

**PERSEPSI MASYARAKAT MUSLIM TERHADAP KE"SYARIAH"AN BANK
SYARIAH DI INDONESIA**

Dewi Ayu Sartika Putri, Ronald Rulindo, Hendri Tanjung

Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi Tazkia

dasp.ayu10@gmail.com

Abstract

Indonesia is a country with the largest muslim population in the world. According to Statistics Indonesia (Badan Pusat Statistik, abbreviated as BPS), 87% of 258,7 million citizens of Indonesia are muslim. Despite having 87% of Indonesian citizen as muslim, many muslims in Indonesia are still reluctant to choose sharia banking over conventional banking. One of the most prominent reason is the perception that sharia banking has not fully complied to the principle of sharia. Research has been conducted to prove such perception using logit method which involved 200 respondents from Jakarta. The result shows that 66% of respondents who are the customers of sharia bank are not convinced that sharia bank conforms to a high level of sharia requirements or consistent with the principles of Islamic law (sharia). Furthermore, 65% of respondents who are the customers of sharia bank do not actually have much knowledge about sharia banking. Therefore, the perception that sharia banking has not fully been a sharia-compliance system is based on the fact that many of sharia bank's customers do not have much knowledge about sharia banking. In addition, the result from logistic regression shows that substantial understanding about Fiqh Muamalat and level of religiosity are two factors that influenced the customers in their choice of sharia bank with percentage of 5% and 1% respectively.

Keywords: Population, Perception, Sharia Bank

1. PENDAHULUAN

Kiprah Bank Syariah di Indonesia sudah memasuki dekade ke 3. Sejak pertama kali dirintis pada tahun 1992 oleh Bank Muamalat Indonesia (BMI), Bank Syariah lainnya pun bermunculan. Hal ini tidak terlepas dari adanya prospek yang cerah disektor keuangan syariah Indonesia. Terlebih lagi pada tahun 2008 lahir Undang-Undang nomor 21 tentang Perbankan Syariah. Undang-Undang ini menjadi payung hukum serta bukti pengakuan akan kehadiran perbankan syariah di Indonesia.

Dengan Adanya penguat UU tersebut, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa Hingga Juli 2017 Bank Syariah di Indonesia berjumlah 13 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 167 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Dengan jumlah yang cukup banyak, Bank Syariah telah tersebar di Indonesia namun belum membuat market share

perbankan syariah bisa menyeimbangi Bank Konvensional. Hasil market share pada bulan Juli 2017 baru mencapai 5,435%.

Tabel 1. Pangsa Pasar Perbankan Syariah

Tahun	DES 2015	DES 2016	JULI 2017
Total Aset Syariah	296.262	356.504	378.569
Total Aset Konvensional	6.095.908	6.729.799	6.964.541
pangsa pasar syariah	4,86%	5,297%	5,435%

Sumber : OJK, Statistik Perbankan Indonesia

Mursid dan Irviana 2012, melakukan analisis segmen pasar dan perilaku nasabah Bank Syariah. Ada sebanyak 120 responden di wilayah DKI Jakarta dan terbagi menjadi 3 klaster:

Tabel 2. Segmen Pangsa Pasar dan Perilaku Nasabah Bank Syariah

Jenis	Responden	Informasi	%	Memilih Bank Syariah	%
Syariah	32 Orang	Teman	20%	Sesuai Syariat Islam	25%
		Keluarga		Tidak ada Riba	27%
Mengambang	49 Orang	Iklan	16,9%	Sesuai Syariat Islam	26%
				Tidak ada Riba	49%
Konvensional	39 Orang	Iklan	18,9%	Sesuai Syariat Islam	30%
		Melihat Bank		Tidak ada Riba	28%

Hasil Penelitian ini hanya menggambarkan perilaku responden yang berminat terhadap produk dan jasa Bank Syariah karena Bank Syariah telah sesuai dengan syariat Islam dan terbebas dari unsur riba. Namun untuk prioritas, responden menginginkan Bank Syariah memiliki jaringan kantor dan ATM yang luas. Hasil dari faktor ini masih sesuai dengan penelitian yang dilakukan Mutasowifin (2003) dan selamat (2012), Pertimbangan Keagamaan (masalah halal atau haram) bukan menjadi faktor penting. Kualitas pelayanan, kedekatan lokasi dari pusat kegiatan lah yang menjadikan masyarakat Muslim atau kafir untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

Sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Adawiyah (2010), Agama bukanlah alasan utama konsumen individu dalam memilih bank Syariah. Konsumen lebih mempertimbangkan laba atau bagi hasil yang di tawarkan Bank Syariah dibanding faktor halal dan haram. Penelitian berikutnya berjudul, Persepsi Masyarakat terhadap Perbankan Syariah pasca pengharaman Bunga di daerah Sumatra Barat, Ethika (2010). Berdasarkan pengolahan data dengan spss dengan cara uji independen sample t-test, hasilnya tidak ditemukan perbedaan persepsi antara pegawai dengan masyarakat umum terhadap pelarangan bunga di perbankan konvensional.

Namun pada penelitian Noor (2010), berjudul Preferensi Masyarakat Pesantren terhadap Bank Syariah (studi kasus DKI Jakarta), Tulisan ini ingin melihat sejauh mana preferensi masyarakat pesantren terhadap Bank Syariah khususnya di DKI Jakarta, dengan menggunakan metode regresi logistik (Logit) yang terdiri dari variabel dependen (Y_0 = Non-nasabah dan Y_1 = Nasabah) dan beberapa variabel independen yang terdiri dari pendidikan, penghasilan, pengetahuan, akses, profesionalitas, fasilitas, popularitas dan bunga bank. Dari hasil analisis yang dilakukan diketahui bahwa pengetahuan dan akses sangat berpengaruh positif terhadap masyarakat pesantren. Sementara profesionalitas dan fasilitas justru berpengaruh negatif, hal ini dikarenakan masih minimnya pengetahuan masyarakat pesantren terhadap Bank Syariah sehingga mereka tidak berminat menggunakan Bank Syariah bahkan lebih cenderung menggunakan Bank Konvensional.

Masih sama hasil penelitian Selamat, kadir (2012), bahwa Studi ini menemukan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam kriteria seleksi ; Muslim dan Non - Muslim memiliki persepsi umum dalam memilih bank mereka . motivasi agama bukan merupakan faktor utama dalam kriteria seleksi bank tetapi nasabah bank menempatkan penekanan yang tinggi pada penyediaan yang cepat dan efisien, rahasia bank, reputasi bank dan citra sebagai kriteria seleksi utama mereka. Dengan demikian, dalam rangka untuk mempertahankan yang ada dan untuk menarik pelanggan baru, bank memiliki fokus pada preferensi konsumen dibandingkan dengan faktor agama ketika mereka menawarkan produk perbankan syariah.

Menurut Hidayat, Al-Bawardi (2012), menunjukkan bahwa semua responden menyadari dan memiliki atau memiliki eksposur perbankan syariah sebelumnya. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa biaya transaksi yang lebih murah dan pelayanan yang lebih baik adalah alasan utama yang menarik mereka untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Meskipun sebagian besar responden yakin akan manfaat sosial yang dapat diperoleh dari prinsip-prinsip perbankan syariah bebas bunga, namun tidak menjadi alasan utama mereka untuk pemanfaatan layanan perbankan syariah di Arab Saudi. Selanjutnya, temuan menunjukkan bahwa mayoritas

pelanggan non - Muslim di Arab Saudi menganggap layanan perbankan syariah saat ini yang beragam dan cocok dalam memenuhi kebutuhan perbankan mereka. Citra positif ini harus dilihat sebagai kesempatan bagi Bank Syariah untuk memperluas bisnis mereka ke segmen pasar ini. Oleh karena itu, bank-bank Islam di Arab Saudi harus menyesuaikan strategi akuisisi pelanggan non - Muslim mereka sesuai dan kampanye kesadaran produk intensif harus dilakukan jika Bank Syariah ingin meraih pangsa lebih besar dari pasar pelanggan non - Muslim di Arab Saudi.

