.
- Blackwell, James F., Roger D. Miniard, and Paul W. Enge. *Consumer Behavior*. 8th Edition. New York: Dryden Press, 1995.
- Bloom (Ed), Benjamin S. *Taxonomy of Educational Objectives: The Classification of Educational Goals. Handbook I: Cognitive Domain*. New York: Longmans, 1956.
- Brehm, Sharon S, and Saul M Kassir. *Social Psychology*. Boston: Houghton Mifflin, 1990.
- Chin, Wynne W, and Peter R. Newsted. "Structural Equation Modeling Analysis with Small Samples Using Partial Least Squares." In *Statistical Strategies for Small Sample Research*, by Rick H. Hoyle (Ed.), 307-341. California: Sage Publications, 1999.
- Chin, Wynne W. "The Partial Least Squares Approach for Structural Equation Modeling." In *Modern Methods for Business Research*, by George A. Marcoulides (Ed.), 295-336. London: Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, 1998.
- Dehbashi, Shima. *Effect of Perceived Risk, Perceived Usefulness, Trust and IT-Related Knowledge on Adaption of E-Ticketing In Iran*. Master Thesis, Lulea University of Technology, 2009.
- Deutsch, Morton. "Cooperation and Competition." In *The Handbook of Conflict Resolution: Theory and Practice, 2nd Ed.*, by Morton Deutsch, Peter T. Coleman, E. F Marcus, & eds, 23-42. San Francisco: Jossey Bass Publishers, 2006.
- Duraisamy, Thiagarajan. *Now Everyone Can Trust Online An Analysis On How Malaysians View Online Flight Booking*. Dissertation, Leicester: University of Leicester, 2008.

- Eagly, Alice H, and Shelly Chaiken. *The Psychology of Attitudes*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers, 1993.
- Efebera, Henry, David C. Hayes, James E. Hunton, and Cherie O'neil. *Tax Compliance Intentions of Low-Income Individual Taxpayers*. Vol. 7, in in (ed.) *Advances in Accounting Behavioral Research (Advances in Accounting Behavioral Research*, by Khondkar Karim, 1 – 25. Emerald Group Publish, 2004.
- Ellis, Henry C., and R. Reed Hunt. *Fundamentals of cognitive psychology*. 5th. Madison Wis: Brown & Benchmark, 1993.
- Fathia, Arlini. *Faktor Determinan Minat Individu Menggunakan Kartu Kredit: Model Kombinasi TAM Dan TPB*. Skripsi, Malang: Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, 2012.
- Fatmah. *Pengaruh Persepsi Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Inovasi Produk terhadap Kepercayaan dan Komitmen serta Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Jawa Timur*. Disertasi, Surabaya: Universitas Airlangga, 2005.
- Feldt, Leonard S., and Robert L. Brennan. "Reliability." In *Educational Measurements*, by Robert L. Linn (Ed.), 105-146. New York: Macmillan, 1989.
- Fishbein, Martin, and Icek Ajzen. *Belief, Attitude, Intention and Behavior, An Introduction to Theory and Research*. Boston: Addison-Wesley Pub, 1975.
- Fishbein, Martin, and Icek Ajzen. *Predicting And Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. New York: Taylor & Francis, 2010.
- Fukuyama, Francis. *Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity, terj. Ruslani*. Yogyakarta: Penerbit Qalam, 2002.
- Gambetta, Diego. "Can We Trust?" In *Trust, Making and Breaking Cooperative Relations, Electronic Edition*, by Diego

- Gambetta, 213-237. (Department of Sociology, University of Oxford, 2000.
- Gurung, Anil. *Empirical Investigation of The Relationship of Privacy, Security, and Trust with Behavioral Intention to Transact in E-Commerce*. Dissertation, Virginia: Information Systems & Operations Management, 2007.
- Hair Jr, Joseph F., et al. *Marketing Research*. Second Edition. Australia: McGraw-Hill Education, 2003.
- Hair Jr., Joseph F, William C. Black, Barry J. Babin, and Rolph E. Anderson. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey: Prentice Hall, 2010.
- Honderich, Ted (Ed). *The Oxford Companion to Philosophy*. (Oxford and New York: Oxford University Press, 1995.
- Johnson, David W., and Frank P. Johnson. *Joining Together: Group Theory and Group Skill, 6th Edition*. Massachusset: Allyn & Bacon, 1997.
- Joreskog, K. G., and Herman Wold. "The ML and PLS Techniques for Modeling with Latent Variables: Historical and Competitive Aspects." In *Systems Under Indirect Observation: Causality, Structure, Prediction. Part 1*, by K.G. Joreskog and H. Wold (eds), 263-270. Amsterdam: North Holland, 1982.
- Kahf, Monzer. *The Islamic Economy: Analytical of The Functioning of The Islamic Economic System*, terj. Machnun Husein. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995.
- Kerlinger, Fred N. *Foundations of Behavioral Research*. Third Edition. Orlando: Holt, Rinehart and Winston, Inc, 1986.
- Koentjaraningrat. *Kebudayaan, Mentalitet dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia, 1993.

