

**DETERMINAN PERILAKU PENGGUNAAN PRODUK BANK  
SYARIAH DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



**TESIS**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
MAGISTER EKONOMI**

**OLEH:**

**MUBAROK EL ALIMI, S.E**

**NIM: 23208011024**

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

**2024**

**DETERMINAN PERILAKU PENGGUNAAN PRODUK BANK  
SYARIAH DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



**TESIS**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
MAGISTER EKONOMI**

**OLEH:**

**MUBAROK EL ALIMI, S.E**

**NIM: 23208011024**

**PEMBIMBING**

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

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2024**

## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-510/Un.02/DEB/PP.00.9/03/2025

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN PERILAKU PENGGUNAAN PRODUK BANK SYARIAH DI  
PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUBAROK EL ALIMI, S.E.  
Nomor Induk Mahasiswa : 23208011024  
Telah diujikan pada : Kamis, 06 Maret 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

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

Valid ID: 67d3b1533151



Penguji I

Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 67d1a3b0ab6e



Penguji II

Dr. Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I.  
SIGNED

Valid ID: 67cfb5402ce2



Yogyakarta, 06 Maret 2025

UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Valid ID: 67d3d047691da

## HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudara Mubarak El Alimi

Kepada

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa tesis saudara:

Nama : Mubarak El Alimi

NIM : 23208011024

Judul Tesis : **“Determinan Perilaku Penggunaan Produk Bank Syariah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”**


Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Prodi Magister Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dala ilmu Ekonomi Islam.

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

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Yogyakarta, 14 Januari 2025

Pembimbing



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

**NIP. 196705181997031003**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mubarak El Alimi, S.E.

Nim : 23208011024

Jurusan/Program Studi: Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis dengan judul “Determinan Perilaku Penggunaan Produk Bank Syariah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta” adalah benar-benar merupakan karya hasil penyusunan sendiri, bukan publikasi atau dari karya orang lain, kecuali bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam body note dan daftar pustaka, jika dilain waktu ada penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 14 Januari 2025

Penyusun



Mubarak El Alimi, S.E.

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mubarak El Alimi, S.E.

NIM : 23208011024

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis : Tesis

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

### **Determinan Perilaku Penggunaan Produk Bank Syariah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 14 Januari 2025

Penyusun



Mubarak El Alimi, S.E.

## **PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrahmanirrahiim*

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih  
lagi penyayang Dengan mengucapkan Alhamdulillah dan  
rasa syukur kepada Allah SWT

Atas segala karunia berupa kesehatan, kekuatan, kesabaran dan  
kemudahan dalam penyelesaian tesis ini

Tesis ini saya persembahkan kepada orang – orang yang saya sayangi  
terkhusus kepada ayahanda Lukman syam dan ibunda Ermisyati yang  
senantiasa ikhlas dan sabar dalam merawat, menyayangi dan mendidik  
saya hingga sampai jenjang Pendidikan S2. Terima kasih ayahanda dan  
ibunda atas untaian do'a yang terus di ucapkan untuk kesuksesan anak mu  
ini, saya berharap ayahanda dan ibunda selalu dalam lindungan dan kasih  
sayang Allah SWT. Aamiin....

Terima kasih kepada semua keluarga besar “EL” yang selalu  
memberikan semangat baik secara moril maupun materil dan juga  
motivasi kepada saya untuk bisa terus menggapai kesuksesan dimasa yang  
akan datang. Saya berharap semoga kita semua bisa mewujudkan cita –  
cita keluarga dan bermanfaat untuk nusa, bangsa, dan agama. Aamiin....

Untuk semua saudara, sahabat dan teman – teman, yang telah  
banyak membantu terima kasih atas doa dan dukungannya, semoga semua  
urusan kita dipermudah Allah SWT. Aamiin....



## MOTTO

“Hidup hanya sekali namun hiduplah yang bermanfaat untuk ummat”

*“Apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal (Qs: Ali-Imran: 159)”*

“POWER, DETERMINATION, AND LITTLE TALK”





## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	ka dan ha
د	Dāl	D	De
ذ	Ẓāl	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	Er
ز	Zāi	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ص	Šād	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fā’	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wāwu	W	W

هـ	Hā’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Yā’	Y	Ye

## B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	ditulis	<i>Muta‘addidah</i>
عدة	ditulis	<i>‘iddah</i>

## C. Konsonan Tunggal

Semua *tā’ marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة علة كرامة الأولياء	Ditulis ditulis ditulis	<i>Ḥikmah</i> <i>‘illah</i> <i>karāmah al-auliyyā’</i>
-------------------------------	-------------------------------	--

#### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

—ُ—	Fathah	ditulis	<i>A</i>
—ِ—	Kasrah	ditulis	<i>I</i>
—َ—	Ḍammah	ditulis	<i>U</i>
فعل ذُكِرَ يَذْهَبُ	Fathah Kasrah Ḍammah	Ditulis ditulis ditulis	<i>fa‘ala</i> <i>ẓukira</i> <i>yaẓhabu</i>

#### E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis ditulis ditulis	<i>Ā</i> <i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + yā’ mati	ditulis ditulis ditulis	<i>ā tansā ī</i>
3. Kasrah + yā’ mati		<i>karīm</i>

4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>
فروض	ditulis	<i>furūḍ</i>

## F. Vokal Rangkap

1. fatḥah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai Bainakum</i>
بينكم	Ditulis	<i>au</i>
	ditulis	<i>qaul</i>
2. fatḥah + wāwu mati	ditulis	
قول		

## G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata

Dipisahkan dengan Apostrof

أَنتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أُودِدْتُ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَئِنْ شِئْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

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

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاءُ	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

#### I. Penulisan kata dalam rangkainan kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْقُرُوضِ	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT tuhan semesta alam yang telah memberikan cinta dan kasih sayang-Nya kepada seluruh makhluknya. Shawalat dan Salam kepada Rasulullah Muhammad SAW sebagai manusia paling mulia yang telah berhasil menyampaikan ajaran Allah SWT kepada manusia, sehingga manusia memiliki petunjuk hidup yang terang.

Tesis ini adalah karya tulis yang digunakan sebagai prasyarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Setelah melalui proses yang relative panjang, alhamdulillah akhirnya tesis ini dapat selesai dikerjakan dengan berbagai macam kekurangan dan keterbatasannya. Penulis merasa suatu kelegaan dan kebahagiaan tersendiri ketika mengingat waktu pertama kali mencari topik penelitian, membuat proposal penelitian, mengikuti seminar penelitian, dan pada akhirnya memperoleh dosen pembimbing tesis. Tentu penulis menemukan dan mengalami berbagai kesulitan dan proses pembuatan tesis ini, tetapi alhamdulillah berbagai masalah tersebut dapat diatasi dengan bantuan berbagai pihak sampai akhirnya tesis ini dapat diselesaikan.

Atas bantuan berbagai pihak dalam penyelesaian tesis ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, penulis dengan penuh ketulusan mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., AK.CA., ACPA.

selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc. selaku ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Slamet Haryono, S.E., M.Si., AK., C. selaku Dosen pembimbing Akademik selama saya menjadi mahasiswa di Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Prof. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M,Ag. selaku Dosen Pembimbing Tesis ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta yang telah memberikan wawasan kepada penulis.
7. Seluruh Staf dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna perbaikan dimasa yang akan datang dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 14 Januari 2025

Penulis



Mubarak El Alimi, S.E.



