

**PERILAKU, KARAKTERISTIK, PERSEPSI MASYARAKAT
TERHADAP BANK SYARIAH DI EKS KARISIDENAN KEDIRI**

¹⁾ARY PERMATADENY NEVITA, ²⁾ZAINAL ARIFIN

*Prodi Pendidikan Ekonomi Akuntansi, Universitas Nusantara PGRI Kediri
arypermata@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini merupakan salah satu upaya meningkatkan pemahaman masyarakat tentang peran Bank Syariah. Peran Bank Syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan perekonomian yang semakin berimbang. Pemahaman dan sosialisasi terhadap masyarakat tentang produk dan sistem perbankan syariah di Indonesia masih sangat terbatas. Secara khusus tujuan penelitian ini adalah : 1) Menguji pengaruh Perilaku masyarakat terhadap Bank Syariah; 2) Menguji pengaruh karakteristik masyarakat terhadap Bank syariah; 3) Menguji pengaruh persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah.

Populasi penelitian ini meliputi 4 kabupaten/kota di wilayah Kediri, dengan kriteria bahwa pada masing-masing daerah tersebut beroperasi kedua tipe bank (bank konvensional dan bank syariah), yaitu : Kota Nganjuk, Kota Blitar, Kota Tulungagung, Kota Kediri. Sampel penelitian ini terdiri dari empat *cluster* : yaitu nasabah bank konvensional, nasabah bank syariah, nasabah bank syariah dan konvensional, dan non nasabah. Jumlah kuesioner yang didistribusikan berjumlah 150 set yang disebarakan langsung oleh surveyor pada lokasi yang terpilih.

Penelitian ini menganalisis data secara berganda yang meliputi analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif diperlukan guna untuk menjelaskan atau menjawab masalah yang pertama, bahwa fenomena sosial dan ekonomi bisa dipakai sebagai dasar atau landasan berpijak dalam rangka membuat atau merumuskan suatu kebijakan yang berkaitan dengan upaya pengembangan perbankan syariah, khususnya di daerah penelitian. Sedangkan metode kuantitatif, diperlukan untuk menjawab masalah kedua, ketiga, dan ke empat dalam studi ini. Analisis metode kuantitatif yang dimaksud adalah analisis Faktor dan dilanjutkan ke analisis Logit/Probit.

Hasil penelitian menunjukkan :1) Perilaku, karakteristik dan persepsi masyarakat secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap perkembangan Bank Syariah di Karesidenan Kediri, 2) Perilaku masyarakat berpengaruh positif/didukung terhadap perkembangan Bank Syariah di Karesidenan Kediri, 3) Karakteristik masyarakat berpengaruh positif/didukung terhadap perkembangan Bank Syariah di Karesidenan Kediri, 4) Persepsi masyarakat tidak berpengaruh/tidak didukung terhadap perkembangan Bank Syariah di Karesidenan Kediri.

Kata Kunci : Perilaku, Karakteristik, Persepsi, Bank Syariah

Latar Belakang

Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia pada umumnya. Sistem perbankan syariah diatur pula dalam undang-undang No 10 tahun 1998 di mana Bank Umum adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran.

Bank Syariah pada awalnya dikembangkan dari respon kelompok ekonomi dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip syariah Islam. Sejak diberlakukannya UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, sebagaimana telah diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998, bank syariah secara resmi telah diperkenalkan kepada masyarakat.

Pemahaman dan sosialisasi terhadap masyarakat tentang produk dan sistem perbankan syariah di Indonesia masih sangat terbatas. Hal ini didukung oleh data yang di publikasikan oleh Bank Indonesia, bahwa hingga oktober 2006 perbankan syariah hanya memiliki 1,5% dari total pangsa pasar perbankan secara nasional. Meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah kaum muslim, tetapi pengembangan produk syariah berjalan lambat dan belum berkembang sebagaimana halnya bank konvensional. Upaya pengembangan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen) lembaga perbankan. Keberadaan bank (konvensional dan syariah) secara umum memiliki fungsi strategis sebagai lembaga intermediasi dan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, namun karakteristik dari kedua tipe bank (konvensional dan syariah) dapat mempengaruhi perilaku calon nasabah dalam menentukan preferensi mereka terhadap pemilihan antara kedua tipe bank tersebut. Lebih lanjut, perilaku nasabah terhadap produk perbankan (bank konvensional dan bank syariah) dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri.

