

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU NASABAH PERBANKAN
KONVENSIONAL BERALIH KE PERBANKAN SYARIAH
(Studi Empiris pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di D.I.Y)**

Iman Teguh, Ilham Maulana Saud, dan Peni Nugraheni

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

ABSTRACT

This study aims to analyze and prove empirically the influence of knowledge, religiosity, accessibility, and extra curricular islamic program to conventional banking customer behavior that switch to sharia banking. The subjects of this study are students of accounting study programs that become conventional banking customers and switch to sharia banking, whether really switching or not really switching. The object of this study is the institutions of college in the Special Region of Yogyakarta. In this study the sample of 82 respondents selected using purposive sampling method. The analysis used in this research is multiple linear regression analysis using SPSS 24.0.

Based on the analysis that has been done obtained the result that the knowledge and extra curricularislamic program does not affect the behavior of conventional banking customers to switch to sharia banking. While religiosity and accessibility proved to have a positive and significant effect.

Keywords: Accessibility, Extra Curricular Islamic Program, and Customer Behavior of Brand Switching.

PENDAHULUAN

Pengertian perbankan bagi suatu negara dapat diartikan sebagai darahnya perekonomian karena pada dasarnya perbankan sangat mempengaruhi arus perekonomian di suatu negara. Dalam kata lain, kemajuan perbankan disebuah negara bisa dijadikan sebagai tolok ukur kemajuan negara tersebut. Semakin pesat kemajuan suatu negara akan menyebabkan pengaruh peranan perbankan yang besar pula dalam mengendalikan negara tersebut (Kasmir, 2002).

Salah satu bentuk perkembangan ekonomi di Indonesia adalah banyaknya lembaga keuangan yang berdiri di Indonesia dengan perkembangannya yang semakin meningkat dengan disetujuinya UU No. 10 Tahun 1998 yang merupakan hasil amandemen UU No. 7 Tahun 1992

tentang eksistensi perbankan. Dalam undang-undang tersebut banyak perubahan yang memberikan peluang besar untuk pengembangan bank syariah. Bank syariah telah diakui secara legal, sehingga memicu tumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia. Undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah (Antonio, 2016).

Terdapat suatu situasi dan keadaan yang menuntut lahirnya bank syariah, masalah pokoknya yaitu berkenaan dengan perangkat bunga yang telah dikembangkan oleh perbankan konvensional. Jika ditelusuri lebih jauh, persoalan bunga bank di Indonesia telah lama melahirkan kontroversi dan menjadi ganjalan bagi umat Islam (Muhamad, 2016). Pada dasarnya persoalan bunga bank tersebut bersumber pada konsep uang dalam Islam. Didalam Islam, uang dipandang sebagai alat tukar, bukan suatu komoditi. Peran uang sebagai alat tukar sangat dibenarkan, namun jika dikaitkan dengan ketidakadilan, dalam Islam tergolong kedalam riba *al-Fadl*. Pada Q.S. Al-Baqarah ayat 278-279 cukup jelas disebutkan bahwa larangan riba tidak memperhatikan besar kecilnya tambahan yang diberlakukan. Dengan demikian, baik yang berlipat maupun tidak berlipat juga diharamkan oleh Allah SWT (Yaya dkk, 2014).

Peningkatan kinerja perbankan syariah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah peningkatan aktivitas pembiayaan perbankan syariah yang ditunjang oleh peningkatan dana pihak ketiga. Pendanaan yang berasal dari masyarakat yang disimpan di bank merupakan sumber dana terbesar yang paling diandalkan bank yang terdiri dari tiga jenis yaitu giro, deposito, dan tabungan (Qolby, 2013). Peningkatan jumlah dana yang dihimpun dari masyarakat tersebut disebabkan oleh loyalitas pelanggan yang selaras dengan kepuasan pelanggan, Selain itu dipengaruhi juga oleh bertambahnya jumlah nasabah perbankan syariah

termasuk nasabah yang beralih dari perbankan konvensional ke perbankan syariah (Hidayat, 2009).

Peningkatan jumlah nasabah perbankan syariah dipengaruhi oleh meningkatnya minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah tidak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa merupakan salah satu lapisan masyarakat yang banyak menggunakan jasa perbankan, termasuk perbankan syariah. Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk menjadi nasabah perbankan syariah berkaitan dengan ruang lingkup mahasiswa di perguruan tinggi seperti: pengetahuan, program ekstra kurikuler Islami, religiusitas, dan aksesibilitas perbankan syariah.

Seseorang yang mendapatkan fakta dan informasi baru dengan menggunakan pengetahuan yang merupakan suatu faktor penting dalam membentuk tindakan seseorang. Pengetahuan yang berkaitan dengan perbankan syariah akan mempengaruhi seorang nasabah (Faisal, 2016). Nasabah yang memahami informasi yang cukup maka akan tertarik menggunakan jasa perbankan syariah.

