

Pengaruh Minat Masyarakat Aceh terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh

RAHMAH YULIANTI
Universitas Serambi Mekkah

Abstract

The objective of this study is to examine the influence the decision to select product Islamic bank, they were because, religious motivation, and service quality. The data were collected by questionnaire as the instrument. The questionnaires were distributed to 100 respondents as the active customers of sharia bank in Banda Aceh. The data were analyzed by validity and reliability test to evaluate the questionnaire and by linier regression to evaluate the influential factors of those variables. The result showed that religious motives and service quality positively influenced the decision to choose product Islamic Bank.

Keyword: *Religious motives, Services Quality*

1. Pendahuluan

Indonesia dengan jumlah populasi Muslim terbesar di dunia merupakan target pengembangan industri keuangan syariah di dunia setelah Timur Tengah dan beberapa negara di Eropa seperti Inggris, Prancis dan Jerman (Nair and Richter, 2010). Hal ini juga didorong oleh perkembangan industri keuangan syariah di Malaysia yang signifikan dan bahkan menjadi salah satu dari dua kekuatan keuangan syariah di dunia setelah Bahrain (Askari, Iqbal & Mirakhor, 2009). Askari et al. (2009) mencatat bahwa kedua negara tersebut menguasai lebih dari 35% pangsa pasar perbankan syariah di dunia. Sedangkan Indonesia diperkirakan akan mengalami perkembangan yang cukup signifikan di tahun 2010 dengan bertambahnya 10 perbankan syariah nasional termasuk rencana beberapa perbankan syariah negara lain yang tertarik beroperasi di Indonesia (Republika, 7 Desember 2009).

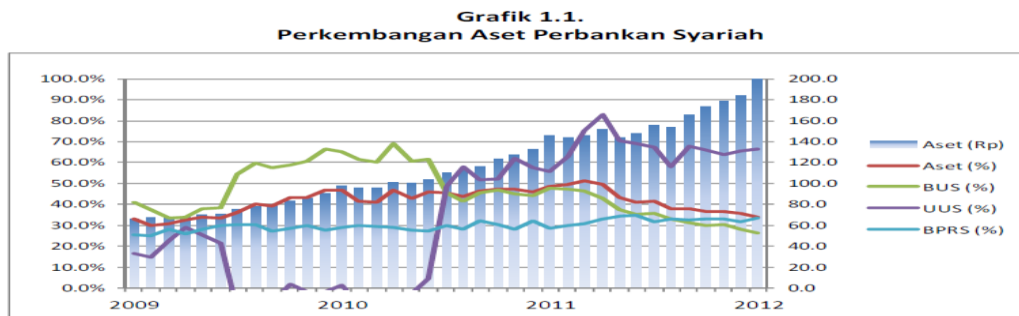
Dalam perkembangannya, khususnya masyarakat perbankan menyambut hangat lahirnya bank syariah. Hal tersebut ditunjukkan oleh keterbukaan Bank Indonesia dengan mengeluarkan kebijakan “*dual banking system*”, dimana bank konvensional diizinkan membuka unit usaha syariah dalam beroperasi (UU No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan). Potensi perkembangan Perbankan Syariah sangat besar mengingat Banda Aceh khususnya merupakan daerah penerapan syariah Islam secara khaffah, yang dijuluki kota serambi mekkah sangat cocok dengan produk syariah yang ditawarkan oleh Perbankan Syariah. Syariat Islam pernah berlaku dan dilaksanakan di Aceh pada masa Kerajaan Islam Perlak, Kerajaan Islam Samudera Pasai, dan Kerajaan Islam Aceh Darussalam. Sebagaimana diketahui, Aceh adalah wilayah nusantara yang pertama sekali masuknya Islam sampai menyebar ke wilayah-wilayah lain di Nusantara dan bahkan Asia Tenggara. Sampai saat ini, masyarakat (etnis) Aceh 100% beragama Islam. Berdasarkan survey pada tujuh bank syariah di Indonesia, Malaysia dan Dubai, dikatakan bahwa kendala-kendala utama adalah kesadaran masyarakat yang masih rendah terhadap eksistensi perbankan syariah. Wali Kota Banda Aceh Illiza Sa'aduddin Djamal meminta Otoritas Jasa Keuangan