- Kothari, C. R. *Research Methodology: Methods and Techniques*. Second Edition. New Delhi: New Age International Limited, 2004.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. 12. Jakarta: PT Indeks, 2007.
- Latan, Hengky, dan Imam Ghozali. *Partial Least Squares; Konsep, Teknik dan Aplikasi*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2012.
- Lewicki, Roy J. "Trust, Trust Development, and Trust Repair." In *The Handbook of Conflict Resolution, Theory and Practice, Second Edition*, by Morton Deutsch, Peter T. Coleman, & eds, 92-119. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 2000.
- Linn, Robert L., and Norman E Gronlund. *Measurement and Assessment in Teaching*. Seventh Edition. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1995.
- Lodge, Milton. *Magnitude Scaling: Quantitative Measurement of Opinion*. Beverly Hill: SAGE Publication Inc, 1981.
- Malhotra, Naresh K. *Marketing Research; An Applied Orientation*. Third Edition. Upper Saddle River: NJ Prentise Hall, 1999.
- Mannan, Muhammad Abdul. *Ekonomi Islam: Teori dan Praktek*, terj. P. Arif Harahap. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1993.
- Manstead, Antony S R., "Attitudes and Behaviour." In *Applied Social Psychology*, by Gun R Semin, & Klaus Fiedler, 3-29. London: SAGE Publications Ltd, 1996.
- Myers, David G. "Close Relationships and Quality of Life." In *Well-being: Foundations of Hedonic Psychology*, by D. Kahneman, E. Diener, & N. Schwarz (Eds.), 434-450. New York: Russell Sage Foundation Press, 1999.

- Nurgiyantoro, Burhan, Gunawan, dan Marzuki. *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2004.
- Omer, H.S.H. *The implications of Islamic beliefs and practice on the Islamic financial institutions in the UK: case study of Albaraka International Bank UK*. unpublished PhD thesis, Loughborough: Economics Department Loughborough University, 1992.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia & Bank Indonesia. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers PT. Raja Grafindo, 2008.
- Qardhawi, Yusuf. *Daur Al-Qiyam wa Al-Akhlaq fi Al-Iqtishad Al-Islamy*. Kairo: Maktabah Wahbah, 1995.
- Rofiq, Ainur. *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia)*. Tesis, tidak diterbitkan, Malang: FPS Universitas Brawijaya, 2007.
- Rokeach, Milton. *Beliefs, Attitudes, and Values: A Theory of Organization and Change*. San Fransisco: Jossey-Bass, 1968.
- Saunders, Mark, Philip Lewis, and Adrian Thornhill. *Research Methods for Business Students*. Fourth Edition. England: Prentice Hall, 2007.
- Schiffman, Leon G., and Leslie Lazar Kanuk. *Consumer Behaviour*. Seventh Edition. Pearson Education, 2000.
- Schwarz, Norbert, and Hans J. Hippler. "Response Alternatives: The Impacts of their choice and ordering." In *Measurement error in surveys*, by R. Groves, N. Mahiowetz & S. Sudman (Eds.) P. Biemer, P. Biemer, R. Groves, N. Mahiowetz, & S. Sudman (Eds), 41-56. England:: Chicester, 1991.
- Sekaran, Uma. *Research Methods for Business*. Fourth Edition. New York: John Wileys and Sons Inc., 2006.

- Shaw, Robert Bruce. *Trust in the Balance: Building successful organizations on results, integrity, and concern*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1997.
- Skinner, B. F. *Verbal Behavior*. New York: Appleton-Century-Crofts, 1957.
- Solomon, Robert C., and Fernando Flores. *Buiding Trust, Politics, Relationship, and Life*. New York: Oxford University Press, 2001.
- Treiblmaier, H., and P. Filzmoser. *Benefits from using continuous rating scales in online survey research*. Wien: Technische Universitt Wien, 2009.
- Usunier, Jean-Claude. *Marketing Across Cultures*. New Jersey: Prentice Hal, 2000.
- Vinzi, Esposito, V. Chin, W. W. Henseler, and J. Wang. *Handbook of Partial Least Squares; Concepts, Methods and Applications*. New York: Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2010.
- Widjana, Mahardika Aditya. *Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya*. Tesis, Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2010.
- Wold, Herman. *Partial least squares*. Vol. 6, in *Encyclopedia of Statistical Sciences*, by S. Kotz, & N. L. Johnson (Eds.), 581–591. New York: Wiley, 1985.
- Wold, Herman. *Soft Modeling: The Basic Design and Some Extensions*. Vol. 2, in *Systems Under Indirect Observation: Causality, Structure, Prediction*, by K. G. Jöreskog and H. Wold (Eds.), 1-54. Amsterdam: North Holland Press, 1982.
- . *The Fix-Point Approach to Interdependent Systems*. Amsterdam: North-Holland, 1980.

Zikmund, William G. *Business Research Method*. Fifth Edition. Florida: The Dryden Press, Harcourt Brase College Publisher, 1997.