Dalam Islam, perilaku nasabah memilih perbankan tentunya dipengaruhi oleh akhlak setiap nasabah. Sejatinya, nasabah yang memiliki akhlak yang baik akan memilih perbankan syariah sebagai mitranya. Alasannya, nasabah tersebut merasa takut terhadap bunga perbankan konvensional yang dilarang dalam syariat Islam. Oleh sebab itu, pendidikan akhlak sangat penting bagi umat muslim dalam rangka memperbaiki diri menjadi muslim yang sebenarnya (Ilyas, 2014).

Perilaku mahasiswa dalam hal menjadi nasabah perbankan syariah tidak menutup kemungkinan dipengaruhi oleh religiusitas mahasiswa. Religiusitas menurut agama Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Religiusitas merupakan tingkat keterikatan individu terhadap agamanya. Apabila individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran

agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya (Ghufroon dan Risnawita, 2010). Hasil penelitian Dianto (2016) menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.

Aksesibilitas perbankan syariah sangat berkorelasi dengan lokasi perbankan syariah, karena pada dasarnya salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam penentuan lokasi perbankan adalah lokasi yang mudah dijangkau atau dalam kata lain memiliki aksesibilitas yang baik. Sebagaimana hasil penelitian Pertiwi dan Ritonga (2012) menunjukkan bahwa lokasi bank mempengaruhi masyarakat di kota Kisaran untuk menabung di bank Muamalat.

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kompilasi yang mengambil beberapa variabel yang sesuai dari penelitian-penelitian sebelumnya yaitu penelitian Faisal (2016), Penelitian Hendiyana (2015), Penelitian Dianto (2016), dan Penelitian Maesaroh (2014). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada pemilihan variabel independen yang berkaitan dengan Institusi Perguruan Tinggi sebagai obyek penelitian dan subyek penelitiannya adalah mahasiswa program studi akuntansi. Selain itu, penelitian ini menggunakan variabel perilaku konsumen berpindah merek sebagai variabel dependen, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan variabel minat.

Penelitian ini berangkat dari pemikiran tentang pentingnya peran mahasiswa akuntansi sebagai salah satu elemen sumber daya yang dibutuhkan untuk menunjang prospek lembaga keuangan, termasuk lembaga keuangan syariah dalam rangka menyediakan lembaga keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat muslim (Kariyoto, 2013). Sejatinya harapan masyarakat muslim terhadap lembaga keuangan adalah tersedianya lembaga keuangan yang mampu memenuhi kebutuhan transaksi masyarakat muslim yang sesuai dengan syariat

Islam. Demi terciptanya lembaga keuangan yang benar-benar sesuai dengan prinsip syariah, diperlukan usaha untuk melakukan perbaikan dalam menegakkan nilai-nilai syariah termasuk dalam hal ekonomi oleh setiap elemen yang berkorelasi dengan lembaga keuangan syariah sesuai dengan posisinya masing-masing termasuk nasabah sehingga mampu menciptakan ajaran islam yang *rahmatan lil'alam* (Abdurahim, 2017).

PENELITIAN TERDAHULU DAN PENURUNAN HIPOTESIS

Teori Atribusi

Teori atribusi adalah teori yang menjelaskan perilaku seseorang. Teori atribusi menjelaskan proses bagaimana seseorang menentukan penyebab dan motif tentang perilaku seseorang atau orang lain. Teori ini mengacu pada bagaimana seseorang menjelaskan faktor penyebab perilaku orang lain atau bahkan dirinya sendiri. Faktor tersebut bisa berasal dari internal seperti sifat, karakter, sikap, dan lain sebagainya atau yang berasal dari eksternal misalnya tekanan situasi tertentu yang akan memberikan pengaruh terhadap perilaku individu (Luthans, 2005).

1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Perilaku Nasabah Perbankan Konvensional Beralih ke Perbankan Syariah

Dalam institusi perguruan tinggi mahasiswa diampu dalam suatu sistem perkuliahan yang terdiri dari macam-macam mata kuliah. Idealnya, mahasiswa yang telah selesai menempuh suatu mata kuliah tertentu mampu mengaplikasikan pengetahuan serta kemampuan yang telah dilatih saat menempuh mata kuliah tersebut tidak terkecuali mata kuliah akuntansi syariah. Dalam mata kuliah ini serta mata kuliah pendukung lainnya, mahasiswa mendapatkan pengetahuan tentang sistem akuntansi yang berbasis syariah, serta korelasinya dengan perbankan syariah. Disamping itu mahasiswa akan mendapatkan

pemahaman tentang penyebab lahirnya sistem akuntansi dan perbankan yang berbasis syariah yang tidak lain merupakan solusi bagi sistem perekonomian umat muslim dari jeratan riba yang terdapat dalam sistem perbankan konvensional. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2014) bahwasannya pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi menabung di bank syariah. Selain itu, hasil penelitian Dianto (2016) juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah perbankan syariah.