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
MOTTO.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
ABSTRAK .....	xx
ABSTRACT .....	xxi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. Rumusan masalah.....	10
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	10
D. Desain penulisan.....	11
BAB II .....	13
LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA .....	13
A. Landasan Teori .....	13
1. Industri Bank Syariah .....	13

2.	Teori Defusion Of Inovative.....	15
3.	Teori Perilaku Konsumen.....	17
4.	Teori Perilaku Konsumen Muslim .....	18
5.	Teori Keputusan Keuangan Dalam Islam.....	20
6.	Teori Perilaku Terencana.....	22
7.	Religiusitas .....	23
8.	Literasi Halal .....	25
B.	Kajian Pustaka.....	26
C.	Kerangka Teoritik dan Pengembangan Hipotesis .....	34
1.	Pengembangan Hipotesis .....	34
2.	Kerangka Teoritik .....	39
BAB III	.....	40
METODE PENELITIAN	.....	40
A.	Desain Penelitian.....	40
B.	Definisi Operasional Variabel.....	40
C.	Populasi dan Sampel.....	47
D.	Data, Sumber data, dan Teknik pengumpulan data .....	48
E.	Teknik Analisis Data .....	50
1.	Analisis PLS-SEM .....	50
2.	Langkah Melakukan Analisis SEM.....	51
3.	Langkah Melakukan Analisis PLS.....	52
BAB IV	.....	59
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	.....	59
A.	Gambaran Umum Industri Keuangan Syariah.....	59
B.	Ruang Lingkup Dan Waktu.....	60
C.	Analisis Deskriptif.....	61
D.	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	78

E. Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	89
F. Pembahasan Dan Hasil Penelitian .....	94
BAB V .....	110
PENUTUP .....	110
A. Kesimpulan .....	110
B. Implikasi Penelitian .....	112
C. Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian .....	113
D. Saran .....	114
REFERENSI .....	116
LAMPIRAN .....	127



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel .....	41
Tabel 3. 2 Skor Kuesioner Likert.....	49
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4. 2 Usia.....	63
Tabel 4. 3 Domisili .....	64
Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir .....	65
Tabel 4. 5 Pekerjaan .....	66
Tabel 4. 6 Penghasilan.....	67
Tabel 4. 7 Lama Penggunaan .....	68
Tabel 4. 8 Data Kuesioner Variabel Sikap .....	69
Tabel 4. 9 Data Kuesioner Variabel Norma Subjektif.....	70
Tabel 4. 10 Data Kuesioner Variabel Kontrol Perilaku.....	71
Tabel 4. 11 Data Kuesioner Variabel Religiusitas .....	73
Tabel 4. 12 Data Kuesioner Variabel Literasi Halal .....	74
Tabel 4. 13 Data Kuesioner Variabel Intensi .....	76
Tabel 4. 14 Data Kuesioner Variabel Perilaku Penggunaan .....	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji Convergent Validity .....	79
Tabel 4. 16 Hasil Uji Convergent Validity .....	81
Tabel 4. 17 Tabel Nilai Cross Loading.....	83
Tabel 4. 18 Tabel Nilai Cross Loading.....	85
Tabel 4. 19 Nilai composite reliability dan AVE .....	87
Tabel 4. 20 Tabel Hasil Uji R-Square ( $R^2$ ).....	90
Tabel 4. 21 Tabel Hasil Path Coefficient .....	92

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 jumlah populasi muslim indonesia .....	2
Gambar 1. 2 jumlah populasi muslim yogyakarta .....	3
Gambar 2. 1 tahapan konsumen mengambil keputusan.....	18
Gambar 2.2 kerangka teoritis.....	39
Gambar 4 1 model penelitian outer model 1 .....	88
Gambar 4 2 model penelitian outer model 2 .....	89
Gambar 4 3 model penelitian inner model .....	94



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan perilaku penggunaan produk bank syariah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Penelitian ini model TPB dengan menambahkan dua variabel independen, yaitu religiusitas dan literasi halal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Populasi penelitian mencakup masyarakat berusia 18 tahun ke atas yang berdomisili di Yogyakarta dan telah menggunakan produk bank syariah. Sampel penelitian sebanyak 210 responden dipilih menggunakan teknik convenience sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dan literasi halal tidak memiliki pengaruh positif terhadap perilaku penggunaan produk bank syariah, sedangkan variabel norma subjektif, kontrol perilaku, religiusitas dan juga intensi memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku penggunaan produk bank syariah. Kemudian pada perilaku penggunaan produk bank syariah dipengaruhi oleh variabel intensi menggunakan. Temuan ini juga diharapkan mampu berperan sebagai alat prediktif yang lebih komprehensif, sehingga dapat mengidentifikasi pola-pola perilaku konsumen Muslim dalam memilih dan menggunakan layanan bank syariah.

Kata Kunci: Sikap, Norma Subjektif, Kontrol perilaku, Religiusitas, Literasi Halal.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the determinants of the behavior of using Islamic banking products in the Special Region of Yogyakarta Province using the Theory of Planned Behavior (TPB) approach. This study uses a TPB model by adding two independent variables, namely religiosity and halal literacy. This study uses a quantitative approach with the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The study population includes people aged 18 years and over who live in Yogyakarta and have used Islamic banking products. The research sample of 210 respondents was selected using convenience sampling techniques. The results of the study indicate that attitudes and halal literacy do not have a positive influence on the behavior of using Islamic banking products, while the variables of subjective norms, behavioral control, religiosity and intensity have a positive influence on the behavior of using Islamic banking products. Then the behavior of using Islamic banking products is influenced by the variable of intensity of use. These findings are also expected to be able to act as a more comprehensive predictive tool, so that they can identify patterns of Muslim consumer behavior in choosing and using Islamic banking services.*

*Keywords: Attitude, Subjective Norms, Behavioral Control, Religiosity, Halal Literacy.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Pada zaman sekarang ini terdapat peranan krusial dalam perekonomian suatu negara ditopang oleh sektor perbankan dan keuangan yang menjadi perantara antara pihak peminjam dan juga deposan, perbankan Islam mulai diperhitungkan dunia sejak dunia mengalami krisis keuangan pada tahun 2008, sebelum terjadinya krisis tersebut perbankan syariah tidak pernah diperhitungkan sama sekali selain oleh negara yang rata-rata mayoritas berpenduduk muslim (Kontot *et al.*, 2019).

Perbankan syariah sebagai badan usaha yang dilindungi oleh hukum dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan finansial masyarakat yang berada di negara tersebut, sehingga dengan begitu perbankan syariah harus menjaga kepercayaan nasabah dengan rasa tanggung jawab demi perputaran roda perekonomian yang sehat dan ramah lingkungan (Kezia *et al.*, 2022).