Struktur dan persepsi masyarakat terhadap bank syariah sangat menentukan perilaku masyarakat tersebut. Struktur dan persepsi masyarakat Sumatra Barat dan Aceh yang sudah terbangun dengan mayoritas masyarakatnya yang religius sangat memungkinkan terdapatnya berbagai persepsi yang mempengaruhi perilaku masyarakat dalam memilih bank. Namun demikian, faktor keagamaan atau persepsi yang hanya didasari oleh alasan keagamaan saja belum tentu mempengaruhi perilaku masyarakat terhadap keputusan dalam menggunakan suatu jenis jasa perbankan. Dengan memahami preferensi masyarakat terhadap bank-bank tersebut, maka bank (konvensional dan syariah) memiliki judgement yang kuat untuk mendisain strategi dan kebijakan agar lebih bersifat market driven.

Seperti halnya perkembangan perbankan syariah di Indonesia, fenomena yang sama juga terjadi di Jawa Timur. Dalam hal keagamaan, Jawa Timur dikenal sebagai salah satu kawasan di Nusantara yang sangat kental dengan tradisi faham keagamaannya (Islam). Masyarakat Jawa Timur sangat kuat dalam mengapresiasi Islam. Hasil penelitian Bank Indonesia dan Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga (2003) menunjukkan kondisi yang menggambarkan sikap dan perilaku masyarakat Jawa Timur yang sebagian besar mengaku memahami ajaran agama dan senantiasa mempraktikkannya dalam kehidupan sehari-hari. Namun, seperti halnya perkembangan bank syariah di Indonesia, perkembangan bank syariah di Jawa Timur masih sangat kecil jika dibandingkan dengan tingkat perkembangan perbankan konvensional. Seyogyanya,

masyarakat Jawa Timur yang mayoritas beragama Islam seharusnya merupakan *captive market* yang menguntungkan bagi perkembangan bank syariah di Jawa Timur.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini apakah Perilaku, Karakteristik, Persepsi masyarakat berpengaruh terhadap Bank Syariah ?

Pengembangan Hipotesis

1. Perilaku

Menurut Skinner, seperti yang dikutip oleh Notoatmodjo (2003), merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar. Oleh karena perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespons, maka teori Skinner ini disebut teori "S-O-R" atau Stimulus – Organisme – Respon. Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo, 2003).

Hipotesis 1 (H_1) : Perilaku masyarakat berpengaruh terhadap Bank Syariah

2. Karakteristik

Wyne mengungkapkan bahwa kata karakter berasal dari bahasa Yunani "karasso" yang berarti "to mark" yaitu menandai atau mengukir, yang memfokuskan bagaimana mengaplikasikan nilai kebaikan dalam bentuk tindakan atau tingkah laku. Oleh sebab itu seseorang yang berperilaku tidak jujur, kejam atau rakus dikatakan sebagai orang yang berkarakter jelek, sementara orang yang berperilaku jujur, suka menolong dikatakan sebagai orang yang berkarakter mulia. Jadi istilah karakter erat kaitannya dengan personality(kepribadian) seseorang.

Alwisol menjelaskan pengertian karakter sebagai penggambaran tingkah lakudengan menonjolkan nilai (benar-salah, baik-buruk) baik secara eksplisit maupun implisit. Karakter berbeda dengan kepribadian kerana pengertian kepribadian dibebaskan dari nilai. Meskipun demikian, baik kepribadian (personality) maupun karakter berwujud tingkah laku yang ditujukan kelingkungan sosial, keduanya relatif permanen serta menuntun, mengerahkan dan mengorganisasikan aktifitas individu.

Menurut bahasa, karakter adalah tabiat atau kebiasaan. Sedangkan menurut ahli psikologi, karakter adalah sebuah sistem keyakinan dan kebiasaan yang mengarahkan tindakan seorang individu. Karena itu, jika pengetahuan mengenai karakter seseorang itu dapat diketahui, maka dapat diketahui pula bagaimana individu tersebut akan bersikap untuk kondisi-kondisi tertentu. Dilihat dari sudut pengertian, ternyata karakter dan akhlak tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Keduanya didefinisikan sebagai suatu tindakan yang terjadi tanpa ada lagi pemikiran lagi karena sudah tertanam dalam pikiran, dan dengan kata lain, keduanya dapat disebut dengan kebiasaan.