(OJK) di Provinsi Aceh dapat mengoptimalkan pertumbuhan perbankan syariah di provinsi itu. Memang pertumbuhannya di atas sepuluh persen atau berada di atas nasional, namun harus lebih tinggi lagi mengingat Aceh menerapkan syariat Islam. Perkembangan bank syariah yang kian pesat nantinya di Banda Aceh khususnya dan Aceh umumnya, juga akan menjadi model bagi provinsi lainnya. Artinya, OJK Aceh nantinya dapat menjadi model terhadap pertumbuhan perbankan syariah, Illiza meyakini dengan kerja sama semua komponen di Banda Aceh khususnya dan Aceh umumnya akan mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi syariah di masa mendatang. Hal senada juga dikatakan Deputy Komisioner OJK Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen Sri Rahayu Widodo. Ia berharap OJK Aceh dapat terus mendorong pertumbuhan bank syariah di Aceh. "Peluang perbankan syariah cukup besar di Aceh dan ini harus dioptimalkan," Ia menambahkan belum maksimalnya pertumbuhan perbankan syariah di Tanah Air, karena laju pertumbuhannya kalah cepat dari perbankan konvensional (Republika, 12 April 2015).

Dalam paparan materi dalam kuliah umum UIN Adnan Ganto menyebutkan beberapa hal terkait dengan kebijakan pengembangan perbankan, diantaranya membahas tentang globalisasi ekonomi dan perkembangan ekonomi internasional, dibahas terkait krisis ekonomi dunia yang terjadi tahun 2008 dan 2009 di Amerika Serikat yang berakibatkan pada krisis keuangan global sehingga menyebabkan Bank-Bank mengalami likuidasi. "Globalisasi ekonomi yang menggetarkan perilaku dunia usaha juga telah mempengaruhi perekonomian Indonesia, khususnya pada sektor industri keuangan dan perbankan. Sistem keuangan Indonesia sangat terkait dengan perubahan sistem keuangan dunia. Karena itu, dampak globalisasi yang menuntut terciptanya pasar keuangan yang semakin kondusif dan kompetitif tidak bisa dihindari oleh Indonesia" sebut Adnan.

Selain itu, Adnan membahas tentang undang-undang perbankan nasional, setelah Undang-undang No 7 tahun 1992 diberlakukan, maka sistem perbankan di Indonesia meliputi bank umum, bank perkreditan rakyat, serta bank syariah atau bank bagi hasil, ini telah ditetapkan melalui Peraturan Pemerintah No. 72 tahun 1992, dan perbankan di Indonesia tetap berada dalam pembinaan dan pengawasan Bank Indonesia, saat ini dibawah Otoritas Jasa Keuangan (OJK), (harian Rakyat Aceh).

Perkembangan terakhir perbankan syariah selama tahun 2014 Indonesia mengalami pertumbuhan tertinggi, dimana menurut data terakhir menyebutkan bahwa dilihat dari sisi aset, pertumbuhannya mencapai $\pm 34\%$ dibanding dengan tahun sebelumnya. Dari sisi pembiayaan, pertumbuhannya mencapai $\pm 44\%$ dengan NPF Gross (BUS dan UUS) yang terkendali. Dan ini berarti bahwa kondisi bank syaria'ah di Indonesia saat ini sangat baik, dengan tren pertumbuhan yang terus meningkat. Pada tahun 2012 merupakan masa-masa yang bisa dibilang masa pemulihan setelah krisis global. Dilihat dari perkembangannya, diperkirakan bahwa perekonomian tahun 2013 mengarah pada pertumbuhan yang baik. Terlebih untuk kinerja perekonomian Indonesia dengan tingkat konsumsi domestik relatif tinggi dan kelas menengah yang meningkat serta ditunjang oleh kondisi makro ekonomi yang relatif terjaga dengan baik, merupakan beberapa faktor penyebab perekonomian nasional tidak terlalu terpengaruh oleh krisis perekonomian global. Begitu pula dengan perbankan syariah nasional, relatif tidak begitu signifikan mengalami dampak krisis ekonomi global pada awal tahun 2012 sejalan dengan fokus perbankan Indonesia yang lebih tertuju kepada pasar domestik yang masih besar, serta potensi pangsa perbankan syariah yang masih tinggi di Indonesia, dengan pangsa pasar sampai dengan akhir tahun 2012 telah mendekati 5%. Berikut adalah kutipan dari laporan perkembangan perbankan syaria'ah, yang di download dari official website BI:



Sumber: Bank Indonesia 2014

Sepanjang tahun 2012, kinerja industri perbankan syariah nasional yang masih didominasi struktur asetnya sekitar $\pm 98\%$ oleh Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) relatif cukup baik, tercermin dari: (i) fungsi intermediasi berada pada tingkat yang optimal dengan rata-rata FDR sebesar 97,16%; (ii) tingkat kecukupan modal (CAR) masih jauh di atas minimum 8% dengan rata-rata CAR sebesar $\pm 15,17\%$; dan (iii) tingkat pembiayaan bermasalah (Non Performing Financing/NPF) masih di bawah 5% dengan rata-rata sebesar 2,72% dan bahkan untuk posisi Desember 2012 mencapai 2,22%. Walaupun begitu, dari sisi pertumbuhan aset, terjadi perlambatan aset industri yang relatif signifikan pada bulan Maret sampai dengan bulan September 2012, lebih karena penurunan Dana Pihak Ketiga (DPK) yang cukup tajam.

Penurunan ini disebabkan antara lain karena penarikan dana simpanan milik pemerintah (Kementerian Agama) dari bank syariah yang cukup besar, dimana dialihkan ke Sukuk Dana Haji Indonesia guna memenuhi target pendanaan pembangunan. Namun pada bulan-berikutnya, DPK dan aset bank syariah mengalami peningkatan kembali. Dengan demikian, perlambatan pertumbuhan industri perbankan syariah lebih akibat kondisi domestik. Perkembangan perbankan syariah selama satu tahun terakhir cukup menggembirakan, dimana total asetnya meningkat menjadi Rp. 199,72 triliun dan melebihi proyeksi moderat tahun sebelumnya sebesar Rp.187,2 triliun."Dari kutipan tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa bank syariah memiliki daya imunitas yang baik terhadap pengaruh-pengaruh fluktuasi perekonomian internasional. Sehingga guncangan yang terjadi pada perekonomian dunia, bisa di redam oleh sistem perbankan syariah yang kemudian memberikan ketenangan kepada para nasabah.(Artikel Ekonomi Islam,2014). Meskipun aktivitas perbankan syariah sudah lama di Aceh, namun keberadaan bank syariah itu masih kurang dikenal oleh masyarakat. Akibat kurangnya informasi tentang seluk-beluk bank syariah, sehingga masyarakat Aceh lebih memilih bank konvensional sebagai sarana untuk simpan-pinjam dan berbagai keperluan keuangan lainnya.

Dari sisi lain, meskipun mereka sudah mengetahui adanya bank syariah, namun masyarakat masih menganggap, sistem kerja perbankan syariah masih sama dengan bank-bank konvensional lainnya. Hal tersebut dikemukakan oleh Ketua Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Perhimpunan Bank Perkreditan Rakyat Indonesia (Perbarindo) Provinsi Aceh, Sugito SE dalam dialog interaktif program "Serambi Spiritual" di Studio Studio Serambi FM Jalan Raya Lambaro, Desa Meunasah Manyang PA, Ingin Jaya, Aceh Besar, Rabu (2/7/2014). Sugito mengatakan, perbankan syariah di Aceh sudah mulai berkiprah sejak tahun 2008, dan perkembangan kinerja perbankan dari tahun ke tahun terus meningkat hingga tahun 2014 ini.