## ARTIKEL

- Ajzen, Icek. "Nature and Operation of Attitudes." *Annual Review of Psychology* 52 (2001): 27-58.
- Ajzen, Icek. "Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior." *Journal of Applied Social Psychology* 32 (2002): 665-683.
- Ajzen, Icek. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (December 1991): 179-211.
- Ajzen, Icek. "The theory of planned behaviour: Reactions and reflections." *Psychology & Health* 26, no. 9 (2011): 1113-1127.
- Ajzen, Icek, and Martin Fishbein. "Attitudes and the Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes." *European Review of Social Psychology* 11, no. 1 (2000): 1-33.
- Al-Majali, Malek, and Nik Kamariah Nik Mat. "Modeling the Antecedents of Internet Banking Service Adoption (IBSA) in Jordan: A Structural Equation Modeling (SEM) approach." *Journal of Internet Banking and Commerce* 16, no. 1 (2011): 1-15.
- Al-Somali, Sabah Abdullah, Roya Gholami and Ben Clegg. "An investigation into the acceptance of online banking in Saudi Arabia." *Technovation* 29, no. 2 (2009): 130-141.
- Alleyne, Philmore, and Tracey Broome. "Using the theory of planned behaviour and risk propensity to measure investment

- intentions among future investors." *Journal of Eastern Caribbean Studies* 36, no. 1 (2011): 1-20.
- Amaro, Suzanne & Paulo Duarte. "Travellers' intention to purchase travel online: integrating trust and risk to the theory of planned behavior." *An International Journal of Tourism and Hospitality Research* 27, 3 (2016): 389-400.
- Amin, Hanudin, Abdul-Rahim Abdul-Rahman and Dzuljastri Abdul-Razak. "Is The Theory of Planned Behaviour Valid for Islamic Home Financing?." *Munich Personal RePEc Archive* 7, (July 2009): 1-9.
- Amin, Hanudin and T Ramayah. "SMS Banking: Explaining the Effects of Attitude, Social Norms and Perceived Security and Privacy." *The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries* 41, no. 2 (2010): 1-15.
- Armitage, Christopher J., and Mark Conner. "Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A Meta-Analytic Review." *British Journal of Social Psychology* 40, no. 4 (2010): 471-499.
- Ashraf, Samreen, Julie Robson & Yasmin Sekhon. "Consumer trust and confidence in the compliance of Islamic banks." *Journal of Financial Services Marketing* 20, no. 2 (June 2015): 133-144.
- Aubert, Benoit A., and Barbara L. Kelsey. "The Illusion of Trust and Performance." *Scientific Series of Cirano* 3 (2000): 1-13.
- Aydin, Serkan, and Gokhan Ozer. "The analysis of antecedents of customer loyalty in the Turkish mobile telecommunication market." *European Journal of Marketing* 39, no. 7/8 (2005): 910-925.
- Bagozzi, Richard P. and Susan K. Kimmel. "A comparison of leading theories for the prediction of goal-directed behaviors." *British Journal of Social Psychology* 34 (1995): 437-461.



- Bagozzi, Richard P. "The Self Regulation of Attitudes, Intention and Behavior." *Social Psychology Quarterly* 55 (1992): 178-204.
- Bagozzi, Richard P., and Paul R. Warshaw. "Trying to Consume." *Journal of Consumer Research* 17, no. 2 (1990): 127-140.
- Bagozzi, Richard P. "Causal Models in Marketing." *Journal of Marketing* 44, no. 4 (1980): 126-128.
- Bennett, Roger, and Helen Gabriel. "Image and Reputational Characteristics of UK Charitable Organizations: An Empirical Study." *Corporate Reputation Review* 6, no. 3 (2003): 276-289.
- Bettman, James R. "Perceived Risk and Its Components: A Model and Empirical Test." *Journal of Marketing Research* 10 (May 1973): 184-190.
- Bhattacharya, R., T. M. Devinney, and M. M. Pillutla. "A Formal Model of Trust Based on Outcomes." *Academy of Management Review* 23, no. 3 (1998): 459-472.
- Brooker, George. "An Assessment of An Expanded Measure of Perceived Risk." Edited by Thomas C. *Advances in Consumer Research* (Association for Consumer Research) 11, no. 1 (January 1984): 439-441.
- Castelfranci, Cristiano, and Rino Falcone. *Founding Autonomy: The Dialectics between Social Environment and Agent's Architecture and Powers, Lecture Notes in Computer Science*,. Vol. 2969, in *Agent and Computational Autonomy*, 40-54. 2004.
- Chatzisarantis, Nikos L. D., and Stuart J. H. Biddle. "Functional significance of psychological variables that are included in the Theory of Planned Behavior: A Self-Determination Theory approach to the study of attitudes, subjective norms, perceptions of control and intentions." *European Journal of Social Psychology* 28 (1998): 303-322.