Perbankan syariah masih bisa terbilang belum bisa menandingi persaingan dengan perbankan konvensional, walaupun diketahui bahwa Indonesia merupakan negara besar dengan dominasi mayoritas penduduk muslim sebanyak 245.973.915 jiwa pertahun 2024 seperti yang ditampilkan gambar dibawah ini:



**Gambar 1. 1 Jumlah Populasi Muslim Indonesia**

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa Indonesia merupakan negara yang sangat potensial karena memiliki market yang sangat luar biasa besar jika bisa dimanfaatkan oleh pemerintahan dan juga pemangku kebijakan (Hanafi & Hanafi, 2022; Nasser & Hardianto, 2020; Qoyum & Fauziyyah, 2019)

Sedangkan di Yogyakarta merupakan salah satu provinsi yang memiliki penduduk muslim terbanyak yaitu 93% dari jumlah keseluruhan masyarakat yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta, pada tahun 2019 Yogyakarta memiliki jumlah penduduk sebanyak 3,38 juta jiwa yang mana disetiap tahunnya terus mengalami pertumbuhan hingga data terakhir dirilis pada tahun 2024 memiliki jumlah penduduk sebanyak 3,47 juta jiwa penduduk muslim, data tersebut bisa dilihat pada gambar dibawah ini (Databoks, 2025).



**Gambar 1. 2 Jumlah Populasi Muslim Yogyakarta**

Data di atas memberikan gambaran begitu besar market yang dimiliki oleh bank syariah yang ada di Yogyakarta, namun dengan market yang besar tersebut tidak sejalan dengan perilaku masyarakat yang masih enggan mengadopsi layanan keuangan syariah, padahal dalam segi praktek yang dijalankan bank syariah sangat berbeda dengan bank konvensional karena tidak menerapkan semua praktek yang berbentuk *riba*, *gharar*, dan *maysir* (Latifah dan Maika, 2022).

Otoritas Jasa Keuangan Yogyakarta menyampaikan pertumbuhan aset perbankan syariah yang ada di Yogyakarta mencapai 106,55 triliun, dana pihak ketiga dikumpulkan sebanyak 89 triliun, untuk pembiayaan yang disalurkan sebanyak 60,15 triliun (Antara, 2024). Sedangkan pada data aset perbankan syariah di Yogyakarta tercatat mencapai 11,6 triliun, dana pihak ketiga (DPK) dikumpulkan sebesar 9,4 triliun, untuk pembiayaan yang disalurkan mencapai 6,4 triliun (OJK, 2024). Secara tidak langsung dapat disimpulkan dari angka yang didapati tersebut masyarakat muslim yang ada di Yogyakarta belum memiliki ketertarikan dalam bermuamalah menggunakan bank syariah, sehingga masih terdapat potensi yang sangat besar untuk terus berkembang bagi bank syariah yang ada di provinsi Yogyakarta. Untuk itu lembaga keuangan

syariah harus bisa menjembatani kesenjangan yang ada terhadap permasalahan ini.

Sebenarnya di Yogyakarta sendiri juga sudah terdapat bank syariah yang beroperasi setiap harinya walaupun tidak sebanyak bank konvensional yang terkoneksi hingga ke pedesaan, berikut ini beberapa bank syariah yang terdapat di Yogyakarta seperti; Bank Syariah Indonesia, BPD DIY Syariah, BCA Syariah, Bank Muamalat, BTN Syariah, Bank Mega Syariah, Bank Permata Syariah, KB Bank Syariah, Bank Madinah Syariah, Bank Sleman Syariah, Nanobank syariah, Bank Syariah UIL, Bank Syariah BDS, Bank Syariah MHY, Bank Syariah MRB Bank Danagung Syariah, Bank Syariah Cahaya Hidup, BPR Syariah BDW, BPRS Formes, BPRS HIK MCI

Secara garis besar terdapat empat alasan yang dimiliki masyarakat Yogyakarta kenapa belum memilih layanan bank syariah sebagai pilihan utama. *Pertama* masih kurangnya promosi dan informasi yang lengkap terhadap produk bank syariah, *kedua* kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap sistem bagi hasil yang diterapkan bank syariah, *ketiga* kurangnya pelayanan yang diberikan bank syariah baik dari kecepatan transaksi maupun profesionalisme karyawan, *keempat* yaitu masih minimnya kantor cabang atau kantor cabang pembantu yang bisa diakses oleh masyarakat (Ayu Yunitasari, 2021).

Jika melihat empat alasan tersebut memang benar adanya dan terjadi di bank syariah saat ini, sebab dengan kemajemukan dan karakteristik yang dimiliki masyarakat yang ada di Yogyakarta karena menjadi salah satu tempat tujuan bagi para mahasiswa dari

berbagai daerah maupun wisatawan sehingga membuat perputaran ekonomi menjadi cepat untuk itu masyarakat yang ada di Yogyakarta membutuhkan pelayanan maksimal seperti akses bank ataupun ATM yang banyak, namun tidak bisa disediakan oleh bank syariah sehingga masyarakat lebih memilih bank BRI atau bank konvensional lainnya yang bisa menyediakan solusi bagi kebutuhan nasabah tersebut. Tidak hanya itu masyarakat Yogyakarta dengan berbagai kesibukannya mengharuskan untuk selalu mengoptimalkan waktunya sehingga membutuhkan layanan M-banking yang cepat dan tidak mudah terganggu dalam bertransaksi, namun nyatanya itu tidak bisa dipenuhi oleh bank syariah karena sering terjadi gangguan di aplikasi M-banking bank BSI dan puncaknya beberapa hari sempat down karena kena serangan *cyber security* (Tempo, 2024).

Setiap lini bisnis pasti memiliki kompetitor begitu juga bank syariah, oleh sebab itu diperlukan gagasan maupun strategi untuk mengambil alih supaya bisa menguasai pangsa pasar yang sangat besar di Indonesia secara umum dan di Yogyakarta secara khususnya. Sehingga dibutuhkan langsung terjun kelapangan untuk mengetahui apa yang sebenarnya dibutuhkan masyarakat sehingga calon nasabah tersebut bersedia membuka rekening dan melakukan transaksi dengan menggunakan layanan bank syariah sehingga terciptanya negeri yang *baladun thayyibatun wa rabbun ghofur* dan terhindar dari *gharar, riba* dan juga *maysir*.

Allah menurunkan ayat yang menyampaikan larangan terhadap riba QS. Al-Imran:130.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

*“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”.*

Pada dasarnya penelitian yang membahas tentang perilaku, sikap, persepsi, preferensi sudah banyak dilakukan seperti yang dilakukan peneliti pertama tentang perilaku konsumen bank syariah Erol & El-bdour (1989) menyebutkan pelayanan yang efisien, cepat, dan menjaga reputasi dan kredibilitas merupakan faktor penting bagi nasabah dalam memilih bank. Beberapa penelitian berikut ini juga menyatakan hal yang sama yaitu penelitian dari (Erol *et al.*, 1990), (Haron *et al.*, 1994), (Hegazy, 1995), (Gerrard & Barton Cunningham, 1997), (Adawiyah, 2015), (Rani & Souiden, 2015), (Wiliasih & Shadrina, 2017). Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa sebagian besar masyarakat sudah mengenali bank syariah namun tidak serta merta menciptakan keinginan untuk menggunakan produk bank syariah tersebut. Sehingga dalam dunia marketing sangat penting mempelajari tentang perilaku maupun sikap masyarakat supaya menggunakan bank syariah.