Landasan hukum perbankan syariah dikeluarkan oleh pemerintah pusat dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Kemudian oleh Bank Indonesia mengatur lebih jauh tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dengan Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 11/23/PBI/2009 tentang Bank

Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Dua regulasi itu menjadi pijakan bagi bank syariah untuk berkiprah dalam membantu denyut nadi perekonomian Indonesia. Dalam memasarkan Bank Syariah di Provinsi Aceh, banyak ditemukan tantangan, disamping rendahnya pemahaman masyarakat tentang bank syariah, pihak Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga belum maksimal memberikan edukasi kepada masyarakat Aceh. Selama ini, katanya, masyarakat menganggap, bahwa sistem perbankan syariah sama saja dengan sistem perbankan konvensional. Padahal, sistem operasional antara dua jenis perbankan itu sangat berbeda. Perbankan Syariah menganut sistem bagi hasil antara pemilik dana (bank) dengan peminjam dana (nasabah), sedangkan pada perbankan konvensional, sistem bagi hasil ini tidak dikenal. "Ia meminta masyarakat Aceh untuk tidak segan-segan memindahkan tabungan dan produk-produk perbankan lainnya ke bank syariah, sehingga lebih halal dan syar'ie," Tantangan lain, katanya, Sumberdaya Manusia (SDM) Insani di perbankan syariah yang perlu di-ugrade, sehingga mampu memberikan pelayanan dan edukasi kepada masyarakat tentang seluk-beluk perbankan syariah, sehingga masyarakat mau menggunakan bank syariah untuk aktivitas bisnis dan transaksi keuangan lainnya.

Produk perbankan syariah, katanya, sangat ditentukan pada Akad (perjanjian) antara bank dengan nasabah. Dan dari akad tersebut, bisa diketahui sebuah produk perbankan yang menganut sistem syariah atau tidak syariah. Selama enam tahun berkiprah di Aceh, katanya, perkembangan kinerja perbankan syariah menunjukkan peningkatan yang cukup bagus. Hingga Juli 2014, dari 15 unit BPR yang beroperasi di Aceh, sebanyak lima bank BPR sudah menganut sistem syariah. Disamping itu, perkembangan aset perbankan syariah juga cukup tinggi. "Saya berharap Pemerintah Aceh mendukung penuh, keberadaan bank-bank syariah di Aceh," pinta Sugito yang juga Direktur Utama BPRS Hikmah Wakilah ini. Namun demikian, walaupun perkembangan perbankan syariah cukup menggembirakan tetapi belum bisa menandingi yang diperoleh bank konvensional Ahmad et al. (2011) menyimpulkan bahwa walaupun konsep dasar dari perbankan syariah berbeda dengan perbankan konvensional, instansi perbankan syariah menghadapi persaingan yang cukup intens dengan perbankan konvensional.

Fakta empiris menunjukkan bahwa bank konvensional maupun bank syariah melakukan peningkatan kualitas jasa layanan baik yang terkait dengan jaminan resiko nasabah, maupun kemudahan pelayanan dan fitur-fitur untuk menciptakan kenyamanan nasabah. Kenyamanan adalah hal utama yang menghantarkan kepuasan pelanggan selain seleksi *brand* (Ndubisi & Guriting, 2006). Faktor-faktor seperti area parkir, lokasi cabang yang *eye-catching*, jam buka, ATM dan lokasi merupakan skala utama yang harus ditonjolkan (Balanchander et al., 2000). Saat ini terdapat 419 kantor perbankan konvensional dan syariah di Aceh yang terdiri atas kantor wilayah, kantor pembantu, kantor cabang, kantor cabang pembantu, dan unit," katanya kepada Bisnis Aceh hari ini, Selasa. Ia menerangkan, dari jumlah tersebut, jumlah kantor perbankan di Banda Aceh masih lebih banyak dibandingkan dengan yang lain, yakni ada 1 kantor wilayah, 3 kantor pembantu, 25 kantor cabang, 25 kantor cabang pembantu, dan 17 unit kantor.

Sementara itu lanjutnya, jumlah Loan to deposit ratio (LDR), atau kredit yang disalurkan perbankan dalam kurun waktu lima tahun terakhir terus meningkat. "Periode 2007-2012 LDR perbankan di Aceh mengalami peningkatan yang signifikan," tuturnya Disebutkannya, jika pada tahun 2007 total LDR yang disalurkan perbankan di Aceh 35,9 persen, maka di tahun 2012 nilainya sudah 94,5 persen. "Nah itu artinya di tahun 2012 sisa dana di perbankan di Aceh hanya 5,5 persen, karena semuanya sudah dikembalikan ke masyarakat dalam bentuk kredit," tandasnya. (bisnis aceh 5 maret 2013). Berdasarkan pada perkembangan perbankan syariah yang cukup menggembirakan namun belum dapat

bersaing menandingi perbankan konvensional sebagaimana telah diteliti peneliti terdahulu (Al-Ajmi et al., 2009; Machmud & Rukmana, 2010, Ahmad et al., 2011), Penelitian ini akan menganalisis secara komprehensif terhadap nasabah perbankan syariah tentang kriteria pemilihan perbankan syariah berdasarkan pada motif religius dan kualitas pelayanan nasabah.