Penelitian yang serupa telah dilakukan oleh Rahmawati (2014) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi tentang bunga bank dan persepsi tentang bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah, sedangkan persepsi dan pengetahuan terhadap produk perbankan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Pengetahuan dan pemahaman tentang larangan bunga bank konvensional, sistem bagi hasil, serta pengetahuan tentang produk bank syariah telah dikaji dalam mata kuliah akuntansi syariah. Sejalan dengan pendapat Kariyoto (2013) bahwasannya akuntansi syariah lahir dari adanya kebutuhan lembaga keuangan syariah untuk menyajikan laporan keuangan ataupun informasi keuangan yang cukup, relevan, serta selaras dengan prinsip ekonomi Islam.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengetahuan mahasiswa tentang segala sesuatu yang berkorelasi dengan perbankan syariah, maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap perilaku mahasiswa yang merupakan nasabah perbankan konvensional untuk beralih ke perbankan syariah. Oleh sebab itu, hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu:

H₁ : Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah.

2. Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Nasabah Perbankan Konvensional Beralih ke Perbankan Syariah

Persoalan mengenai larangan riba telah lama dilarang dalam beberapa agama tidak hanya agama Islam (Antonio, 2016). Seorang nasabah yang beragama Islam jika memiliki tingkat religiusitas yang baik maka akan menghindari bahaya dan ancaman bagi pemakan riba sebagaimana ancaman terberat bagi pemakan riba dalam Al-Qur'an bahwasannya Allah dan Rasul-Nya akan memeranginya.

Hasil penelitian Dianto (2016) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat nasabah untuk menjadi nasabah bank syariah. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Widiyanti (2011) menunjukkan hasil bahwa faktor komitmen keagamaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di bank syariah. Akan tetapi, hasil sebaliknya ditunjukkan dalam penelitian Risky (2015) bahwasannya faktor religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan. Hasil penelitian Sunarsih dan Wulandari (2014) juga menunjukkan hasil serupa yaitu faktor religiusitas tidak berpengaruh untuk kepentingan nasabah Bank Muamalat, Rawamangun Jakarta. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi religiusitas mahasiswa, maka akan semakin mempengaruhi perilaku mahasiswa yang merupakan nasabah perbankan konvensional untuk beralih ke perbankan syariah. Oleh sebab itu, hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu:

H₂ : Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah.

3. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Perilaku Nasabah Perbankan Konvensional Beralih ke Perbankan Syariah

Sebagai mahasiswa yang juga merupakan nasabah dari suatu perbankan, besar kemungkinan akan berpindah pada perbankan yang dianggap memiliki aksesibilitas yang baik. Baik itu terkait dengan lingkungan tempat tinggal barunya semenjak menjadi mahasiswa, lokasi perbankan yang berada di lingkungan perguruan tinggi, atau bahkan aksesibilitas tersebut dianggap mampu menunjang kebutuhan terkait dengan kepentingan akademik. Sehingga besar kemungkinan aksesibilitas suatu perbankan akan mempengaruhi perilaku mahasiswa untuk beralih perbankan termasuk nasabah perbankan konvensional yang beralih ke perbankan syariah.

Hasil penelitian Pertiwi dan Ritonga (2012) menunjukkan bahwa lokasi bank mempengaruhi masyarakat di Kota Kisaran untuk menabung pada bank muamalat. Hasil yang sama ditunjukkan oleh Tyas dan Setiawan (2012) dalam penelitiannya yang mana lokasi perbankan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Sumber Mulia. Akan tetapi hasil yang sebaliknya ditunjukkan dalam penelitian Arifin dan Khotimah (2014) bahwasannya lokasi bukanlah hal yang mempengaruhi masyarakat Kota Surakarta untuk memutuskan menjadi nasabah Bank Syariah. Berdasarkan uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi aksesibilitas mahasiswa terhadap perbankan syariah, maka semakin besar pengaruhnya terhadap perilaku mahasiswa yang merupakan nasabah perbankan konvensional untuk beralih ke perbankan syariah. Oleh sebab itu, hipotesis penelitian ketiga dalam penelitian ini yaitu:

H₃ : Aksesibilitas berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah.

4. Pengaruh Program Ekstra Kurikuler Islami terhadap Perilaku Nasabah Perbankan Konvensional Beralih ke Perbankan Syariah

Dalam konteks nasabah, jika program ekstra kurikuler Islami, mentoring, dan program pendidikan akhlak lainnya yang serupa dapat mempengaruhi akhlak dan perilaku keagamaan mahasiswa atau peserta didik menuju ke arah yang lebih baik maka senantiasa sebagai nasabah idealnya akan memilih produk perbankan yang sesuai dengan nilai keagamaan yang diyakininya. Bahkan, Jika sebelumnya menggunakan produk perbankan yang tidak sesuai dengan nilai keagamaan yang diyakininya, Idealnya akan berpindah ke produk yang sesuai dengan nilai keagamaan yang diyakininya.

Sejalan dengan pendapat Ruswandi (2007) yang menjelaskan bahwa program ekstra kurikuler Islami merupakan program pembinaan keislaman yang didalamnya terdapat proses mentoring atau belajar dengan pendekatan saling menasihati dengan tujuan utama untuk pendidikan akhlak yang berguna dalam beribadah dan muamalah serta guna membantu mencapai tujuan suatu institusi pendidikan. Penelitian yang dilakukan oleh Hendiyana (2015) menunjukkan hasil bahwa kegiatan mentoring terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap akhlak siswa sehingga dapat membentuk *akhlakul karimah*.