Terdapat banyak teori yang bisa menjelaskan tentang determinan perilaku seperti: TRA (*Theory of Reason Action*), SCT (*Social Cognitif Theory*), MPCU (*Model of PC Utilization*), C-TAM-TPB (*Combined TAM dan TPB*), TPB (*Theory of Planned Behavior*), dan masih banyak teori lainnya. Penulis memilih menggunakan teori *Theory of Planned Behavior* (TPB) karena bisa menganalisis tingkah laku seseorang dalam mengambil keputusan dari sudut pandang yang luas baik dari berbagai dimensi internal maupun eksternal seseorang (Wati, 2023), dengan menambahkan



dua variabel baru yaitu religiusitas dan juga literasi halal. Penambahan ini adalah salah satu pembaharuan yang dilakukan penulis dalam teori TPB supaya didapatkan hasil yang menyeluruh terhadap tindakan yang dilakukan oleh individu.

Pada model *Theory Planned of Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen, (1991) menyatakan bahwa intensi seorang nasabah berdasarkan sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dimiliki oleh nasabah tersebut. Pada teori ini memberikan asumsi bahwa intensi menjadi faktor yang bisa memotivasi seseorang dalam melakukan tindakan yang diinginkannya. Adapun aturan yang ditetapkan dalam teori ini seperti semakin kuat intensi yang dimiliki seseorang dalam keterlibatannya diberbagai hal maka akan semakin kuat perilaku tersebut dilakukan asal masih didalam kendali diri orang tersebut.

Teori ini memiliki tiga unsur utama seperti sikap yang terbentuk dari kebiasaan, kepercayaan dan pandangan positif maupun negatif pada objek yang diinginkan seseorang tersebut. Sedangkan penentu kedua adalah norma subjektif seperti persepsi seseorang terhadap suatu objek dalam memutuskan perilakunya, dan yang ketiga adalah kontrol perilaku yang dimiliki seseorang, kontrol perilaku ini terjadi disebabkan suatu rasa *self efficacy* atau keinginan seseorang dalam mengambil keputusan yang menarik bagi dirinya (Ajzen, 2005).

Pada data hasil survei literasi keuangan syariah yang dikeluarkan oleh OJK menampilkan data terbaru bahwa indeks literasi keuangan syariah yang diterima masyarakat Indonesia berada diangka 39,11%, namun pada data inklusi keuangan syariah



berada diangka 12,88% (OJK, 2024). Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa pemerintah dan lembaga terkait masih harus bekerja secara keras lagi untuk memberikan pemahaman dan literasi yang baik tentang keuangan syariah dan didukung akses yang mudah didapatkan hingga kepedesaan. Literasi keuangan adalah salah satu faktor utama dan sangat penting dalam memberikan dampak terhadap inklusi keuangan, di Yogyakarta begitu banyak masyarakat yang belum terliterasi sehingga tidak bisa menggunakan layanan keuangan atau bahkan mempunyai rekening untuk melakukan transaksi (Alimi & Syarif, 2023).

Bagi nasabah yang beragama islam religiusitas merupakan salah satu penggerak terjadinya niat, sehingga religiusitas ini secara tidak langsung bisa mempengaruhi niat dari nasabah tersebut dalam menggunakan produk bank syariah di kehidupan sehari - harinya, karena semakin religius seorang nasabah maka akan semakin taat dalam mengikuti syariat islam, sehingga akan memunculkan niat yang kuat untuk menggunakan produk dari perbankan syariah (Johan *et al.*, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Irawan *et al.*, (2020) yang menyatakan ada terdapat pengaruh dari *Theory Planned Behavior* (TPB) yang menjadi penentu keputusan untuk menabung di bank syariah, dimana sikap norma subjektif dan kontrol perilaku memiliki pengaruh yang positif terhadap intensi untuk menabung di bank syariah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Barid *et al*, (2020) juga mendapatkan hasil yang sama bahwa variabel sikap,norma subjektif, dan kontrol perilaku memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan produk bank syariah.

Penelitian yang berbeda dari Madahi & Sukati, (2015) yang menyatakan bahwa sikap dan norma subjektif yang ada di dalam diri seseorang dapat menciptakan intensi untuk melakukan penggunaan produk bank syariah, namun persepsi kontrol perilaku tidak memiliki pengaruh terhadap intensi untuk melakukan perubahan menggunakan produk bank syariah walaupun bisa untuk melakukan perubahan tersebut. Penelitian lain menyatakan bahwa sikap dan norma subjektif memiliki pengaruh yang signifikan untuk melakukan intensi penggunaan produk bank syariah, namun kontrol perilaku tidak memiliki intensi yang kuat untuk seseorang melakukan perubahan penggunaan produk dari bank konvensional ke bank syariah.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas ditemukan inkonsistensi pada hasil penelitian terdahulu, sehingga penulis tertarik untuk mengangkat kembali topik penelitian teori perilaku terencana dalam melihat intensi dan perilaku individu, namun dalam penelitian ini sebagai pembaharuan dan pengembangan penulis menambahkan dua variabel independen yaitu literasi halal dan religiusitas. Sehingga judul pada penelitian ini yaitu: **“Determinasi Perilaku Penggunaan Produk Bank Syariah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”**. Penelitian ini mencakup seluruh masyarakat yang ada di Yogyakarta, yang mana Yogyakarta merupakan kota yang penuh dengan kemajemukan dan juga menjadi tempat tujuan bagi pelajar sehingga banyak mahasiswa yang ada di kota ini berasal dari berbagai daerah yang ada diseluruh Indonesia sehingga terjadinya mobilitas yang intens. Selain itu, Yogyakarta juga memiliki tingkat kemajuan dalam pembangunan yang termasuk

tinggi sehingga banyak dijadikan tujuan wisata baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri sehingga perputaran perekonomian yang ada di Yogyakarta juga relatif besar.

## **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan di atas, penelitian ini memiliki enam rumusan masalah yaitu:

1. Apakah sikap berpengaruh terhadap intensi penggunaan produk bank syariah?
2. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap intensi penggunaan produk bank syariah?
3. Apakah kontrol perilaku berpengaruh terhadap intensi penggunaan produk bank syariah?
4. Apakah literasi halal berpengaruh terhadap intensi penggunaan produk bank syariah?
5. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap intensi penggunaan produk bank syariah?
6. Apakah intensi menggunakan produk bank syariah berpengaruh terhadap perilaku penggunaan produk bank syariah?

## **C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang dijabarkan di atas maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Menjelaskan pengaruh variabel sikap terhadap intensi penggunaan produk bank syariah.
- b. Menjelaskan pengaruh variabel norma subjektif terhadap intensi penggunaan produk bank syariah.