- Chin, Wynne, Barbara Marcolin, and Peter Newsted. "A Partial Least Squares Latent Variable Modeling Approach for Measuring Interaction Effects: Results from a Monte Carlo simulation study and an electronic-mail emotion/adoption study." *Information Systems Research* 14, no. 2 (June 2003): 189–217.
- Chiu, Yu-Bin, Chieh-Peng Lin, and Ling-Lang Tang. "Gender differs: assessing a model of online purchase intentions in e-tail service." *International Journal of Service Industry Management* 16, no. 5 (2005): 416-435.
- Conner, Mark, and Christopher J. Armitage. "Extending the Theory of Planned Behavior: A Review and Avenues for Further Research." *Journal of Applied Social Psychology* 28, no. 12 (August 1998): 1429-1464.
- Costabile, Michele. "Customer Satisfaction and Trust into the Resource-based Perspective. Research Propositions Endorsing the Confirmation/Disconfirmation Paradigm", Andersson P. (edit by), Market Relationships." *Proceedings of the European Mark*, 1998: 76-97.
- Craig, C. Samuel, and Susan P. Douglas. "Configural Advantage in Global Markets." *Journal of International Marketing* 8, no. 1 (2000): 6-26.
- Das, T. K., and Bing-Sheng Teng. "Alliance Constellations: A Social Exchange Perspective." *Academy of Management Review* 23, no. 3 (1998): 445-456.
- Dharmmesta, Basu Swastha, and Umi Khasanah. "Theory of Planned Behavior: An Application to Transport Service Consumer." *Gajah Mada International Journal of Business* 1, no. 1 (1999): 83-96.
- Direktorat Perbankan Syariah. *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Kalimantan Selatan*. Bank Indonesia bekerja sama dengan Institut Pertanian Bogor, 2004.

- Doney, Patricia M., Joseph P. Cannon, and Michael R. Mullen. "Understanding The Influence of National Culture on the Development of Trust." *Academy of Management Review* 23, no. 3 (1998): 601-620.
- Dowling, Grahame. "Perceived Risk: The Concept and Its Measurement." *Psychology and Marketing* 3, no. 3 (1986): 193 - 210.
- Dyne, Linn Van, Don Vandewalle, Tatiana Kostova, and L. L. Cummings. "Collectivism, Propensity to trust and self-esteem as predictors of organizational citizenship in a non-work setting." *Journal of Organizational Behavior* 21, no. 1 (2000): 3-23.
- Echchabi, Abdelghani, and Hassanuddeen Abd. Aziz. "Empirical Investigation of Customers' Perception and Adoption Towards Islamic Banking Services in Morocco." *Middle-East Journal of Scientific Research* 12, no. 6 (2012): 849-858.
- Efron, Bradley, Trevor Hastie, Iain Johnstone, and Robert Tibshirani. "Least Angle Regression." *The Annals of Statistics* 32, no. 2 (2004): 407-499.
- El-Bdour, Cengiz Erol and Radi. "Attitudes, Behaviour and Patronage Factors of Bank Customers Towards." *International Journal of Bank Marketing* 15, no. 4 (1989).
- Eriksson, Kent, Katri Kerem, and Daniel Nilsson. "Customer acceptance of internet banking in Estonia." *International Journal of Bank Marketing* 23, no. 2 (2005): 200-216.
- Erol, Cengiz, and Radi El-Bdour. "Attitudes, Behavior and Patronage Factors of Bank Customer towards Islamic Bank." *International Journal Banking Management* 7, no. 6 (1989): 31-37.
- Fornell, Claes, and David F. Larcker. "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error." *Journal of Marketing Research* 18, no. 1 (1981): 39-50.

- Fornell, Claes, and Fred L. Bookstein. "Two Structural Equation Models: LISREL and PLS Applied to Consumer Exit-Voice Theory." *Journal of Marketing Research* 19, no. 4 (1982): 440-452.
- Garbarino, Ellen, and Mark S. Johnson. "The Different Roles of Satisfaction, Trust and, Commitment in Costumer Relationship." *Journal of Marketing* 63, no. 2 (April 1999): 70-87.
- Gefen, David. "Customer Loyalty in E-Commerce." *Journal of the Assosiation for Information Systems* 3 (2002): 27-51.
- Geisser, Seymour. "A Predictive Approach to the Random Effects Model." *Biometrika* 61, no. 1 (April 1974): 101-107.
- Geisser, Seymour. "The Predictive Sample Reuse Method with Applications." *Journal of the American Statistical Association* 70, no. 350 (June 1975): 320-328.
- Geladi, Paul, and Bruce R. Kowalski. "Partial Least Squares Regression: A Tutorial." *Analytica Chimica Acta* 185 (1986): 1-17.
- Giles, Melanie, and Ed Cairns. "Blood donation and Ajzen's theory of planned behaviour: An examination of perceived behavioural control." *British Journal of Social Psychology* 34 (1995): 173-188.
- Godin, Gaston, Helena Gagnon, and Leo-Daniel Lambert. "Factor Assosiated with Maintenance of Regular Condom Use Among Single Heterosexual Adults: A Longitudinal Study." *Canadian Journal of Public Health* 94 (2003): 287-291.
- Graf, Raoul, and Jean Perrien. "The Role of Trust and Satisfaction in a Relationship: The Case of High Tech Firms and Banks." in *the Proceedings of the Conference of European Marketing Academy (EMAC) Munich*, May 2005: 1-7.
- Guenzi, Paolo and Ottavia Pelloni. "Interpersonal Relationship and Customer Loyalty: A Comprehensive Model and Empirical