Hipotesis 2 (H₂) : Karakteristik masyarakat berpengaruh terhadap Bank Syariah

3. Persepsi

Rakhmad (2004:51) menyatakan: “persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan”. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi diartikan sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu dan pandangan tentang suatu objek secara menyeluruh. Sedangkan menurut Indrawijaya (2000) disebutkan bahwa, persepsi adalah dasar dari proses kognitif atau proses psikologi. Jadi pada hakekatnya persepsi merupakan proses pengamatan melalui penginderaan terhadap obyek tertentu. Obyek tersebut dapat berupa orang, situasi, dan kejadian atau peristiwa.

Dalam kehidupan sehari-hari persepsi lebih diidentifikasi sebagai pandangan. Artinya bagaimana pandangan seseorang terhadap objek atau kejadian pada saat tertentu. Hasil pengamatan tersebut diproses secara sadar sehingga individu kemudian dapat memberi arti kepada objek yang diamatinya tersebut. Persepsi berperan dalam penerimaan rangsangan, mengaturnya, dan menerjemahkan atau menginterpretasikan rangsangan yang sudah teratur itu untuk mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap.

Persepsi seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menyebabkan seorang individu dapat memberikan interpretasi yang berbeda dengan orang lain pada saat melihat sesuatu. Menurut Rakhmad (2004), faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut:

- a. Faktor Fungsional, yang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, motivasi, harapan dan keinginan, emosi dan suasana hati dan hal-hal lain yang termasuk dalam faktor personal.
- b. Faktor Struktural, berasal dari sifat stimulasi secara fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu.
- c. Faktor Kebudayaan, kultur atau kebudayaan dimana individu tumbuh dan berkembang akan turut pula menentukan persepsi seseorang.

Hipotesis 3 (H₃) : Persepsi masyarakat berpengaruh terhadap Bank Syariah

Metode Penelitian

1. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini meliputi 4 kabupaten/kota di wilayah karisidenan Kediri, dengan kriteria bahwa pada masing-masing daerah tersebut beroperasi kedua tipe bank (bank konvensional dan bank syariah), yaitu : Kota Nganjuk, Kota Blitar, Kota Tulungagung, Kota Kediri. Sampel penelitian ini terdiri dari empat *cluster* : yaitu nasabah bank konvensional, nasabah bank syariah, nasabah bank syariah dan konvensional, dan non nasabah. Jumlah kuesioner yang didistribusikan berjumlah 150 set yang disebarkan langsung oleh surveyor pada lokasi yang terpilih

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini pada dasarnya adalah penelitian deskriptif dan kuantitatif. Penelitian deskriptif digunakan untuk menjelaskan bahwa persepsi adalah bagian yang melingkupi perkembangan bank syariah. Sedangkan yang kuantitatif menjelaskan pengaruh Karakteristik Masyarakat dan Perilaku/Stimuli Pasar terhadap Perilaku Masyarakat terhadap bank syariah.

3. Metode Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber, yaitu sebagai berikut :

- a. Data Primer, yaitu data yang diambil langsung dari sumbernya. Data primer dari penelitian ini didapat dari jawaban responden, yaitu informasi mengenai perilaku, karakteristik dan persepsi masyarakat terhadap bank syariah.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber publikasi baik media massa, literatur ataupun informasi yang terkait dari masyarakat.

4. Analisis Data

Penelitian ini menganalisis data secara berganda yang meliputi analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif diperlukan guna untuk menjelaskan atau menjawab masalah yang pertama, bahwa fenomena sosial dan ekonomi bisa dipakai sebagai dasar atau landasan berpijak dalam rangka membuat atau merumuskan suatu kebijakan yang berkaitan dengan upaya pengembangan perbankan syariah, khususnya di daerah penelitian.

Sedangkan metode kuantitatif, diperlukan untuk menjawab masalah kedua, ketiga, dan ke empat dalam studi ini. Analisis metode kuantitatif yang dimaksud adalah analisis Regresi Berganda.