Dengan demikian, inilah yang menyebabkan Bank Syariah di Indonesia hanya sebagai bayang-bayang Bank Konvensional. Sedangkan menurut Bley (2004), “Religious sincerity, not better knowledge, was the strongest predictor of preference for Islamic banking services”. Seharusnya landasan Agama yang kuat inilah yang menjadi kekuatan Bank Syariah, sehingga masyarakat khususnya umat Muslim memilih Bank Syariah bukan hanya karena keuntungan dunia melainkan untuk mendapatkan keuntungan dunia dan akhirat.

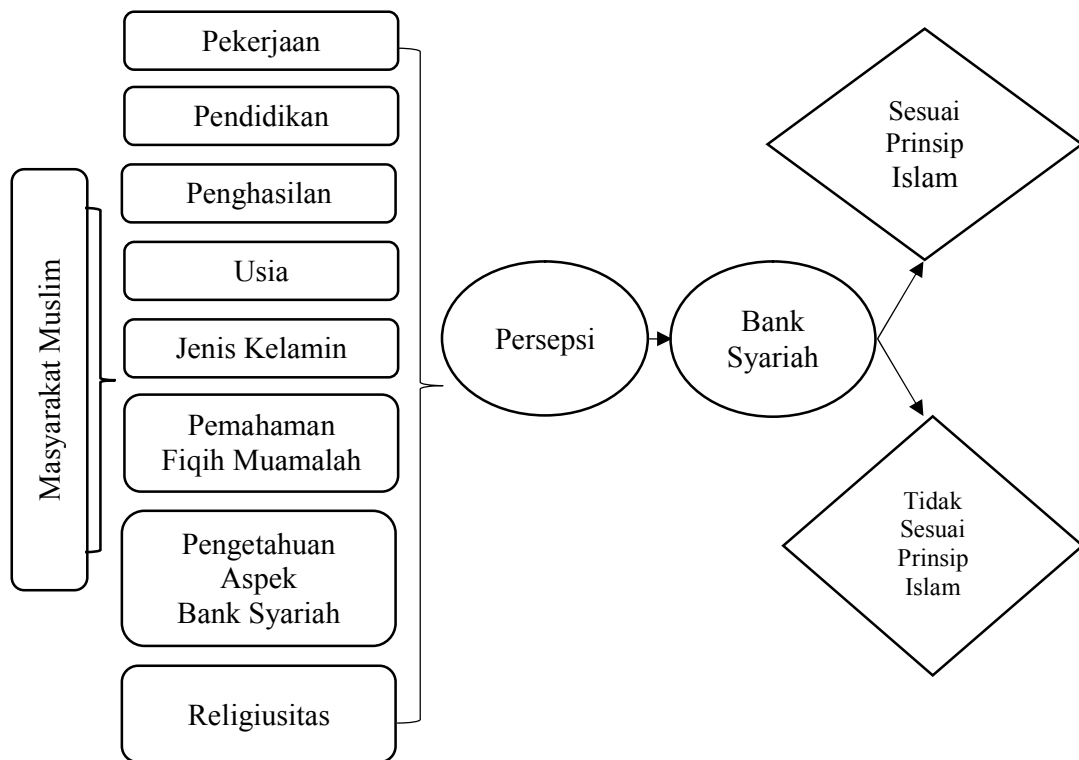
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap Ke”Syariahan”an Bank Syariah DI Indonesia. Maka Penelitian ini akan memberikan kontribusi terhadap Bank Syariah akan sikap dan intensi Konsumen Muslim untuk memilih Perbankan Syariah.

2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah konklusif deskriptif, sebab penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan sebuah fenomena dan menelaah hubungan yang terjadi dengan cara menguji hipotesis tertentu (Malhotra, 2010). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini juga sesuai dengan metode pengumpulan data di dalam penelitian konklusif yakni menggunakan survei, yaitu menanyakan beberapa pertanyaan, selanjutnya jika orang tersebut telah memenuhi kriteria untuk menjadi responden maka orang tersebut diminta kesediaannya untuk diwawancarai atau menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada di dalam kuisioner penelitian (Umar dan Husein, 2005). Adapun jumlah minimum dibutuhkan hingga 50 responden data untuk sebuah variabel bebas (*predictor*)(Hidayat, 2012), dalam penelitian ini secara keseluruhan berjumlah 200 responden yang menjadi sampel.