- Investigation." *Working Paper, Istituto di Economia e Gestione delle Imprese*. Milano: Universita Commerciale Luigi Bocconi, 2003.
- Hamidi, Jazim, dkk. "Persepsi dan Sikap Masyarakat Santri Jawa Timur terhadap Bank Syariah." *Jurnal Bank Indonesia*, 2007: 1-16.
- Haron, S, Ahmad N., and Planisek S. "Bank Patronage Factors of Muslim and Non-Muslim Customers." *International Journal of Bank Marketing* 12, no. 1 (1994): 32-40.
- Hatmawan, Aglis Andhita and Julianus Johnny Sarungu. "Saving Behavior in Islamic Banking The Moderation Religiosity." *I J A B E R* 14, no. 2 (2016): 663-673.
- Havlena, William J., and Wayne S. DeSarbo. "On the Measurement of Perceived Consumer Risk." *Decision Sciences* 22, no. 4 (September 1991): 927-939.
- Heijden, Hans van der, Tibert Verhagen, and Marcel Creemers. "Understanding online purchase intentions: contributions from technology and trust perspectives." *European Journal of Information Systems* 12, no. 1 (2003): 41-48.
- Hong, Ilyoo B., and Hwihyung Cho. "The Impact of Consumer Trust on Attitudinal Loyalty and Purchase Intentions in B2C E-Marketplaces: Intermediary trust vs. seller trust." *International Journal of Information Management* 31, no. 5 (2011): 469-479.
- Hoogendoorn, Mark, S. Waqar Jefry, and Jan Treur. "Modeling Dynamics of Relative Trust of Competitive Information Agents." *Proceeding of International Workshop on Cooperative Information Agents, CIA08*. Springer Berlin Heidelberg, 2008. 55-70.
- Hsu, Meng-Hsiang, and Chao-Min Chiu. "Predicting Electronic Service Continuance with A Decomposed Theory of Planned Behaviour." *Behaviour & Information Technology* 23, no. 5 (2004): 359-373.

- Hung, Shin-Yuan, Chia-Ming Chang, and Ting-Jing Yu. "Determinants of User Acceptance of the E-Government Services: The Case of Online Tax Filing and Payment System." *Government Information Quarterly* 23, no. 1 (2006): 97-122.
- Jacoby, Jacob, and Leon B. Kaplan. "The Components of Perceived Risk", Edited by M. Venkatesan. in *SV - Proceedings of the Third Annual Conference of the Association for Consumer Research*. Chicago, IL: Association for Consumer Research, 1972. 382-393.
- Jastrow, Joseph. "Studies from the Laboratory of Experimental Psychology of the University of Wisconsin. II." *The American Journal of Psychology* 4, no. 3 (1892): 381-428.
- Jati, Nugroho Jatmiko, dan Herry Laksito. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket: Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang." *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang* 1, no. 2 (2012): 1-15.
- Jones, Gareth R., and Jenifer M. George. "The Experience and Evolution of Trust: Implications for Cooperation and Teamwork." *Academy of Management Review* 23, no. 3 (1998): 531-546.
- Kantsperger, Roland, and Werner H. Kunz. "Consumer trust in service companies: a multiple mediating analysis." *Managing Service Quality: An International Journal* 20, no. 1 (2010): 4 - 25.
- Kaplan, Leo B., George J. Szybillo, and Jacob Jacoby. "Components of perceived risk in product purchase: a cross-validation." *Journal of Applied Psychology* 59, no. 3 (June 1974): 287-291.
- Katz, Daniel. "The Functional Approach to the Study of Attitudes." *Public Opinion Quarterly* 24 (1960): 163-204.

- Kesharwani, Ankit, and Shailendra Singh Bisht. "The impact of trust and perceived risk on internet banking adoption in India." *International Journal of Bank Marketing* 30, no. 4 (2012): 303-322.
- Khan, M. Fahim. "An Alternative Approach to Analysis of Consumer Behaviour: Need for Distinctive Islamic Theory." *Journal of Islamic Bussiness and Management* 3, no. 2 (2013): 15-18.
- Kim, Dan J., Donald L. Ferrin, and H. Raghav Rao. "A Trust-Based Consumer Decision Making Model in Electronic Commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents." *Decision Support Systems* 44, no. 2 (2008): 544-564.
- Kim, Dan J., Donald L. Ferrin, and H. Raghav Rao. "A Trust-Based Consumer Decision Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents." *Decision Support Systems* 44, no. 2 (2008): 544-564.
- . "Antecedents of Customer Trust in B-to-C Electronic Commerce." *Proceedings of Ninth Americas Conference on Information System (AMCIS)*. 2003. 157-167.
- Lau, Geok, and Sook Han Lee. "Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty." *Journal of Market-Focused Management* 4, no. 4 (December 1999): 341-370.
- Lee, Chol, and Robert T. Green. "Cross-Cultural Examination of the Fishbein Behavioral Intentions Model." *Journal of International Business Studies* 22, no. 2 (1991): 289-305.
- Lee, Ming-Chi. "Predicting and Explaining the Adoption of Online Trading: An Empirical Study in Taiwan." *Decision Support System* 47, no. 2 (2009): 133-142.
- Liu, Chang, and Kirk P. Arnett. "Exploring the Factors Associated with Web site success in the Context of Electronic Commerce." *Information and Management* 38, no. 1 (2000): 23-33.