Sejalan dengan pelaksanaan Syariat Islam di Aceh, berbagai upaya dan langkah terus ditempuh oleh pihak yang mempunyai tanggung jawab untuk menjalankan Syariat Islam secara *kaffah* dalam segala aspek kehidupan termasuk aspek perbankan syariah. Seiring dengan itu rehabilitasi dan rekonstruksi di NAD dan Nias pasca gempa bumi dan tsunami perlu dilakukan berbagai kegiatan yang dapat mendukung pelaksanaan Syariat Islam dan kebijakan-kebijakan untuk masa yang akan datang khususnya dalam aspek perbankan syariah, oleh sebab itu perbankan syariah perlu mengembangkan jaringan perbankannya dengan berbagai upaya baik melalui peningkatan pemahaman masyarakat mengenai produk, mekanisme, sistem dan seluk beluk perbankan syariah, perkembangan jaringan perbankan syariah akan tergantung pada besarnya *demand* masyarakat terhadap system perbankan ini.

Oleh karena itu, agar kegiatan sosialisasi dalam rangka pelaksanaan syariat Islam di Aceh dan pemahaman masyarakat terhadap Syariat Islam dalam sector perbankan syariah dapat ditumbuhkembangkan dalam masyarakat berjalan lebih efektif diperlukan informasi yang lengkap dari Bank Indonesia serta pihak pemangku kebijakan serta penyusunan qanun dan peraturan daerah. Pada kasus perbankan syariah maupun bank konvensional dimana inti bisnisnya adalah dibangun dari azas kepercayaan dan kepuasan. Kepercayaan dan kepuasan merupakan unsure *krusial*, mengingat kepercayaan dan pelayanan melibatkan rasa yang memiliki kepekaan dan kedinamikaan yang tinggi.

maka perumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah Motif religius dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah.
2. Apakah pengaruh motif religius terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah.
3. Apakah pengaruh Kualitas layanan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah.

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dipaparkan maka penulis merumuskan tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui apakah Motif religius dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah.
2. Untuk mengetahui apakah pengaruh motif religius terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh Kualitas layanan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah.

2. Telaah Literatur dan Pengembangan Hipotesis

Karakteristik Bank Syariah

Karakteristik bank syariah bukan hanya bank bebas bunga, tetapi juga memiliki orientasi pencapaian kesejahteraan secara fundamental ada beberapa karakteristik perbankan syariah: (Andry Soemita: 2009:67), 1).Penghapusan riba, 2).pelayanan kepentingan public dan merealisasikan sosio-ekonomi islam. 3). Bank syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari bank komersil dan bank investasi, 4) bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan

yang berorientasi pada penyertaan modal. 5) bagi hasil cenderung mempererat hubungan antara bank syariah dan nasabah, 6). Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi kesulitan likuidasinya dengan memanfaatkan instrumen bank pasar uang antar bank syariah dan instrumen syariah berbasis syariah.

Tujuan bank Syariah

Menurut Gus Irawan, yakni direktur utama PT.Bank Sumut tujuan bank syariah sama seperti bank konvensional, yaitu untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan/bisnis yang dilakukan, namun bank syariah menghindari riba dan berlandaskan syariah dari setiap aktivitas produknya. (Dita, 2012: 63). Pada dasarnya produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu produk penyaluran dana (*financing*), produk penghimpunan dana (*funding*), produk jasa (*Services*).

Minat Masyarakat

Minat masyarakat dapat diartikan sebagai lam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa . atau tindakan yang langsung terlibat dengan rasa senang, atau tidak senang dalam menghadapi suatu objek (Mohammad Surya,2003:100). Sedangkan menurut Djali (2008:121) bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. Minat masyarakat merupakan ilmu pemasaran yang terpisah yang membahas khusus tentang bagaimana konsumen mengkonsumsi suatu produk atau jasa dengan memasukkan ide-ide, pengalaman dan tindakan yang beragam untuk dapat memuaskan kebutuhan mereka.