- c. Menjelaskan pengaruh kontrol perilaku terhadap intensi penggunaan produk bank syariah.
- d. Menjelaskan pengaruh variabel literasi halal terhadap intensi penggunaan produk bank syariah.
- e. Menjelaskan pengaruh variabel religiusitas terhadap intensi penggunaan produk bank syariah.
- f. Menjelaskan pengaruh intensi menggunakan produk bank syariah terhadap perilaku penggunaan produk bank syariah.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bisa menjadi bahan yang dapat bermanfaat dimasa yang akan datang baik secara teoritis maupun keilmiahannya, dalam ruang lingkup yang sesuai dengan yang diteliti saat ini yaitu tentang literasi keuangan syariah.

### b. Manfaat Praktis

#### 1. Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk memperluas khazanah keilmuan yang sesuai dengan topik dan masalah yang diangkat.

#### 2. Regulatoris

Dapat menjadi acuan untuk mengambil langkah yang tepat selanjutnya bagi kemajuan produk dari lembaga keuangan syariah.

## D. Desain penulisan

Terdapat lima bagian utama yang membentuk kerangka tulisan dalam penelitian ini, diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN: Didalamnya terdapat latarbelakang masalah, rumusan masalah tujuan dan manfaat penelitian dan terakhir ditutup desain penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI: Didalamnya terdapat pembahasan mengenai teori yang digunakan dan juga relevan dengan penelitian yang dibahas, tidak hanya itu namun juga terdapat pengembangan hipotesis dan kerangka teori.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN: Didalamnya terdapat jenis penelitian, data dan teknik yang digunakan saat pengumpulan data, variabel penelitian dan metode pengujian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN: Didalamnya terdapat penjabaran secara ilmiah hasil yang didapatkan dari penelitian, serta interpretasi hasil dari penelitian tersebut.

BAB V PENUTUP: Didalamnya terdapat tentang kesimpulan dari hasil yang didapatkan, implikasi serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis mendalam terhadap data yang diperoleh dari pengujian hipotesis, penelitian ini menyimpulkan bahwa.

1. Pada penelitian ini variabel sikap dan juga literasi halal yang telah dilakukan pengujian menerangkan bahwa tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan produk bank syariah, hanya variabel norma subjektif, kontrol perilaku dan religiusitas yang memiliki pengaruh terhadap intensi penggunaan produk bank syariah. Pada penelitian ini intensi responden dalam menggunakan produk bank syariah tidak dilatar belakangi oleh kemandirian dan juga kenyamanan (variabel sikap), tidak pula dilatar belakangi oleh pemahaman yang dimiliki (variabel literasi halal). Namun, yang pertama ditentukan oleh faktor eksternal dan tekanan sosial (variabel norma subjektif), yang kedua ditentukan oleh faktor pengendalian diri dan juga efikasi diri (variabel kontrol perilaku), dan yang ketiga ditentukan oleh faktor pengetahuan agama dan juga praktek dari ajaran agama tersebut (variabel religiusitas).
2. Penelitian ini adalah pengembangan dari *Theory Planned Of Behavior* yang memiliki dua tambahan variabel yaitu religiusitas dan juga literasi halal yang diduga juga dapat mempengaruhi intensi perilaku seseorang. Setelah melalui tahap uji dan analisis didapatkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap intensi

perilaku penggunaan produk bank syariah, namun literasi halal tidak memiliki pengaruh terhadap intensi perilaku penggunaan penggunaan produk bank syariah. Dari uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa seseorang yang memiliki literasi halal yang tinggi belum tentu tergerak untuk menggunakan produk bank syariah karena literasi halal tersebut tidak dapat menciptakan kesadaran halal pada orang tersebut seperti yang ditemukan dalam penelitian Maryam & Sumar'in, (2022).

3. Dari hasil analisis dan pengujian yang telah dilakukan pada temuan ini membuktikan bahwa *Theory Planned Of Behavior* yang dikembangkan oleh Ajzen, (1991) yang menjadikan intensi sebagai titik untuk menekan perilaku dan juga menjadi faktor penangkap dalam melakukan perilaku, untuk hasil uji yang didapatkan yaitu  $T\text{-Statistic } 32.698 > 1.971661$  dan nilai  $P\text{ Value}$  sebesar  $0.000 < 0.05$  sehingga secara tidak langsung dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku penggunaan produk bank syariah seseorang dipengaruhi intensi atau niat.
4. Secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap intensi menggunakan produk bank syariah dengan persentase sebesar 70.6%, sisanya 29.4% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Selanjutnya intensi dalam menggunakan produk bank syariah memiliki pengaruh sebesar 70% terhadap perilaku penggunaan produk bank syariah sisanya terdapat 30% faktor lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Sehingga ditarik kesimpulan bahwa intensi dan juga perilaku pada penelitian ini berada pada model sedang yang memiliki nilai lebih besar dari 50% namun lebih kecil 75%.



## **B. Implikasi Penelitian**

Pada penelitian ini dilakukan pengembangan dari TPB dengan hasil temuan yang diharapkan bisa menjadi sumbangan dalam dunia penelitian maupun regulator dan pemerintahan untuk lebih dalam dan fokus terhadap pengembangan sektor keuangan syariah. Dari temuan ini juga menjadi khazanah keilmuan untuk para akademisi dimasa yang akan datang dalam mengembangkan penelitian dibidang yang sama sehingga konteks intensi dan perilaku penggunaan produk perbankan syariah ini dapat memberikan wawasan yang informatif dalam wilayah ekonomi syariah. Teori Perilaku Terencana (TPB) dipilih sebagai kerangka teoritis dalam penelitian ini karena kemampuannya yang unik dalam menjelaskan perilaku manusia secara menyeluruh. TPB mempertimbangkan baik faktor internal (sikap, norma subjektif) maupun faktor eksternal (kontrol perilaku) yang mempengaruhi niat seseorang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dalam upaya meningkatkan konsumsi obat-obatan bersertifikat halal.

Ada pengaruh yang disebabkan oleh intensi terhadap perilaku penggunaan produk bank syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Intensi masyarakat didorong oleh norma subjektif, kontrol perilaku, dalam variabel pengembangan TPB ditemukan bahwa literasi halal tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan produk bank syariah yang dimediasi oleh intensi. Namun berbeda dengan variabel religiusitas menjadi faktor penentu yang membentuk perilaku penggunaan produk bank syariah yang dimediasi oleh intensi. Oleh sebab itu peneliti berharap hasil yang

didapatkan ini bisa berkontribusi dalam bidang keilmuan yang sama secara komprehensif.

### **C. Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian**

Meskipun penelitian ini telah dilakukan secara menyeluruh, namun peneliti menyadari bahwa masih terdapat sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan. Keterbatasan tersebut antara lain:

1. Dalam upaya untuk memperkuat sektor ekonomi syariah menuju indonesia emas 2045 komite nasional ekonomi keuangan syariah (KNEKS) mengadakan rapat pleno bersama jajarannya yang di pimpin ma'ruf amin sebagai wakil presiden pada masa periode jabatannya. Dalam rapat pleno tersebut menyampaikan bahwa dalam lima tahun terakhir ini antara KNEKS dan KDEKS telah berkolaborasi untuk pembangunan ekonomi syariah tersebut tersampaikan dengan jelas kepada daerah-daerah sehingga dengan sinergi bersama tersebut membuahkan hasil dengan ditandainya indonesia naik ke peringkat tiga dalam laporan state of global islamic economic indicator pada tahun 2023, berada dibawah Malaysia dan juga Arab saudi. Dari melihat capaian yang telah diraih, penelitian ini bisa menjadi referensi bagi pemerintahan dan lembaga yang berwenang mengurus bagian pengembangan ekonomi syariah dengan melihat peluang yang ada dan juga intensi masyarakat dalam melakukan penggunaan produk-produk bank syariah. Namun penelitian ini juga perlu digaris bawahi bahwa hanya mengambil sampel sebatas di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sehingga masih belum bisa untuk mengintrepertasikan daerah-daerah lain yang memiliki

perbedaan suku dan juga tentunya budaya, oleh karena itu penelitian ini sangat cocok menjadi bahan rujukan bagi pemda Yogyakarta dan juga lembaga terkait yang mempunyai wewenang untuk memajukan industri ekonomi syariah kedepannya.