- Liu, C., Marchewka, Jack T., Lu J., and Yu, Chun-Sheng. "Beyond Concern: a Privacy, Trust, Behavioral Intention Model of Electronic Commerce." *Information and Management* 42 (2003): 127-142.
- Liu, Chang, Jack T. Marchewka, June Lu, and Chun-Sheng Yu. "Beyond concern—a privacy-trust-behavioral intention model of electronic commerce." *Information & Management* 42, no. 2 (January 2005): 289–304.
- Lu, Cheng-Tsung, Shaio-Yan Huang, and Pang-Yen Lo. "An Empirical Study of On-line Tax Filling Acceptance Model: Integrating TAM and TPB." *African Journal of Business Management* 4, no. 5 (2010): 800-810.
- Luarn, Pin, and Hsin-Hui Lin. "A Customer Loyalty Model For E-Service Context." *Journal of Electronic Commerce Research* 4, no. 4 (2003): 156-167.
- Lui, Hung Kit, and Rodger Jamieson. "Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer Electronic Commerce with The Technology Acceptance Model." *Proceedings of the 11th European Conference on Information Systems, ECIS*. Naples, 2003. 60.
- Madden, Thomas J., Pamela S. Ellen, and Icek Ajzen. "A Comparison of The Theory of Planned Behavior and The Theory of Reasoned Action." *Personality and Social Psychology Bulletin* 18 (1992): 3-9.
- Maditinos, Dimitrios, Zeljko Šević, and Charalampos Tsairidis. "Intellectual Capital and Business Performance: An Empirical study for the Greek Listed Companies." *European Research Studies* 8, no. 3 (2010): 145-167.
- Maharsi, Sri, dan Fenny Fenny. "Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 8, no. 1 (Mei 2006): 35-51.



- Mathieson, Kieran. "Predicting User Intentions: Comparing The Thecnology Acceptance Model with The Theory of Planned Behavior." *Information Systems Research* 2, no. 3 (1991): 173-191.
- Matsumoto, David. "Culture and Self: An Empirical Assessment of Markus and Kitayama's Theory of Independent and Interdependent Self Construals." *Asian Journal of Social Psychology* 2 (1999): 289-310.
- Mayer, Robert C., James H. Davis, and David Schoorman. "An Integrative Model of Organizational Trust." *Academy of Management Review* 20, no. 3 (July 1995): 709-734.
- Metawa, Saad A., and Mohammed Almosawi. "Banking behavior of Islamic bank customers: perspectives and implications." *International Journal of Bank Marketing* 16, no. 7 (1998): 299-313.
- Metwally, M. "Attitude of Muslim Towards Islamic Bank in a Dual-Banking System." *American Journal of Islamic Finance* 6 (1996): 11-17.
- Meyer, Jenny. "The Adoption of New Technologies and the Age Structure of the Workforce." *ZEW - Center for European Economic Research*, 2008: 3-16.
- Morgan, Robert M., and Shelby D. Hunt. "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing." *Journal of Marketing* 58, no. 3 (July 1994): 20-38.
- Mukherjee, Avinandan, and Prithwiraj Nath. "A Model of Trust in Online Relationship Banking." *International Journal of Bank Marketing* 21, no. 1 (2003): 5-15.
- Mulawarman, Aji Dedi. "Target 5 persen Bank Syariah untuk Mashlahah, Makalah disampaikan dalam Seminar Interaktif "Shariah Weekend." *LEM FE-UII dan KOPMA FE-UII*. Jogjakarta, 2007.

- Oglethorpe, Janet E., and Kent B. Monroe. "Determinants of Perceived Health and Safety Risks of Selected Hazardous Products and Activities." *Journal of Consumer Affairs* 28, no. 2 (1994): 326-346.
- Ozer, Gokhan, and Emine Yilmaz. "Comparison of the Theory of Reasoned Action and the Theory of Planned Behavior: An Application on Accountants' Information Technology Usage." *African Journal of Business Management* 5, no. 1 (2011): 50-58.
- Parker, Dianne, Robert West, Steve Stradling, and Antony S. R. Manstead. "Behavioural characteristics and involvement in different types of traffic accident." *Accident Analysis and Prevention* 27, no. 4 (1995): 571-581.
- Pavlou, Paul A. "Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model." *International Journal of Electronic Commerce* 7, no. 3 (2003): 101-134.
- Pavlou, Paul, and David Gefen. "Building Effective Online Marketplaces with Institution-based Trust." *Proceedings of Twenty-Third International Conference on Information Systems (ICIS)*. 2002. 667-675.
- Peng, David X., and Fujun Lai. "Using Partial Least Squares in Operations Management Research, A Practical Guideline and Summary of Past Research." *Journal of Operations Management* 30, no. 6 (2012): 467-480.
- Pratt, John W. "A Psychological View of the Physiotherapist's Role." *Physiotherapy* 64, no. 8 (1978): 241-242.
- Pruitt, Dean G. "Strategic Choice in Negotiation." *American Behavioral Scientist* 27, no. 2 (1983): 167-194.
- Purwani, Khusniyah, dan Basu Swastha Dharmmesta. "Perilaku Baralih Merek Konsumen dalam Pembelian Produk Otomotif." *Jurnal Ekonomi & Bisnis Indonesia* 17, no. 3 (Juli 2002): 228.