Untuk bisa menarik minat masyarakat , maka setiap perusahaan harus mengetahui apa keinginan dan kebutuhan terhadap produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan yang ditawarkan. Bank syariah sebagai lembaga keuangan perlu mengkonsumsi setiap produk yang ditawarkan . hal ini dilakukan agar masyarakat luas mengetahui serta memahami fasilitas dan jenis-jenis produk perbankan syariah, sehingga menarik minat masyarakat untuk membeli manfaat dari produk dan jasa bank. Produk dan jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dalam penelitian ini minat masyarakat dikaitkan dengan motif religious dan kualitas pelayanan perbankan syariah. Motif religious adalah persepsi nasabah dalam hal operasional bank, produk bank dengan prinsip syariah (Ali mursyid, 2014:53). Kualitas Pelayanan merupakan persepsi masyarakat dalam pelayanan yang bersifat nyata, seperti kehandalan, jaminan nasabah, daya tanggap dan kepedulian (Ali mursyid, 2014:54).

Keputusan memilih produk perbankan syariah

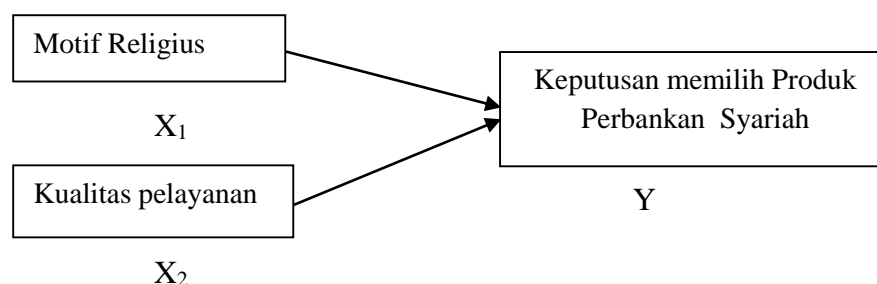
Keputusan memilih produk perbankan syariah merupakan proses seleksi yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih salah satu diantaranya yang kuat hubungannya dengan karakter personal dan pengambilan keputusan (Andy, 2014:3). Pemilihan masyarakat terhadap bank syariah disebabkan adanya keistimewaan –keistimewaan yang membedakan dengan bank konvensional yaitu: 1). Adanya persamaan ikatan emosional yang kuat antara pemegang saham, pengelola bank, dan nasabahnya, 2). Diterapkannya system bagi hasil sebagai pengganti bunga akan menimbulkan akibat-akibat yang positif yang bersifat sosial, 3). Terdapat fasilitas kredit kebaikan, 4). Melekatnya konsep dengan berorientasi kebersamaan mendorong investasi, memerangi kemiskinan, 5). Tidak adanya beban biaya diluar kemampuan nasabah, 6) alternative system ekonomi yang berkeadilan.

Hubungan antara minat masyarakat aceh dengan Keputusan memilih produk perbankan syariah.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa masih kurangnya minat masyarakat aceh untuk menggunakan produk perbankan, padahal masyarakat aceh pada umumnya telah menjalani kehidupan syariah islam secara khaffah . ini merupakan tantangan besar bagi perbankan syariah untuk mensosialisasi kan produk perbankan syariah kepada masyarakat. Penelitian (Al-Ajmiet al. 2009; Nuryatno, 2012) menyimpulkan bahwa kepuasan terhadap kewajiban religious adalah faktor yang signifikan dalam menyeleksi perbankan, alasan lain yang dianalisis mencakup dampak utama dari keputusan nasabah yaitu kualitas pelayanan nasabah adalah faktor yang paling penting, diikuti dengan keramahan dari staf bank, pengetahuan dan kompetensi staf serta tanggungjawab sosial dan kenyamanan juga cukup penting. Penelitian Machmud dan Rukmana (2010) tentang peran pemerintah baik melalui kebijakan Bank Indonesia, adanya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk mendorong pertumbuhan perbankan syariah ternyata juga masih menemui kendala. Fatwa haram MUI tentang riba nampaknya tidak berfungsi cukup efektif yang langsung dapat mengubah perilaku umat terhadap bank syariah.