Pengujian Hipotesis Dan Pembahasan

1. Deskripsi Responden

Penelitian ini menganalisis seberapa besar Perilaku, Karakteristik dan Persepsi Masyarakat terhadap Bank Syariah di Karisidenan Kediri. Responden dalam penelitian ini ada dua jenis yaitu responden yang merupakan nasabah Bank Syariah dan Nasabah Bank Konvensional. Nasabah Bank Syariah dijadikan responden karena diyakini mengetahui tentang Bank Syariah, sedangkan nasabah Bank Konvensional dijadikan responden karena diharapkan dapat memberikan pertimbangan tentang bank mana yang cocok digunakan oleh masyarakat khususnya di Karisidenan Kediri. Sampel dari penelitian ini adalah masyarakat yang merupakan nasabah bank syariah, Nasabah Bank Konvensional ataupun Nasabah dari kedua Bank tersebut. Data yang dipergunakan ada data primer, dengan menyebar kuesioner pada responden secara langsung. Kuesioner bersifat tertutup. Berikut ini data persebaran kuesioner :

Tabel 1. Data persebaran kuesioner

No	Keterangan	Jumlah
1	Kuesioner yang disebar	150
2	Kuesioner yang kembali	120
3	Kuesioner yang tidak dapat diolah	4
4	Kuesioner yang dapat diolah	116

Sumber : Data Primer diolah

Jumlah kuesioner yang disebar 150 kuesioner. Kuesioner yang kembali 120 kuesioner dikarenakan ada beberapa masyarakat yang ditarik kuesionernya mengatakan hilang. Tingkat pengembalian kuesioner adalah 70,80% dengan persentase kuesioner yang dapat diolah 77,33%.

2. Analisis Deskriptif

Data dalam penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu skala yang pengukurannya dikuantitatifkan dengan memberikan skor atau angka dimana angka tersebut menunjukkan suatu posisi, dengan ketentuan angka yang terkecil menunjukkan nilai terendah. Berikut ini tabel yang menyajikan analisis deskriptif rata-rata (mean) jawaban responden mengenai perilaku, karakteristik dan persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah di karesidenan Kediri.

3. Uji Hipotesis

1. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi adalah nilai yang menunjukkan proporsi pengaruh variabel independen yang dapat menjelaskan variabel dependen. Koefisien Determinasi dinyatakan dalam prosentase (Ghozali, 2009). Hasil pengujian SPSS didapatkan nilai koefisien determinasi seperti tabel berikut

Koefisiensi Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.696 ^a	.484	.423	.34794625

a. Predictors: (Constant), Perilaku, Persepsi, Karakteristik

b. Dependent Variable: Bank Syariah

Sumber : output SPSS (data sekunder yang diolah)

Dari tabel diatas dapat diketahui R^2 sebesar 0,484, nilai ini menunjukkan bahwa perilaku, karakteristik dan persepsi dapat menjelaskan pengaruh perkembangan Bank Syariah sebesar 69,6%, sedangkan sisanya sebesar 30,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimodelkan dalam penelitian ini.

2. Uji F (Pengaruh Simultan)

Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel Perilaku, Karakteristik dan persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah di Karesidenan Kediri, dilakukan Uji F (Uji Simultan).

Hasil Uji Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1.930	2	.965	7.970	.004 ^a
Residual	2.058	17	.121		
Total	3.988	19			

Predictors: (Constant), Perilaku, Persepsi, Karakteristik

Dependent Variable: Bank Syariah

Sumber : output SPSS (data sekunder yang diolah)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F hitung 7,970 dan signifikansi sebesar 0,004 yang lebih kecil dari 0,005. Hal ini berarti perilaku, karakteristik dan persepsi masyarakat secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel independennya, yaitu bank syariah.

3. Uji T (Pengaruh Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu perilaku, karakteristik dan persepsi terhadap variabel terikat bank syariah di karesidenan Kediri. Pengambilan keputusan didasarkan pada probabilitas signifikansi 0,05 (5%).