Data primer dalam penelitian didapatkan dengan cara menyebarkan kuisioner terstruktur kepada responden atau sampel yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab dengan harapan para responden dapat memberikan respon atas pertanyaan-pertanyaan tersebut.

Dalam penyusunan kuisioner ini penulis menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial. Dengan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variable yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative yang dapat berupa kata-kata.



Penelitian ini berfokus pada masyarakat yang beragama Islam, karena mayoritas agama di Indonesia adalah Islam, kemudian dilihat dari berbagai jenis aktifitas dari literature dan pengetahuan seperti : Pekerjaan, Pendidikan, Penghasilan, Usia, Jenis Kelamin, Pemahaman Fiqih Muamalah, Pengetahuan Aspek Bank Syariah, dan Religiusitas. Setelah itu kita mendapatkan hasil, bagaimana persepsi masyarakat tersebut terhadap bank syariah, apakah mereka mengatakan bahwa bank syariah telah sesuai prinsip syariah atau tidak sesuai prinsip syariah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk penelitian ini, penulis menggunakan Regresi Logistik (Logit) dengan menggunakan aplikasi SPSS untuk mengukur sejauh mana persepsi masyarakat muslim terhadap ke"syariah"an

Bank Syariah di Indonesia khususnya di wilayah Jakarta. Peneliti juga mendapatkan informasi dari responden berdasarkan persepsi mereka terkait kesyariahan bank Syariah.

Tabel 3. Distribusi Persepsi Terkait Kesyariahan Bank Syariah

		Persepsi Prinsip Syariah				Total	%
		ya	%	tidak	%		
Nasabah Bank Syariah	Tidak	37	44%	47	56%	84	100%
	Ya	39	34%	77	66%	116	100%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan informasi pada tabel, secara persentase, perbedaan pendapat antara responden yang bukan nasabah bank syariah terhadap kesyariahan bank syariah lumayan besar. 44% responden yang bukan merupakan nasabah bank syariah menyatakan bank syariah telah sesuai dengan prinsip syariah. Sementara, 56% responden lainnya menyatakan bank syariah belum menjalankan prinsip syariah dengan sebaik-baiknya.

Disisi lain, hanya 34% responden yang merupakan nasabah bank syariah yang mengatakan bank syariah telah betul-betul menjalankan prinsip syariah. Sebaliknya, 66% responden lainnya mengatakan bank syariah belum menjalankan prinsip syariah.

Hasil penelitian tersebut cukup mengejutkan. Hasil ini tidak hanya menunjukkan masyarakat muslim masih belum yakin bank syariah telah menjalankan bisnisnya sesuai syariat Islam, tetapi nasabah bank syariah sendiri bahkan meragukan bank syariah telah menjalankan bisnisnya sesuai dengan prinsip syariat Islam. Terdapat beberapa kemungkinan yang dapat menjelaskan fenomena ini. Bisa jadi nasabah bank syariah memang lebih paham mengenai fikih muamalahdan operasi bank syariah yang ideal sehingga ketika mereka menemukan hal tersebut belum diterapkan mereka menyatakan bank syariah tidak sesuai syariah. Walaupun demikian, nasabah tersebut tetap harus diapresiasi, walaupun mereka beranggapan bank syariah belum sesuai dengan prinsip syariah mereka tetap menggunakan jasa bank syariah. Sebaliknya, 44% responden yang bukan nasabah bank syariah tetapi menganggap bank syariah telah sesuai dengan prinsip syariah masih belum tergerak menggunakan jasa bank syariah.

Untuk melakukan pengujian regresi, terdapat beberapa uji asumsi yang harus dilakukan. Berikut adalah hasil Regresi Logistik. Berdasarkan hasil regresi logistic yang ditampilkan pada Tabel 4, tidak terdapat variable yang signifikan menjelaskan alasan mengapa banyak responden termasuk nasabah bank syariah mengatakan bank syariah tidak sesuai dengan bank syariah. Akan

tetapi, hal ini sudah dapat diprediksi dari pendalaman pada deskriptif statistic, karena ketika diberikan pertanyaan yang lebih mendalam, banyak responden bank syariah tersebut yang memberi jawaban tidak konsisten dengan pertanyaan awal. Selain itu, banyak responden, termasuk nasabah bank syariah sendiri juga tidak memahami tentang fikih muamalah dan prinsip dasar operasi bank syariah. Karena itu, dapat disimpulkan, pernyataan mereka bahwa bank syariah tidak sesuai syariah sebenarnya tidak terlalu valid. Perlu pembuktian lebih lanjut tentang hal ini, seperti harapan yang terlalu tinggi, hingga penerapan beberapa aktivitas oleh bank syariah yang tidak disukai oleh nasabah bank syariah.