Penelitian lain menunjukkan hasil bahwa tingkat hubungan antara kedisiplinan mengikuti kegiatan mentoring terhadap akhlak adalah sangat kuat (Astutik, 2015). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Fatimah (2014) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh keaktifan mengikuti kegiatan mentoring terhadap kedisiplinan beribadah. Akan tetapi, Hasil

kegiatan mentoring agama Islam memang berpengaruh positif terhadap perilaku sosial keagamaan dengan taraf kepercayaan 95% namun kontribusi efektifnya hanya sebesar 10,9% (Latifah, 2016). Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa program ekstra kurikuler Islami akan membentuk akhlak mahasiswa, sehingga dalam konteks nasabah mahasiswa yang merupakan nasabah perbankan konvensional akan beralih ke perbankan syariah. Oleh sebab itu, hipotesis keempat dalam penelitian ini yaitu:

H₄ : Program intra kurikuler Islami berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi akuntansi yang berada pada perguruan tinggi di Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi akuntansi yang terdapat pada beberapa institusi perguruan tinggi di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh menggunakan instrumen kuisioner dari para responden yang kemudian dikonversi kedalam bentuk angka (kuantitatif) sehingga analisis data bisa menggunakan data statistik. Kuisioner tersebut berisi daftar pertanyaan mengenai pengetahuan, program intra kurikuler Islami, religiusitas, dan perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penentuan sampel didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

- a) Mahasiswa yang merupakan mantan nasabah perbankan konvensional, sekaligus merupakan nasabah perbankan syariah.

- b) Mahasiswa yang merupakan nasabah kedua jenis perbankan (konvensional dan syariah), akan tetapi telah menjadi nasabah perbankan konvensional terlebih dahulu baru kemudian menjadi nasabah perbankan syariah.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Kuisioner akan dibagikan kepada responden secara langsung dan meminta kembali kuisioner pada waktu yang ditentukan oleh responden dan menggunakan Google formulir sehingga pengisian kuisioner bisa menggunakan media elektronik.

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Uji Validitas

Salah satu usaha peneliti yang dilakukan guna mendapatkan hasil penelitian yang akurat dan dapat diandalkan, maka selayaknya melakukan uji validitas. Uji validitas berguna untuk mengetahui valid atau tidaknya kuisioner. Kuisioner dinyatakan valid jika kuisioner dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Nazaruddin dan Basuki (2015) menyatakan bahwa instrumen penelitian akan dinyatakan valid apabila $KMO > 0,5$.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas mencakup dua hal yang utama yaitu stabilitas dan konsistensi internal dari pengukuran. Suatu instrumen kuisioner dinyatakan reliabel jika diujicobakan secara berulang-ulang pada kelompok yang sama cenderung menghasilkan data yang tidak jauh berbeda. Kriteria untuk menunjukkan suatu instrumen kuisioner adalah reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar atau sama dengan batas yang telah ditentukan (standarisasi)

sebesar 0,70 (Nazaruddin dan Basuki, 2015). Teknik yang digunakan dalam uji reliabilitas ini adalah menggunakan analisis *Cronbach's Alpha*.

Tabel 2

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Perilaku Konsumen Berpindah Merek (PKBM)	.788	Reliable
Pengetahuan (PG)	.815	Reliable
Religiusitas (RL)	.854	Reliable
Aksesibilitas (AK)	.802	Reliable

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif pada penelitian ini menyajikan jumlah data, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*) dan simpangan baku (*standar deviation*) dari variabel independen dan variabel dependen. Hasil statistik deskriptif ditunjukkan dalam tabel 3 dibawah ini:

Tabel 3

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Kisaran Teoritis			Kisaran Aktual			Std. Deviation
		Min	Max	Mean	Min	Max	Mean	
PKBM	82	3	15	9	6	15	10.45	2.206
PG	82	5	25	14.50	16	25	21.70	2.308
RL	82	6	30	18	14	30	22.63	3.376
AS	82	4	20	12	6	20	12.77	3.191
PEKI	82	0	1	0.50	0	1	0.74	0.439

Berdasarkan data yang dimuat dalam table 3 di atas, menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini sebanyak 82 sampel. Adapun hasil dari masing-masing pengujian terhadap setiap variabel dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel pengetahuan (X_1) memiliki nilai minimum 16; nilai maksimum 25; nilai rata-rata (*mean*) 21,70; dan simpangan baku (*standard deviation*) 2,206. Jika dibandingkan dengan nilai yang terdapat pada kisaran teoritis yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) 14,50, maka hal ini menunjukkan tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh responden cukup tinggi.
- b. Variabel religiusitas (X_2) memiliki nilai minimum 14; nilai maksimum 30; nilai rata-rata (*mean*) 22,63; dan simpangan baku (*standard deviation*) 3,376. Jika dibandingkan dengan nilai yang terdapat pada kisaran teoritis yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) 18, maka hal ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas responden dalam hal menjadi nasabah cukup kuat.
- c. Variabel aksesibilitas (X_3) memiliki nilai minimum 6; nilai maksimum 20; nilai rata-rata (*mean*) 12,77; dan simpangan baku (*standard deviation*) 3,191. Jika dibandingkan dengan nilai yang terdapat pada kisaran teoritis yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) 12, maka hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden mampu menjangkau fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah dengan cukup mudah.
- d. Variabel program ekstra kulikuler islami (PEKI) (X_4) memiliki nilai minimum 0; nilai maksimum 1; nilai rata-rata (*mean*) 0,74; dan simpangan baku (*standard deviation*) 0,439. Jika dibandingkan dengan nilai yang terdapat pada kisaran teoritis yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) 0,50, maka hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden telah mengikuti program ekstra kurikuler islami di masing-masing institusi perguruan tinggi.