- Purwani, Khusniyah, dan Basu Swastha Dharmmesta. "Perilaku Baralih Merek Konsumen dalam Pembelian Produk Otomotif." *Jurnal Ekonomi & Bisnis Indonesia* 17, no. 3 (Juli 2002): 228.
- Raaij, W. Fred van. "Cross-Cultural Research Methodology As a Case of Construct Validity." *NA - Advances in Consumer Research* 05 (1978): 693-701.
- Rattanaphan, Prasit, and Nik Kamariah Nik Mat. "The Predictors of Corporate Image in Direct selling Companies in Thailand." *American Journal of Economics Special Issue* (July 2012): 60-63.
- Reni, Andi and Nor Hayati Ahmad. "Application of The Theory Reasoned Action in Intention to Use Islamic Banking in Indonesia." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 8, no. 1 (January 2016): 137-148.
- Rivai, Harif Amali, dkk. *Identifikasi faktor penentu keputusan konsumen dalam memilih jasa perbankan: Bank Syariah vs Bank Konvensional*. Bank Indonesia dan Center for Banking Research (CBR) Universitas Andalas, 2006.
- Robinson, Sandra L. "Trust and Breach of the Psychological Contract." *Administrative Science Quarterly* 41, no. 4 (1996): 574-590.
- Rogers, Carl R. "In Retrospect: Forty-six years." *American Psychologist* 29, no. 2 (1974): 115-123.
- Rokeach, Milton. "The Role of Values in Public Opinion Research." *Public Opinion Quarterly* 32, no. 4 (1968): 547-559.
- Roselius, Ted. "Consumer rankings of risk reduction methods." *The Journal of Marketing* 35, no. 1 (1971): 56-61.
- Rotter, Julian B. "A New Scale for the Measurement of Interpersonal Trust." *Journal of Personality* 35 (1967): 651-665.

- Rousseau, Denise M., Sim Sitkin, Ronald S. Burt, and Colin F. Camerer. "Not So Different After All: A Cross-Dicipline View of Trust." *Academy of Management Review* 23, no. 3 (1998): 393–404.
- Saeri, Alexander K., Claudette Ogilvie, Stephen T. La Macchia, Joanne R. Smith, and Winnifred R. Louis. "Predicting Facebook users' online privacy protection: risk, trust, norm focus theory, and the theory of planned behavior." *The Journal of Social Psychology* 154, 4 (2014): 352-369.
- Shepherd, Jonathan D. and Sayed H. Saghaian. "Risk Perception and Trust Interaction in Response to Food Safety Events across Products and the Implications for Agribusiness Firms." *Journal of Food Distribution Research* 46, 3 (November 2015): 92-112.
- Shih, Ya-Yueh. "The Effect of Computer Self – Efficacy on Enterprise Resource Planning Usage." *Behavior & Information Technology* 25, no. 5 (2006): 407-411.
- Shih, Ya-Yueh, and Kwoting Fang. "The Use of Decomposed Theory of Planned Behaviour to Study Internet Banking in Taiwan." *Internet Research* 14, no. 3 (2004): 213-223.
- Stone, Robert N., and Kjell Grønhaug. "Perceived Risk: Further Considerations for the Marketing Discipline." *European Journal of Marketing* 27, no. 3 (1993): 39-50.
- Stone, M. "Cross-Validatory Choice and Assessment of Statistical Predictions." *Journal of the Royal Statistical Society, Series B (Methodological)* 36, no. 2 (1974): 111–147.
- Syahyuti. "Review dari Sepuluh Penelitian tentang Perbankan Syariah." 2005.
- Szajna, Bernadette. "Software Evaluation and Choice: Predictive Validation of the Technology Acceptance Instrument." *Management Information Systems (MIS) Quarterly*, Sept 1994: 319-324.