2. Proporsi sampel penelitian ini masih belum merata, sebagian besar responden berasal dari wilayah kota Yogyakarta. Kondisi ini menyebabkan kurangnya representasi dari wilayah kabupaten lainnya. Padahal, latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya yang berbeda antara wilayah kota dan kabupaten dapat memengaruhi perilaku penggunaan produk bank syariah yang dimediasi oleh intensi.
3. Dalam penelitian yang dilakukan ternyata tidak semua variabel TPB membawa pengaruh yang positif, dari tiga variabel TPB ternyata untuk variabel sikap tidak memiliki pengaruh terhadap intensi perilaku penggunaan produk bank syariah, namun untuk variabel norma subjektif dan juga kontrol perilaku memiliki pengaruh yang positif terhadap intensi perilaku penggunaan produk bank syariah. Untuk variabel pengembangan pada penelitian ini yang memiliki pengaruh positif hanya variabel religiusitas sedangkan literasi halal tidak memiliki pengaruh positif dalam penelitian ini.

#### **D. Saran**

Dibawah ini saran peneliti bagi akademisi maupun peneliti lainnya yang memiliki bidang yang sama untuk kemajuan karya yang dihasilkan dimasa yang akan datang yaitu:

1. Penelitian ini membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut dengan memasukkan variabel prediktor tambahan. Hal ini akan memungkinkan untuk membangun model yang lebih komprehensif dan akurat.
2. Untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat mewakili populasi yang lebih luas, perlu dilakukan pengambilan sampel yang lebih representatif. Dengan melibatkan responden dari berbagai wilayah di Indonesia, sehingga penelitian tersebut dapat mengidentifikasi variasi dalam perilaku penggunaan produk bank syariah.
3. Pemerintahan, KNEKS, MES, dan lembaga keuangan syariah lainnya perlu mengambil peran yang lebih aktif dalam mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya literasi halal. Melalui berbagai program dan kampanye, diharapkan dapat mengubah persepsi masyarakat terhadap produk bank syariah, karena didalam penelitian ini literasi halal tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap intensi perilaku penggunaan produk bank syariah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## REFERENSI

- Adawiyah, w. R. (2015). Pertimbangan, pengetahuan, dan sikap konsumen individu terhadap bank syariah. *Jurnal ekonomi pembangunan: kajian masalah ekonomi dan pembangunan*, 11(2), 191. <https://doi.org/10.23917/jep.v11i2.324>
- Ajzen. (2005). Attitudes, personality and behaviour. McGraw-hill education (uk). In *medical teacher* (vol. 13, issue 4, pp. 273–279). <https://doi.org/10.3109/01421599109089905>
- Ajzen, i. (1991). *The theory of planned behavior*.
- Alfarizi, m. (2021). Analysis of sharia financial literature factors and planning behavior towards intention to using sharia banking products during the covid-19 pandemic. *El-qish: journal of islamic economics*, 1(2), 144–158. <https://doi.org/10.33830/elqish.v1i2.1969.2021>
- Alfatih, a. (2021). Penelitian metode kuantitatif eksplanatif. *Journal of chemical information and modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Alimi, & syarif. (2023). Literasi keuangan syariah pada umkm dan dampaknya terhadap penggunaan produk bank syariah. *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 9(02), 2080–2090. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/7602%0ahttps://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/7602/3816>
- Antara. (2024). *Ojk catat total aset perbankan di diy capai rp106,55 triliun*. <https://www.antaranews.com/berita/4206198/ojk-catat-total-aset-perbankan-di-diy-capai-rp10655-triliun>
- Antara, p. M., musa, r., & hassan, f. (2016). Bridging islamic financial literacy and halal literacy: the way forward in halal ecosystem. *Procedia economics and finance*, 37(16), 196–202. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30113-7](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30113-7)

- Asnaini, & yustati, h. (2017). *Lembaga keuangan syari ' ah*.
- Ayu yunitasari. (2021). *4 alasan masyarakat belum lirik bank syariah*.  
[https://www.kompasiana.com/ayuyunitasari4910/617cc36306310e7dcd0dded2/inilah-4-alasan-masyarakat-belum-lirik-bank-syariah?page=2&page\\_images=1](https://www.kompasiana.com/ayuyunitasari4910/617cc36306310e7dcd0dded2/inilah-4-alasan-masyarakat-belum-lirik-bank-syariah?page=2&page_images=1)
- Balushi, y. Al, locke, s., & boulanouar, z. (2018). Islamic financial decision-making among smes in the sultanate of oman: an adaption of the theory of planned behaviour. *Journal of behavioral and experimental finance*, 20, 30–38. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2018.06.001>
- Bananukadantwaha, j., kaawaase, k., & nalukenge, i. (2019). *Determinants of the intention to adopt islamic banking in a non-islamic developing country the case of uganda*.
- Barid, m., siswanto, s., & masyhuri, m. (2021). Exploring islamic banking switching intention. *El dinar*, 9(1), 33–43.  
<https://doi.org/10.18860/ed.v9i1.11637>
- Bhutto, soomro, khan, & ali. (2022). Adoption of halal cosmetics: extending the theory of planned behavior with moderating role of halal literacy (evidence from pakistan). *Journal of islamic marketing*, 10(0295).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/jima-09-2021-0295>
- Cahya, b. T., putri, e., & badriyah, s. (2018). *Determinants of community interest in transiting in sharia banking*. 1–13.
- Databoks. (2025). *93% penduduk di di yogyakarta beragama islam*.  
[https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/7e70ebe414fb74c/93-penduduk-di-di-yogyakarta-beragama-islam#:~:text=di bawah ini jumlah penduduk,protestan 90.125 \(2%2c42%25\)](https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/7e70ebe414fb74c/93-penduduk-di-di-yogyakarta-beragama-islam#:~:text=di bawah ini jumlah penduduk,protestan 90.125 (2%2c42%25))
- Dewi ayu klarasati. (2022). Pengaruh religiusitas, literasi halal, dan promosi terhadap minat menggunakan shopee barokah (studi kasus pengguna