- e. Variabel perilaku konsumen berpindah merek (PKBM) (Y) memiliki nilai minimum 6; nilai maksimum 15; nilai rata-rata (*mean*) 10,45; dan simpangan baku (*standard deviation*) 2,206. Jika dibandingkan dengan nilai yang terdapat pada kisaran teoritis yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) 9, maka hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden telah beralih dari perbankan konvensional ke perbankan syariah baik beralih secara penuh maupun baru sebatas memprioritaskan perbankan syariah.

Uji Frekuensi

Uji frekuensi dilakukan untuk mengetahui beberapa informasi terkait variabel *dummy*. Program ekstra kurikuler islami (PEKI) diukur dengan skor *dummy* yaitu 0 – 1, informasi hasil uji frekuensi nya ditunjukkan dalam tabel 4 berikut:

Tabel 4

Hasil Uji Frekuensi

	Frekuensi	Persentase
Non_PEKI	21	25.6
PEKI	61	74.4
Total	82	100.0

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Berdasarkan data dalam tabel 4 diatas, dapat diketahui bahwa dari total 82 responden. Responden yang tidak mengikuti program ekstra kurikuler islami (Non_PEKI) hanya berjumlah 21 orang, sedangkan responden yang mengikuti program ekstra kurikuler islami (PEKI) mencapai 61 orang.

Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi variabel dependen dan independen keduanya berdistribusi normal, karena regresi yang baik sejatinya berdistribusi normal. Tujuan dari uji normalitas data ini adalah untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian telah berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas data dilakukan dengan uji kolmogorov-smirnov.

Tabel 5

Hasil Uji Normalitas Data

N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78454576
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.048
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200^{c,d}

Sumber : Data primer diolah tahun 2018 menggunakan SPSS 24.0

Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari atau sama dengan 0,05 atau 5%. Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel 5, Hasil uji normalitas data dengan menggunakan kolmogorov-sirnov test ini menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$ atau $20\% > 5\%$. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini telah berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas sejatinya menunjukkan adanya hubungan antar variabel independen atau variabel yang menjelaskan. Model ini mensyaratkan memenuhi asumsi bahwa tidak ada hubungan antar variabel tersebut artinya tidak terdapat multikolinieritas. Indikator yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas mengacu pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. Jika nilai VIF < 10 atau *tolerance* > 0,10 maka tidak terdapat multikolinieritas diantara variabel independen yang digunakan. Hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 6

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
PG	0.788	1.285
RL	0.707	1.415
AK	0.886	1.128
PEKI	0.933	1.072

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Berdasarkan pada data yang dimuat dalam tabel 6 diatas, dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan memiliki nilai VIF 1,285 < 10 maka data variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Variabel religiusitas memiliki nilai VIF 1,415 < 10 artinya data dalam variabel tersebut tidak terkena multikolinieritas. Variabel aksesibilitas menunjukkan nilai VIF 1,128 < 10 maka data pada variabel tersebut tidak terkena multikolinieritas.

Program ekstra kulikuler islami (PEKI) sebagai variabel dependen ke empat menunjukkan nilai VIF 1,072 < 10 yang berarti data dalam variabel tersebut tidak terkena

multikolinearitas. Berdasarkan pada penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan nilai VIF < 10, oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dapat didefinisikan sebagai indikator terdapatnya varian yang berbeda dari unsur gangguan (*disturbance*) sedangkan syarat asumsi klasik yang harus terpenuhi adalah data bersifat homogen, varian dari unsur tersebut harus konstan. Varian atau data dapat dikatakan tidak terkena heteroskedastisitas apabila nilai sig lebih besar atau sama dengan 0,05 atau 5%. Hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 7, yaitu sebagai berikut:

Tabel 7

Hasil Uji Heteroskedastisitas

	B	Std. Error	Beta	t	Sig
Constant	-0.112	1.136		-0.098	0.922
PG	0.046	0.055	0.105	0.830	0.409
RL	0.045	0.040	0.152	1.144	0.256
AK	-0.032	0.038	-0.100	-0.848	0.399
PEKI	-0.063	0.266	-0.028	-0.239	0.812

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang disajikan dalam tabel 7 diatas, dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan memiliki nilai sig 0,409 > 0,05 maka tidak terkena heteroskedastisitas. Variabel religiusitas menunjukkan nilai sig 0,256 > 0,05 maka tidak terkena heteroskedastisitas. Variabel aksesibilitas memiliki nilai sig 0,399 > 0,05 maka tidak terkena heteroskedastisitas. Variabel program ekstras kulikuler islami (PEKI) menunjukkan

nilai sig sebesar $0,812 > 0,05$ maka tidak terkena heteroskedastisitas. Berdasarkan pada uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai sig dari setiap variabel lebih besar dari 0,05 atau 5%, maka dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dapat didefinisikan sebagai cara menguji untuk mengetahui seberapa besar variabel-variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Apabila nilai koefisien seterminasi dalam model regresi semakin kecil (mendekati nol) maka kemampuan setiap variabel independen terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Berlaku sebaliknya, jika nilai yang mendekati satu (100%), maka setiap variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan atau memprediksi variabel dependen.