Tabel 4. Hasil Regresi logistik tidak signifikan

	B	S.E	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a X1_Pelajar	-,648	,811	,638	1	,425	,523
X1_PNS	-,721	1,047	,475	1	,491	,486
X1_Pswasta	-1,142	,630	3,291	1	,070	,319
X1_Wiraswasta	-,778	,738	1,112	1	,292	,459
X2_SD	18,830	23088,552	,000	1	,999	150541625,7
X2_SMA	20,200	23088,552	,000	1	,999	592857988,9
X2_Diploma	20,165	23088,552	,000	1	,999	572435953,3
X2_S1	20,302	23088,552	,000	1	,999	656153965,9
X2_S2	20,555	23088,552	,000	1	,999	845395004,6
X3_krgdari3	-40,341	32652,164	,000	1	,999	,000
X3_tigada_lima	-40,183	32652,164	,000	1	,999	,000
X3_lima_splh	-40,959	32652,164	,000	1	,999	,000
X3_splh_duaplh	-40,376	32652,164	,000	1	,999	,000
X3_duaplh_limaplh	-40,644	32652,164	,000	1	,999	,000
X4_Usia	,258	,190	1,842	1	,175	1,294
X5_gender	-,077	,346	,050	1	,823	,925
X6_Pemahaman	-,189	,336	,316	1	,574	,828
X7_Pengetahuan	1,931	,595	10,517	1	,001	6,895
X8_Religiusitas	,900	,423	4,531	1	,033	2,460
Constant	14,165	23088,563	,000	1	1,000	1418564,008

Untuk memperkuat hasil penelitian ini, analisis regresi logistic tambahan dilakukan untuk melihat factor yang menyebabkan responden memilih menggunakan jasa bank syariah. Sesuai dengan hasil deskriptif statistik, pemahaman terhadap fikih muamalah dan tingkat religiusitas secara signifikan mempengaruhi pilihan penggunaan bank syariah.

Pengaruh (Fiqih Muamalah) nyata terhadap Y, nilai-p (0.038) < alpha 5% maka tolak H0 artinya (Fiqih Muamalah) berpengaruh nyata terhadap Y. Koefisien (0.758) dimana koefisien pengaruh bertanda positif, artinya semakin tinggi nilai Fiqih Muamalah maka peluang untuk

percaya terhadap Bank Syariah (1) semakin tinggi. Dari nilai Odds ratio dengan nilai 2.134 yang artinya setiap kenaikan satu satuan Fiqih Muamalah maka meningkatkan peluang untuk percaya terhadap Bank Syariah (1) sebesar 2.1 kalinya dibanding peluang untuk tidak percaya (0). Atau dengan kata lain semakin seseorang mengetahui dan memahami Fiqih Muamalah maka membuat seseorang lebih memilih menggunakan Bank Syariah.

Pengaruh (Religiusitas) nyata terhadap Y, nilai $-p$ (0.004) < alpha 5% maka tolak H_0 artinya X_7 (Ibadah) berpengaruh nyata terhadap Y. Koefisien X_7 (1.236) dimana koefisien pengaruh bertanda positif, artinya semakin tinggi nilai Ibadah maka peluang untuk percaya terhadap Bank Syariah (1) semakin tinggi. Dari nilai Odds ratio dengan nilai 3.441 yang artinya setiap kenaikan satu satuan Ibadah maka meningkatkan peluang untuk percaya terhadap Bank Syariah sebesar 3.4 kalinya dibandingkan peluang untuk tidak percaya terhadap Bank Syariah (0). Artinya peluang untuk percaya penuh terhadap Bank Syariah lebih besar dibandingkan peluang untuk tidak percaya (0). Atau dengan kata lain setiap seseorang menjalankan ibadahnya atau agama nya dengan baik maka seseorang itu akan memperhatikan semua aktifitas yang dilakukan baik itu dari sisi Aqidah, Ibadah, bahkan Muamalah sehingga untuk aktifitas bertransaksi memilih menggunakan Bank Syariah.