- shopee di samarinda). *Uin sultan aji mahmud*, 33(1), 1–12.
- Dewi nurul musjtari. (2012). *Penyelesaian sengketa dalam praktik perbankan syariah*. Parama publishing.
- Erol, c., & el-bdour, r. (1989). Attitudes, behavior and patronage factor of bank customers towards islamic bank. *Ijbm*, 7(6), 31–37.
- Erol, c., kaynak, e., & radi, e. (1990). Conventional and islamic banks: patronage behaviour of jordanian customer. *Ijbm*, 25–35.
- Fan, y., chen, j., shirkey, g., john, r., wu, s. R., park, h., & shao, c. (2016). Applications of structural equation modeling (sem) in ecological studies: an updated review. *Ecological processes*, 5(1). <https://doi.org/10.1186/s13717-016-0063-3>
- Febri annisa sukma putri, popon srisusilawati, y. R. H. (2020). Pengaruh persepsi dan perilaku masyarakat terhadap minat pada pembiayaan mikro di perbankan syariah. *Prosiding hukum ekonomi syariahekonomi syariah*, 6, 607–611.
- Gani, i., mustamin, a., & rahmadani, n. I. (2024). Pengaruh literasi keuangan syariah dan perilaku keuangan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah melalui niat sebagai variabel intervening. *Ibef: islamic banking, economic and financial journal*, 4(2), 39–50. <https://doi.org/10.25130/sc.24.1.6>
- Gerrard, p., & barton cunningham, j. (1997). Islamic banking: a study in singapore. *International journal of bank marketing*, 15(6), 204–216. <https://doi.org/10.1108/02652329710184433>
- Ghozali, & latan. (2012). *Partial least squares: konsep, teknik, aplikasi menggunakan smartpls 2.0 m3*. Badan penerbit universitas diponegoro.
- Glock, charles, & stark. (1965). *Religion and society in tension*. Rand

mcnally and company.

- Hanafi, s. M., & hanafi, m. M. (2022). Shariah vs non-shariah ipo underpricing: evidence from indonesia stock exchange. *Journal of islamic accounting and business research*, 13(7), 1073–1094. <https://doi.org/10.1108/jiabr-02-2021-0060>
- Hardiyanti, s. (2019). *Hubungan religiusitas dengan kenakalan remaja pada siswa smp it az zuhra pekanbaru*. 1–154.
- Haron, s., ahmad, n., & planisek, s. L. (1994). Bank patronage factors of muslim and non-muslim customers. *International journal of bank marketing*, 12(1), 32–40. <https://doi.org/10.1108/02652329410049599>
- Hegazy, i. A. (1995). An empirical comparative study between islamic and commercial banks' selection criteria in egypt. *International journal of commerce and management*, 5(3), 46–61. <https://doi.org/10.1108/eb047313>
- Ilfita, k., & cangguh, c. (2021). The influence of sharia financial literacy, religiosity, and perception of saving students' interest in sharia banks. *Indonesian interdisciplinary journal of sharia economics (ijise)*, 3(2), 113–134. <https://doi.org/10.31538/ijise.v3i2.1010>
- Irawan, d., widhi n, p., sagiman, r., & nugroho, s. (2020). Pengaruh theory planned behavior terhadap keputusan menabung di rekening syariah. *Indonesian business review*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.21632/ibr.3.1.1-14>
- Johan, z. J., hussain, m. Z., mohd, r., & kamaruddin, b. H. (2020). Muslims and non-muslims intention to hold shariah-compliant credit cards: a smartpls approach. *Journal of islamic marketing*, 12(9), 1751–1785. <https://doi.org/10.1108/jima-12-2019-0270>



- Kardoyo, nurkhin, a., muhsin, mukhibad, h., & aprilia, f. D. (2020). The effect of knowledge, promotion, and religiosity on intention to use islamic banking sendees. *International journal of financial research*, 11(2), 128–135. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v11n2p128>
- Kaukab, m. E., & yuni setiyanti, f. (2022). Pendekatan theory of planned behavior pada minat penggunaan m-banking di masa pandemi covid-19. *Accountthink: journal of accounting and finance*, 7(01). <https://doi.org/10.35706/acc.v7i01.6305>
- Kezia, joy, & merinda. (2022). Pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kendali perilaku terhadap. 10(1), 226–236.
- Kontot, k., hamali, j., & abdullah, f. (2019). Determining factors of customers' preferences: a case of deposit products in islamic banking. *Procedia - social and behavioral sciences*, 224, 167–175. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.435>
- Kotler, p., & armstrong, g. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran principle of marketing*. 1–63.
- Latifah, f. N., & maika, r. (2022). Buku ajar manajemen strategik bank syariah. In *buku ajar manajemen strategik bank syariah*. <https://doi.org/10.21070/2022/978-623-464-041-0>
- Lujja, s., muhammad, o., & hassan, r. (2016). International journal of islamic and middle eastern finance and management modelling public behavioral intention to adopt islamic banking in uganda : the theory of reasoned action. *International journal of islamic and middle eastern finance and management*, 9(4).
- Ma'ruf, a. (2015). *Metodelogi penelitian*.
- Madahi, & sukati. (2015). Determinans of the channel switching intention: a consumer perspective. *Martina journal*, september.

- Mahgalena, wahab, c. H. (2021). *Factors affecting student interest of al-quran wonosobo science university to saving in a syariah bank*. 3(1), 47–62. <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2021.3.1.8064>
- Mahidin, n., mustafar, m., elias, e. M., zakiah, s., & bakar, a. (2019). *Applying the theory of the planned behavior on halal logistics services adoption among food & beverages small and medium enterprises*. 8(4), 1039–1046.
- Marmaya, n. H., zakaria, z., & mohd desa, m. N. (2019). Gen y consumers' intention to purchase halal food in malaysia: a pls-sem approach. *Journal of islamic marketing*, 10(3), 1003–1014. <https://doi.org/10.1108/jima-08-2018-0136>
- Maryam, a., & sumar'in, s. (2022). Analysis of halal literacy level on halal awareness and use of halal products. *Iqtishoduna: jurnal ekonomi islam*, 11(1), 85. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v11i1.1004>
- Mohammadi, a. M., & mohamed, b. (2011). Applying consumer behaviour theory and grand models to attendees behaviour in conference industry. *International conference on tourism & management studies-algarve 2011*, 1(2006), 151–159.
- Nasser, a., & hardianto, a. (2020). Jurnal ilmu perbankan dan keuangan syariah. *Pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di bank mega syariah cabang palu*, 3(1), 53–70.
- Ojk. (2024). *Statistik perbankan syariah 2024*. November, 1.
- Ortiz-lópez, a., sánchez-prieto, j. C., & olmos-migueláñez, s. (2024). Perceived usefulness of mobile devices in assessment: a comparative study of three technology acceptance models using pls-sem. *Journal of new approaches in educational research*, 13, 1–23.