Tabel 8

Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.588	0.346	0.312	1.830

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Berdasarkan data pada tabel 8 diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adalah 0,312 atau 31,2%. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel independen yang terdiri dari pengetahuan, religiusitas, aksesibilitas, dan program ekstra kurikuler islami (PEKI) dapat mempengaruhi perilaku konsumen berpindah merek sebagai variabel dependen sebesar 31,2%, sedangkan sisanya 68,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk kedalam variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Uji F (Uji signifikansi simultan)

Uji F digunakan untuk menguji semua variabel independen (X) apakah memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Y). Hasil pengujian tersebut disajikan dalam tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9

Hasil Uji F (Signifikansi Simultan)

	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4	34.088	10.175	0.000
Residual	77	3.350		
Total	81			

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Data yang terdapat pada tabel 9 menunjukkan bahwa diperoleh nilai F sebesar 10,175 dengan nilai sig (0,000) < α (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari pengetahuan, religiusitas, aksesibilitas, dan program ekstra kurikuler islami (PEKI) secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumen berpindah merek sebagai variabel dependen.

Uji T (Uji signifikansi parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji hipotesis dengan melihat nilai koefisien regresi dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen dalam arti untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen yang telah ditentukan. Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 24.0, diperoleh hasil yang disajikan dalam tabel 10, yaitu sebagai berikut:

Tabel 10

Hasil Uji T (Signifikansi Parsial)

	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	0.591	2.049		0.289	0.744
PG	0.061	0.100	0.063	0.607	0.545
RL	0.254	0.072	0.389	3.551	0.001
AK	0.207	0.068	0.299	3.508	0.003
PEKI	0.189	0.479	0.038	0.394	0.695

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Berdasarkan data pada tabel 10, memenuhi persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + 0,063 X_1 + 0,389 X_2 + 0,299 X_3 + 0,038 X_4 + e$$

- 1) Hipotesis 1 menyebutkan bahwa variabel pengetahuan (X_1) merupakan variabel yang diduga berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah. Hasil perhitungan diperoleh nilai sig (**0,545**) $> \alpha$ (**0,05**) dan arah koefisien regresi positif 0,063. Dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah. Dengan demikian, hipotesi pertama (H_1) **DITOLAK**.
- 2) Hipotesis 2 menyebutkan bahwa variabel religiusitas (X_2) diduga berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai sig (**0,001**) $< \alpha$ (**0,005**) dan arah koefisien regresi positif 0,389. Dapat disimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif

signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) **DITERIMA**.

3) Hipotesis 3 menyebutkan bahwa variabel aksesibilitas (X_3) diduga berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah. Hasil perhitungan diperoleh nilai sig (**0,003**) < α (**0,005**) dan arah koefisien regresi positif 0,299. Dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah. Dengan demikian hipotesis ketiga (H_3) **DITERIMA**.

4) Hipotesis 4 menyebutkan bahwa variabel Program ekstra kurikuler islami (X_4) diduga berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah. Hasil perhitungan diperoleh nilai sig (**0,695**) > α (**0,05**) dan arah koefisien regresi positif 0.038. Dapat disimpulkan bahwa program ekstra kurikuler islami (PEKI) tidak berpengaruh terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah. Dengan demikian hipotesis keempat (H_4) **DITOLAK**.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah. Berdasarkan bukti empiris dari hasil pengujian data dan hasil analisis dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama mendapatkan hasil variabel pengetahuan dalam penelitian ini tidak ditemukan pengaruhnya terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke

perbankan syariah. Dengan hasil tersebut bukan berarti bahwa responden tidak memiliki pengetahuan tentang produk dan jasa yang diberikan bank syariah, karena terbukti bahwa mayoritas responden yang berkontribusi dalam penelitian ini telah mengambil mata kuliah akuntansi syariah. Akan tetapi, hal tersebut bisa terjadi diduga karena faktor pengetahuan tidak menjadi faktor utama dan bukan satu-satunya faktor yang dijadikan dasar pengambilan keputusan untuk beralih dari perbankan konvensional ke perbankan syariah.