- Taber, Scott Chasan, et al. "Reproducibility and Validity of a Self-Administered Physical Activity Questionnaire for Male Health Professionals." *Epidemiology* 7, no. 1 (1996): 81-86.
- Tan, Chin Tiong, Jim McCullough, and Jeannie Teoh. "An Individual Analysis to Cross Cultural Research." *Advances in Consumer Research* 14 (1987): 394-397.
- Tan, Margaret, and Thompson S. H. Teo. "Factors Influencing the Adoption of Internet Banking." *Journal of the Association for Information System* 1, no. Article 5 (July 2000).
- Taylor, Shirley, and Peter A. Todd. "Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models." *Information Systems Research* 6, no. 4 (1995): 144-176.
- Terry, Deborah J., and Joanne E. O'Leary. "The Theory of Planned Behavior: The Effects of Perceived Behavioural Control and Self-Efficacy." *British Journal of Social Psychology* 34 (1995): 199-220.
- Tkachev, Alexei, and Lars Kolvereid. "Self Employment Intentions among Russian Students." *Entrepreneurship and Regional Development* 11, no. 3 (2010): 269-280.
- Trafimow, David, and Anne Duran. "Some Test of Distinction Between Attitude Perceived Behavioural Control." *British Journal of Social Psychology* 37 (March 1998): 1-14.
- Tyler, A.H., and J Matthews. "An Evaluation of Definition and Key Element of Partnering." *Proceeding of the RICS Foundation COBRA Conference*. Bristol, UK, 1996.
- Vlek, Charles & Stallen, Pieter-Jan. "Judging Risks and Benefits in the Small and in the Large." *Organizational Behavior and Human Performance* 28, (1981): 235-271.
- Wahyuni, Salamah. "Moslem Community Behavior in The Conduct of Islamic Bank: The Moderation Role of Knowledge and

- Pricing." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 57 (2012): 290-298.
- Walczuch, Rita, Joyce Seelen, and Henriette Lundgren. "Psychological Determinants for Consumer Trust in E-retailing." in *Proceedings of The Eighth Research Symposium on Emerging Electronic Markets (RSEEM 01)*. Maastricht, 2001.
- Walter, Achim, Thilo A. Mueller, and Gabriele Helfert. "The impact of satisfaction, trust, and relationship value on commitment: theoretical considerations and empirical results." *The paper was published at the 16th Industrial Marketing and Purchasing Group (IMP) Conference*. Bath UK, 2000.
- Warkentin, Merrill, David Gefen, Paul A. Pavlou, and Gregory M. Rose. "Encouraging Citizen Adoption of e-Government by Building Trust." *Electronic Markets* 12, no. 3 (2002): 157-162.
- Wibisana, M. Jusuf, Iwan Triyuwono, Nurkholis, dan A. Erani Yustika. *Studi Pendahuluan Persepsi Masyarakat tentang Bank Perkreditan Rakyat Syariah*. Malang: Center for Business and Islamic Economics Studies (CBIES) - Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya dan Bank Indonesia, 1999.
- Wold, Svante, A. Ruke, H. Wold, and William J. Dunn. "The Collinearity Problem In Linear Regression, The Partial Least Squares (PLS); Approach to Generalized Inverses." *SIAM Journal on Scientific and Statistical Computing* 5, no. 3 (September 1984): 735-743.
- Wu, Jiming, and De Liu. "The effects of trust and enjoyment on intention to play online games." *Journal of Electronic Commerce Research* 8, no. 2 (2007): 128-140.
- Yaghoubi, Nour Mohammad and Ebrahim Bahmani. "Behavioral approach to policy making of the internet banking industry: The evaluation of factors influenced on the customers' adoption of internet banking services." *African Journal of Business Management* 5, no. 16 (2011): 6785-6792.

- Yahaya, Sani, Ibrahim Abdul Hamid, Ahmad Fauzi Bin Idris and Yusuf Haji Othman. "The Impact of Compatibility and Perceived risk on Customer's Acceptance of Islamic banking in Nigeria." *International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM)* 1, no. 4 (November 2016): 15-23.
- Yang, Kiseol. "Consumer Technology Traits In Determining Mobile Shopping Adoption: An Application Of The Extended Theory Of Planned Behavior." *Journal of Retailing and Consumer Services* 19, no. 5 (2012): 484-491.
- Yasri, "Analisis Hubungan Jangka Panjang Nasabah dengan Bank Syariah, Studi Kasus pada Bank Syariah di Kota Padang Sumatra Barat." *Jurnal Aplikasi Manajemen* 4, no. 3 (2006): 486-493.
- Yousafzai, Shumaila, John Pallister, and Gordon Foxall. "Multi-dimensional role of trust in Internet banking adoption." *The Service Industries Journal* 29, no. 5 (2009): 591 –605.
- Yousafzai, Shumaila Y., John G. Pallister, and Gordon F. Foxall. "A Proposed Model of E-Trust for Electronic Banking." *Technovation* 23, no. 11 (2003): 847-860.
- Zeithaml, Valarie A., Leonard L Berry & A. Parasuraman. "The Behavioral Consequences of Service Quality." *Journal of Marketing* 60 (April 1996): 31-46.

## **SUMBER ELEKTRONIK DAN INTERNET**

- Badan Pusat Statistik. *www.bps.go.id*. (diakses 28 April 2017).
- Geert Hofstede, "Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context", *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1014>.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *www.ojk.go.id*. (diakses 2 Mei 2017).