<https://doi.org/10.1007/s44322-023-00001-6>

- Otoritas jasa keuangan. (2024). *Sp ojk dan bps umumkan hasil survei nasional literasi dan inklusi keuangan tahun 2024*. 1–6.  
<https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/pages/ojk-dan-bps-umumkan-hasil-survei-nasional-literasi-dan-inklusi-keuangan-tahun-2024.aspx#:~:text=hasil snlik tahun 2024 menunjukkan,literasi dan inklusi keuangan syariah>.
- Parastika, p., hartini, t., & amri, u. (2021). Pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap keputusan menabung di bank syariah dengan minat sebagai variabel intervening. *Jurnal intelektualita: keislaman, sosial dan sains*, 10(1), 177–187.  
<https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8609>
- Qoyum, a., & fauziyyah, n. E. (2019). The halal aspect and islamic financing among micro, small, and medium enterpises (msmes) in yogyakarta: does berkah matter? *Journal of islamic monetary economics and finance*, 5(1), 215–236.  
<https://doi.org/10.21098/jimf.v5i1.1055>
- Rahmat, okspendri, c., & sanjaya, v. F. (2022). Pengaruh literasi halal dan religiusitas terhadap minat pembelian produk berlabel halal studi pada mahasiswa uin raden intan lampung. *Jurnal ekonomi syariah*, 4(01), 58–75.
- Rahmi, a. N. (2022). Literacy halal lifestyle post pandemic covid-19. *Al-qanatir: international journal of islamic studies*, 26(2), 104–114.  
<http://www.al-qanatir.com/aq/article/view/474>
- Rahmiyanti, f., pratiwi, r. A., yuningrum, h., & muyassarrah, m. (2020). The effects of accounting knowledge, entrepreneurial traits, and subjective norms on the use of accounting information in investment decision

- making (case study on msme actors in gunungkidul regency). *Journal of islamic accounting and finance research*, 2(2), 295–310.  
<https://doi.org/10.21580/jiafr.2020.2.2.6020>
- Rani, n., & soudien, m. (2015). Consumer attitudes and purchase intentions toward islamic banks: the influence of religiosity: *international journal of bank marketing*, 33(2), 143–161.
- Rizkina, p. (2022). *Pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku dan religiusitas terhadap niat dan perilaku menjadi nasabah bank syariah indonesia di aceh*.
- Rogers, e. M., singhal, a., & quinlan, m. M. (2019). *Diffusion of innovations. In an integrated approach to communication theory and research*, third edition.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203710753-35>
- S lasut, k. A., tulung, j. E., c pandowo, m. H., angely stiva lasut, k., elly tulung, j., & ch pandowo, m. H. (2022). The influence of attitude, subjective norm, and perceived behavioral control on customer's intentions towards sustainable behavior (study on bank sulutgo manado). *Jurnal emba*, 10(1), 226–236.
- Santoso, i., & adawiyah, s. E. (2019). Branding islam dan religiusitas individu pada keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah. *Baskara: journal of business and entrepreneurship*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.24853/baskara.2.1.1-12>
- Saptasari, k. (2020). Pengaruh religiusitas, pengetahuan, dan persepsi nilai kualitas terhadap sikap dan niat menggunakan bank syariah di indonesia. *Jurnal ilmu pendidikan*, 7(2), 809–820.
- Schiffman dan kanuk. (2008). *Perilaku konsumen. Edisi 7*. Pearson prentice hall.

- Seto samiaji, m., & arundina, t. (2023). Analisis intensi masyarakat muslim di indonesia dalam menggunakan bank syariah: integrated model. *Jurnal kebijakan ekonomi*, 18(1), 46–63. <https://doi.org/10.21002/jke.2023.04>
- Setyono, j. (2022). Intention to use islamic mobile banking: integration of technology acceptance model and theory of planned behavior with trust. *Muqtasid: jurnal ekonomi dan perbankan syariah*, 13(2), 127–142. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v13i2.127-142>
- Siregar, d., daulay, a. H., & siregar, s. (2021). Increasing customer's saving interest through religiosity, product perception and knowledge. *Budapest international research and critics institute (birci-journal): humanities and social sciences*, 4(1), 918–925. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1693>
- Sjahruddin, h., qarinah, a., razak, n., & pascawati, p. N. S. (2022). Pengaruh promosi online dan perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian ayam pedaging. *Jurnal ilmu manajemen*, 10(4), 1037–1047.
- Sudaryati, e., agustia, d., & syahputra, m. 'Illiyun. (2017). *The influence of perceived usefulness, perceived ease of use, attitude, subjectif norm, and perceived behavioral control to actual usage psak 45 revision on 2011 with intention as intervening variable in unair financial department*. 131(icoi), 86–92. <https://doi.org/10.2991/icoi-17.2017.30>
- Sugesti, p., & hakim, l. (2021). *Puutri sugesti, luqman hakim al-mashrafiyah vol. 5, no. 1, april (2021)*. 5(1), 47–58. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/almashrafiyah/article/view/19956/pdf>

- Sumaryo, a., & putra, p. (2021). Faktor yang mempengaruhi intensi masyarakat menjadi nasabah bank syariah ditinjau dari planned behaviour theory (survei pada masyarakat kota bekasi). *Maslahah (jurnal hukum islam dan perbankan syariah)*, 12(1), 49–59. <https://doi.org/10.33558/maslahah.v12i1.2631>
- Tempo. (2024). *Setahun lalu mobile banking bsi pernah error beberapa hari, erick thohir: ada serangan*. <https://www.tempo.co/ekonomi/setahun-lalu-mobile-banking-bsi-pernah-error-beberapa-hari-erick-thohir-ada-serangan-50626>
- Uma sekaran, r. Bougie. (2013). Research methods for business: a skill-building approach. *Leadership & organization development journal*, 34(7), 700–701. <https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079>
- Wahyudin, m., yulianto, h., & savitri, a. (2021). Consumer behavior intentions to purchase daily needs through online store channel. *Agritech*, 40(4), 306. <https://doi.org/10.22146/agritech.49232>
- Wardana, m. A., rahyuda, i. K., sukaatmadja, i. P. G., & giantari, i. G. A. K. (2021). Antecedents and consequences of intention to become a customer: a case study of islamic banks in indonesia. *Journal of asian finance, economics and business*, 8(4), 827–839. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0827>
- Wati, l. (2023). *Determinan perilaku mengonsumsi obat-obatan bersertifikat halal: pengembangan theory of planned behavior*. 4(1), 88–100.
- Wigati, s. (2011). Perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi islam oleh : sri wigati (dosen fakultas syariah iain sunan ampel surabaya). *Prilaku konsumen*, 01(01), 22–39.
- Wiliasih, r., & shadrina, f. (2017). Faktor dominan yang memengaruhi



keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah, bprs, dan kspps.

*Nisbah: jurnal perbankan syariah*, 3(2), 442.

<https://doi.org/10.30997/jn.v3i2.911>

Wiyono. (2011). *Merancang penelitian bisnis: dengan alat spss dan smartpls*. Upp stim ykpn.

Yin, b., yu, y., & xu, x. (2021). Recent advances in consumer behavior theory: shocks from the covid-19 pandemic. *Behavioral sciences*, 11(12). <https://doi.org/10.3390/bs11120171>

Yumanita, a. D. (2005). Bank syariah: gambaran umum. In *pusat pendidikan dan studi kebanksentralan (ppsk) bi* (issue 14).

Zakiah, s. (2022). Teori konsumsi dalam perspektif ekonomi islam. *El-ecosity: jurnal ekonomi dan keuangan islam*, 2(2), 180.

<https://doi.org/10.35194/eeek.v2i2.2515>