2. Hipotesis kedua mendapatkan hasil variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah. Hal tersebut merefleksikan nilai-nilai keagamaan yang telah dihayati dalam hati dan dijalankan secara menyeluruh sampai pada konteks perilaku menjadi nasabah dan berdasar pada hubungan pribadi dengan Tuhan yang berkonsekuensi hasrat untuk berkenan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya hingga membuat keputusan untuk beralih ke perbankan syariah.
3. Hipotesis ketiga mendapatkan hasil variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah. Salah satu faktor eksternal yang mengarah pada derajat kemudahan yang dicapai oleh individu terhadap lokasi dan pelayanan bank syariah telah terbukti sangat mempengaruhi perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah dikarenakan sangat membantu nasabah untuk memenuhi kebutuhannya.
4. Hipotesis keempat mendapatkan hasil variabel program ekstra kurikuler islami dalam penelitian ini tidak ditemukan pengaruhnya terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah. Hal ini bisa terjadi diduga karena dipengaruhi oleh tingkat kedisiplinan dan keaktifan dalam mengikuti program tersebut masih sangat

rendah, sehingga sasaran program tersebut yang ditujukan untuk pembentukan *akhlakul karimah* belum sampai pada konteks nasabah, khususnya nasabah perbankan konvensional yang beralih ke perbankan syariah.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat beberapa saran untuk institusi perguruan tinggi dan perbaikan penelitian kedepannya, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk institusi perguruan tinggi khususnya program studi akuntansi, diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas program dan metode pembelajaran yang mampu meningkatkan religiusitas mahasiswa yang selaras dengan proses pengembangan ilmu pengetahuan, sehingga mahasiswa sebagai sumber daya yang akan menunjang prospek lembaga keuangan syariah di masa yang akan datang menjadi lebih berkualitas.
2. Untuk program studi akuntansi di institusi perguruan tinggi yang sebelumnya telah mewajibkan mahasiswanya mengikuti program ekstra kurikuler islami, sebaiknya tetap dilanjutkan disertai dengan kontrol terhadap kedisiplinan dan keaktifan dalam mengikuti program tersebut. Program ekstra kurikuler islami ini sangat penting untuk segi afektif dan psikomotorik yang akan menunjang segi kognitif dalam sistem perkuliahan.
3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan mampu melakukan penelitian dengan studi yang memperluas cakupan sampel bukan hanya mahasiswa program studi akuntansi, sehingga keseluruhan data yang diolah dalam penelitian berasal dari responden yang beralih secara penuh dari perbankan konvensional ke perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahim, Ahim. (2017). "Akuntabilitas Lembaga Keuangan Syariah dalam Perspektif yang Holistik (Kaffah)". *Repository Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya*. (2014). Jakarta: Departemen Agama RI
- Ancok, Djamaludin dan Suroso, Fuat Nashori. (2008) *Psikologi Islam : Solusi atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Antonio, M. S. (2016). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Arifin, Z. (2006). *Dasar-Dasar Manajemen bank syariah* . Jakarta: Pustaka Alvabet.
- Asnawi. (2016). "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Muslim dan non Muslim untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah". Yogyakarta: *Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Astutik. (2015). "Pengaruh Kedisiplinan Mengikuti Kegiatan Mentoring Terhadap Akhlak Siswa Kelas IV di SD IT Harapan Bunda Pedurungan Kota Semarang Tahun Ajaran 2014/2015". *Eprints Walisongo* .
- Dianto, S. (2016). "Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Minat Masyarakat untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Empiris pada Masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta. Yogyakarta": *Skripsi FEB Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Djamaluddin dan Suroso. (2008). *Psikologi Islam : Solusi atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Erol Cenginz dan Radi El-Bdour. (2013). "Attitude, Behavior, and Patronage Factors of Bank Customer towards Islamic Bank". *Journal of Bank Marketing*, Vol.7 Issue: 6, pp. 31-37.
- Faisal. (2016). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menjadi Nasabah di Bank Syariah". Yogyakarta: *Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Gufron, S. (2015). *Edukasi Profesional Syariah, Konsep dan Implementasi Bank Syariah*. Jakarta: Renaisan.
- Haque, Ahasanul. Jamil Osman dan Ahmad Zaki Hj Ismail. (2009). "Factor Influences Selection of Islamic Banking: A Study on Malaysian Customer Preferences". *American Journal of Applied Sciences* 6 (5) : 922-928. ISSN 1546-9239.
- Hendiyana, R. (2015). "Pengaruh Kegiatan Mentoring Terhadap Akhlak Siswa SMA NEGERI 1 PARUNG". Jakarta. *Skripsi UIN Syarif Hidayatullah*.
- Henry, A. (1998). *Measuring Brand Equity Across Product and Market*. New York: The Free Press.