Hasil Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.991	.868		2.295	.035
	Perilaku	.760	.185	.741	3.787	.004
	Karakteristik	.700	.175	.721	3.989	.001
	Persepsi	-.261	.215	-.219	-1.215	.241

Dependen Variabel : Bank Syariah

Sumber : output SPSS (data sekunder diolah)

Uji Signifikansi masing-masing variabel diuraikan sebagai berikut :

1. Perilaku Masyarakat

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS seperti terlihat pada tabel diatas, diperoleh koefisien regresi variabel perilaku sebesar 0,760 dengan nilai t hitung 3,787 dan signifikansi 0,004. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikansi. Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima dan sebaliknya. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,004 ($< 0,05$), maka disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) yang berbunyi " Perilaku Masyarakat berpengaruh terhadap Bank Syariah adalah **di dukung**.

2. Karakteristik

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS seperti terlihat pada tabel diatas, diperoleh koefisien regresi variabel karakteristik sebesar 0,700 dengan nilai t hitung 3,989 dan signifikansi 0,001. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikansi. Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima dan sebaliknya. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 ($< 0,05$), maka disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_2) yang berbunyi “ Perilaku Masyarakat berpengaruh terhadap Bank Syariah adalah **di dukung**.

3. Persepsi

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS seperti terlihat pada tabel diatas, diperoleh koefisien regresi variabel perilaku sebesar -0,261 dengan nilai t hitung -1,125 dan signifikansi 0,241. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikansi. Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima dan sebaliknya. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,241 ($> 0,05$), maka disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) yang berbunyi “ Perilaku Masyarakat berpengaruh terhadap Bank Syariah adalah **tidak di dukung**.

Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku, karakteristik dan persepsi masyarakat terhadap bank syariah di Karisidenan Kediri, berdasarkan data yang ada kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Perilaku, karakteristik dan persepsi masyarakat secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap perkembangan Bank Syariah di Karesidenan Kediri.
2. Perilaku masyarakat berpengaruh positif / didukung terhadap perkembangan bank syariah di Karesidenan Kediri.
3. Karakteristik masyarakat berpengaruh positif / didukung terhadap perkembangan bank syariah di Karesidenan Kediri.
4. Persepsi masyarakat tidak berpengaruh / tidak didukung terhadap perkembangan bank syariah di Karesidenan Kediri.

Keterbatasan

1. Pengambilan data masih menggunakan kuesioner yang bersifat tertutup, sehingga informasi yang didapatkan masih sangat terbatas.
2. Banyak kuesioner yang disebar dalam objek penelitian yang tidak dapat kembali dikarenakan hilang atau rusak.
3. Keterbatasan waktu yang dimiliki peneliti dalam penelitian.

Daftar Pustaka

- Assael, Henry, 1984. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Second Edition. Boston: Kent Publishing Company.
- Bank Indonesia, 1992. *Undang-undang Republik Indonesia No.7 tahun 1992 tanggal 25 Maret 1992 tentang Perbankan*.
- Bank Indonesia, 1998. *Tentang Perubahan Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan*.
- Bank Indonesia, 2000. *TOR Penelitian Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syari'ah*. Jakarta: Direktorat Penelitian & Pengaturan Perbankan - BI.
- Chyssidis, George D. and John H. Kaler. 1993. *An Introduction to Business Ethics*. London: Chapman & Hall.
- Dillon, William R. 1984. *Multivariate Analysis Methods and Applications*. Toronto: John Wiley & Sons Inc.
- El-Bdour, R. 1984. *The Islamic economic system: a theoretical and empirical analysis of money and banking in the Islamic economic framework*. Unpublished PhD Dissertation. Utah State University, Logan-Utah.
- Erol, Cengiz and Radi El-Bdour. 1989. *Attitudes, behavior, and patronage factors of bank customers towards Islamic banks*. *International Banking & Marketing* Vol. 7, No.6:31-7.
- Kaynak, E. and Yavas, U. 1985. *Segmenting the Banking Market by Account Usage: An Empirical Investigation*, *Journal of Profesional Services Marketing*, Vol. 1 No.1/2, Fall: 177-88.
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Ninth Edition. New York: Prentice-Hall.
- Loudon, David L. and Albert J. Della Bitta. 1993. *Consumer Behavior. Fourth Edition*. New York: McGraw-Hill International Edition.
- Piliang, Yasraf Amir. 1998. *Sebuah Dunia yang Dilipat: Realitas Budaya Menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme*. Jakarta: Mizan.
- Smith, Adam. 1776. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. London: Penguin Group.
- Triyuwono, Iwan. 2000. *Organisasi dan Akuntansi Syari'ah*. Yogyakarta: LKS.