Hasil ini menunjukkan semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang terhadap fikih muamalah dan semakin seringnya intensitas seseorang melakukan ibadah akan mempengaruhi kemungkinan mereka menggunakan jasa bank syariah.

Tabel 5. Hasil Regresi Logistik signifikan

	B	S.E	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a X1_Pelajar	-,514	,762	,454	1	,501	,598
X1_PNS	1,930	1,277	2,286	1	,131	6,890
X1_Pswasta	,538	,558	,927	1	,336	1,712
X1_Wiraswasta	,541	,690	,614	1	,433	1,717
X2_SD	-64,234	40652,130	,000	1	,999	,000
X2_SMA	-42,756	32040,741	,000	1	,999	,000
X2_Diploma	-42,574	32040,741	,000	1	,999	,000
X2_S1	-41,850	32040,741	,000	1	,999	,000
X2_S2	-41,393	32040,741	,000	1	,999	,000
X3_krgdari3	22,755	22656,127	,000	1	,999	7628792989
X3_tigadua_lima	22,309	22656,127	,000	1	,999	4881013907
X3_lima_splh	20,816	22656,127	,000	1	,999	1097057362
X3_splh_duaplh	21,697	22656,127	,000	1	,999	2647246052
X3_duaplh_limaplh	20,688	22656,127	,000	1	,999	964939390,3
X4_Usia	,343	,196	3,070	1	,080	1,410
X5_gender	,044	,365	,014	1	,905	1,045

X6_Pemahaman	,758	,365	4,301	1	,038	2,134
X7_Pengetahuan	-,118	,601	,038	1	,845	,889
X8_Religiusitas	1,236	,435	8,072	1	,004	3,441
Constant	14,297	22656,297	,000	1	,999	1618430,266

Persepsi terhadap kesyariahan bank syariah tidak signifikan mempengaruhi pemilihan penggunaan bank syariah. Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, persepsi responden yang merupakan nasabah bank syariah maupun bukan nasabah bank syariah bervariasi dan cenderung tidak konsisten, bahkan lebih banyak nasabah bank syariah sendiri yang menyatakan bank syariah tidak sesuai dengan prinsip syariah. Adapun penjelasan yang memungkinkan adalah, sebagian responden yang merupakan nasabah bank syariah memiliki pemahaman yang lebih tinggi terhadap fikih muamalah dan memiliki ekspektasi yang berlebih terhadap bank syariah. Akan tetapi, walaupun mereka tidak terlalu puas terhadap tingkat kesyariahan bank syariah mereka tetap menggunakan jasa bank syariah karena sudah yakin akan haramnya bank konvensional.

Hasil penelitian ini menjawab persepsi masyarakat muslim terhadap ke"syariah"an bank syariah, bahwa sebagian besar responden tidak memiliki pengetahuan fikih muamalah dan kurangnya tingkat religiusitas atau keimanan dalam diri umat Islam, sama seperti pada penelitian sebelumnya, Ethika (2010) bahwa pegawai dan masyarakat awam tetap menggunakan bank konvensional dikarenakan tidak adanya pengetahuan maka mereka menganggap bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Walaupun mereka tahu agama telah melarang adanya bunga. Seperti Selamat, dan Kadir (2012) bahwa agama bukan faktor utama masyarakat muslim maupun bukan muslim untuk menggunakan bank syariah. Dan hampir semua peneliti mengenai hal ini menyatakan bahwa masyarakat hanya berfokus pada fasilitas, pelayanan, akses, dan hal-hal yang memudahkan urusan duniawi mereka. Mungkin inilah yang menyebabkan bank syariah di Indonesia tidak berkembang dengan baik, dari sisi bank syariah mereka hanya terfokus meningkatkan kualitas layanan dan semisalnya, yang seharusnya mereka lakukan adalah memberikan tingkat pemahaman para pegawai mengenai akad-akad dan prinsip syariat Islam dan edukasi ke masyarakat mengenai mengapa kita harus memilih bank syariah. Dikarenakan masyarakat muslimnya saja saat ini sebagian besar masih orientasi mereka untuk berbisnis mengharapkan keuntungan dan kemudahan duniawi, tidak melihat atau mempertimbangkan keselamatan dan keuntungan dunia dan akhirat.

4. SIMPULAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat Muslim terhadap Ke”Syariah”ah Bank Syariah di Indonesia. Berdasarkan hasil, serta analisis yang telah dibahas sebelumnya, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat di ambil. *Pertama*, Mayoritas responden termasuk responden yang merupakan nasabah bank syariah memiliki persepsi terhadap bank syariah bahwa bank syariah tidak sesuai prinsip syariah. Bahkan, persentase responden bank syariah yang memiliki pendapat demikian lebih besar dibandingkan responden yang bukan nasabah bank syariah. *Kedua*, Mayoritas responden termasuk responden yang merupakan nasabah bank syariah tidak memiliki pemahaman tentang fikih muamalah yang memadai. Dan responden tidak memahami bagaimana seharusnya bank syariah beroperasi sesuai dengan kaidah fikih muamalah. Pendapat responden yang menyatakan bank syariah tidak syariah lebih disebabkan oleh beberapa aktivitas bank syariah yang dianggap tidak tepat oleh responden, seperti pengenaan denda pada keterlambatan pembayaran angsuran, bank syariah lebih mahal daripada bank konvensional, dan lain sebagainya. *Ketiga*, Tidak terdapat model statistik yang mampu menjelaskan mengapa mayoritas responden menyatakan bank syariah tidak sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini disebabkan responden sendiri tidak memahami apa itu syariah dan bagaimana syariah mengatur operasional bank syariah sebenarnya. Akan tetapi, model statistik yang dibangun dapat memprediksi dengan signifikan alasan nasabah memilih bank syariah. Adapun variable yang signifikan mempengaruhi pemilihan bank syariah adalah penerapan terhadap relijiusitas dan memiliki ilmu serta faham terhadap fikih muamalah.

5. REFERENSI

- Adawiyah, W. R. (2010, Desember). Pertimbangan, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 11(2), 191-201.
- Bley, J., & Kuehn, K. (2004). Conventional versus Islamic Finance: Student Knowledge and Perception in the United Arab Emirates. *International Journal of Islamic Financial Services*, 5(4), 17-30.
- DSNMUI. (n.d.). Retrieved Maret 19, 2016, from <http://www.dsnmui.or.id/index.php?page-sekilas>
- Ethika. (2010). Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Pasca Pengharaman Bunga Bank Di Daerah Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Auditing*, 5(1).
- Hidayat, E. S., & Al-Bawardi, N. K. (2012). Non Muslims' Perceptions Towards Islamic Banking Services in Saudi Arabia . *Journal of US-China Public Administration* , 9(6), 654-670.

- LPS. (n.d.). Retrieved Maret 19, 2016, from http://www.lps.go.id/ketentuan-terkait/-/asset_publisher/nZ5y/content/uu-21-th-2008-perbankan-syariah
- Malholtra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation*. New Jersey: Pearson *Educative*.
- Mutasowifin, A. (2003). Menggagas Strategi Pengembangan Perbankan Syariah Di Pasar NonMuslim. *Jurnal Universitas Paramadina*, 3(1), 25-39.
- Noor, F., & Sanrego, Y., D. (2010). Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta). *TAZKLA Islamic Business and Finance Review*.
- OJK. (n.d.). Retrieved Maret 19, 2016, from <http://www.ojk.go.id/Files/batchen2/170.pdf>
- Selamat, Z., & Kadir, H. A. (2012). Attitude And Patronage Factors of Bank Customers in Malaysia: Muslim and non Muslim Views. *Journal of Islamic Economics, Banking, Finance*, 8(4), 87-100.
- Syariah,T.J.(n.d.).Retrieved April 1, 2016, from <http://tahkimjurnalsyariah.wordpress.com/2014/04/07/sistem-operasional-perbankan-syariah/>
- Umar, & Husein. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.