- Hidayat, R. (2009). "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* .
- Ilyas, Y. (2014). *Kuliah Akhlaq*. Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam (LPPI).
- Jalaluddin. (2010). *Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Jerry, C. Oleson dan J. Paul Peter. (2000). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Juanda, dan Ilham Maulana Saud. (2016). *Pendampingan Agama Islam Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*. Yogyakarta.
- Kariyoto. (2013). Akuntansi dalam Perspektif Syariah Islam. *Jurnal Jibeka* , 44-51.
- Kasmir. (2010). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2002). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2004) *Pemasaran Bank (Edisi Pertama)*. Jakarta. Prenada Media.
- Kasmir. (2012). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Keaveney, Susan M. (1995). Customer Switching Behavior in Service Industries: An Explanatory Studi. *Journal of Marketing*, Vol.559, April, pp. 71-82
- Kotler. (2004). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Kusumo, Y. A. (2008). "Analisis Kinerja Keuangan Bank Syariah Mandiri Periode 2002-2007 (dengan Pendekatan PBI NO. 9/1/PBI/2007)". *La_Riba Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 11, No. 1 , 110.
- Latifah, N. (2016). "Pengaruh Penguasaan Materi Pendidikan Agama Islam dan Hasil Kegiatan Mentoring Agama Islam terhadap Perilaku Sosial Keagamaan Mahasiswa" . *Tesis UIN Sunan Kalijaga* .
- Lestari, Afli Muflikhah. (2014). "Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan dan Pelayanan terhadap Preferensi Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* Vol.03, No.1.
- Ludigdo, U. (2009). "Mengembangkan Kurikulum Akuntansi Berbasis Kewirausahaan, Syariah dan Etika: Sebuah Pengalaman". *Universitas Brawijaya* .
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi XI*. Jakarta: Salemba Empat.
- Luthans, F. (2005). *Organisational Behaviour : Edisi 10*. Yogyakarta: ANDI.
- Maesaroh, S. (2014). "Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Keputusan Perpindahan Bank (Brand Switching)

pada Merek Krim Wajah di Yogyakarta". Yogyakarta: *Tesis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*

- Maryani, T. dan U. Ludigdo. 2001. "Survey atas Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap dan Perilaku Etis Akuntan". *TEMA*. Volume II Nomor 1. Maret. P.49-62
- Masruroh, A. (2015). "Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah". *Perpus.iainsalatiga.ac.id*
- Muhamad. (2016). *Sistem Bagi Hasil dan Pricing Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Muhammad. (2005). *Permasalahan Agency dalam Pembiayaan Mudharabah pada Bank Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: UII Yogyakarta.
- Najib, M. (2009). "Analisis Konsumen Berpindah Merek (Brand Switcher) pada Bank Syariah dan Bank Konvensional (Studi Kasus Pada Nasabah Di Wilayah Darmaga Bogor)". *TAZKIA Islamic Finance & Business Review* Vol.4 No.1 , 1-25.
- Nazaruddin, I., dan Basuki, A. T. (2017). *Analisis Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Danisa Media.
- Notoatmodjo, S. (2005). *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pratiwi,D., dan Ritonga,H.D. (2012) "Analisis Minat Menabung Masyarakat pada Bank Muamalat di Kota Kisaran". *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*.
- Potter, P.A. dan Perry, A.G. (2005). *Buku Saku:Keterampilan dan Prosedur Dasar*. Edisi 5. Jakarta:EGC.
- Qolby, M. L. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembiayaan pada Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2007-2013. *Economics Development Analysis Journal* (4) , 372.
- Rahmawati, A. (2014). "Pengaruh Persepsi tentang Bank Syariah terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang". *ADDIN*, vol. 8, No.1, Februari 2014.
- Republik Indonesia, Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Syariah.
- Republik Indonesia, Undang-Undang N0. 7 Tahun 1992 tentang Eksistensi Perbankan.
- Republik Indonesia, Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- Risky, Z. A. (2015). "Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Preferensi untuk Memilih Perbankan Syariah". Yogyakarta: *Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Rohman, Abdul. (2009). "Pengaruh Implementasi Sistem Akuntansi, Pengelolaan Keuangan Daerah terhadap Fungsi Pengawasan dan Kinerja Pemerintah Daerah (Survey pada Pemda di Jawa Tengah)". *Jurnal Akuntansi*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Ruswandi. (2007). *Manajemen Mentoring*. Bandung: Syaamil.

- Sahlan, A. (2011). "Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Pengembangan Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam". *repository.uin-malang.ac.id*.
- Schiffman, dan Kanuk. (2002). *Customer Behavior 7th Ed*. New Jersey: Prentice Hall.
- Suhardiyanto. 2001. *Pendidikan Religiusitas*. Yogyakarta: Kanisius.
- Suwarman, Ujang (2004) *Riset Pemasaran dan Konsumen, Seri 2*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press.
- Thouless, R.H. (1995). *Pengantar Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tyas, R.R. dan A Setiawan. (2012). "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang". *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Trup, Van. Hans C.M, Wayne D. Hoyer, and J. Jeffrey Inman. (1996). "Why Switch? Product Category-Level Explanations for True Variety-Seeking Behavior". *Journal of Marketing Research*, Agustus, pp.281-292.
- Wibowo, E. (2005). *Mengapa Memilih Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widiyanti, N. (2011). "Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Minat untuk Berinvestasi pada Bank Syariah (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi Perguruan Tinggi Islam di D.I.Y)". Yogyakarta: *Skripsi FE Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Wulandari, Siti Zulaikha dan Dwiwyati Astogini. (2014). "Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang Labelisasi halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan)". *JEBA*, Vol. 13, No.1, Maret 2011.
- Yaya, Rizal. Aji E.M. dan Ahim Abdurahim (2014). *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Yuliadi, I. (2007). *Ekonomi Islam: Filosofi, Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: LPPI-UMY.