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dipaparkan maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Motif religious dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah.
2. Motif religius berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah.
3. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah.



3. Metode Penelitian

Desain penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen minat masyarakat terhadap variabel dependen keputusan memilih produk perbankan syariah melalui pengujian hipotesis. Desain penelitian merupakan rencana dan struktur penelitian yang dibuat sedemikian rupa agar diperoleh jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian. Rencana penelitian merupakan program menyeluruh dari peneliti meliputi hal-hal yang akan dilakukan penelitian mulai dari membuat hipotesis dan implikasinya secara operasional sampai kepada analisis data, sedangkan struktur penelitian adalah rencana kerja yang akan dilakukan dalam penelitian (Sekaran 2006:162).

Desain penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian, tujuan studi ini adalah untuk menguji hipotesis (*hypotheses testing*) yang dikembangkan berdasarkan teori-teori dan penelitian terdahulu.

2. Jenis Penelitian, penelitian ini bersifat kausalitas, yaitu tipe penelitian yang menyatakan adanya hubungan sebab akibat antara variable independen yaitu minat masyarakat terhadap variabel dependen yaitu keputusan memilih produk perbankan.
3. Tingkat Intervensi Peneliti, peneliti tidak memiliki kemampuan dalam mengintervensi, baik merupakan mengendalikan maupun memanipulasi variabel, karena variabel tersebut sudah ada.
4. Situasi Penelitian (*Study Setting*), mengingat tujuan penelitian adalah untuk menguji pengaruh minat masyarakat, terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah maka diperlukan data dari lingkungan yang sebenarnya yaitu studi lapangan pada lembaga keuangan syariah.
5. Unit Analisis penelitian ini adalah masyarakat di Kota Banda Aceh.
6. Horizon Waktu, penelitian ini bersifat cross sectional studies yaitu data dikumpulkan sekaligus atau satu tahap (Sekaran, 2006:177).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis statistik. Pengolahan data dengan analisis kuantitatif melalui beberapa tahap. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan (nasabah bank syariah di wilayah kota Banda Aceh) berupa data mentah dengan skala Likert untuk mengetahui respon dari responden yang ada mengenai pengaruh kenyamanan, keamanan, dan ketersediaan fitur terhadap minat untuk menggunakan. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data sekunder, yaitu data yang berasal dari hasil penelitian sebelumnya, dan literatur-literatur lainnya.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua nasabah aktif bank syariah yang berada di wilayah kota Banda Aceh. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. sehingga menggunakan rumus Slovin (Slovin.2010: 35) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + n(e)^2}$$

keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase kelonggaran

Ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat diinginkan yaitu 10%.

$$\text{Maka } n = \frac{110.920}{1 + 110.920 (0, 1)^2} = 99, 9 \text{ digenapkan menjadi } 100$$

Nilai e ditetapkan sebesar 10% dan N sebanyak 110.920 nasabah, sehingga didapat jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa *field research* yaitu data yang diperoleh dengan menggunakan survei kuesioner dalam bentuk pernyataan-pernyataan secara terstruktur dimana setiap responden dibatasi dalam memberikan jawaban pada alternatif jawaban tertentu saja. Kuesioner diberikan langsung kepada seluruh nasabah dan karyawan lembaga keuangan syariah yang ada di kota Banda Aceh sebanyak

100 responden. Sekaran (2006:82) mendefinisikan kuesioner sebagai daftar pernyataan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, pernyataan-pernyataan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala Likert. Jawaban dari responden diberi skor dengan menggunakan 5 poin jawaban atas pernyataan-pernyataan dengan skala likert. Untuk pernyataan positif diberikan nilai 1 sampai dengan 5, sedangkan pernyataan negatif diberikan nilai dari 5 sampai dengan 1.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *purposive sampling*, yakni pengambilan sampel terbatas pada pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, karena mereka adalah satu-satunya yang memilikinya, atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan peneliti. (Sekaran, 2006:20) Responden yang dipilih oleh penulis dalam penelitian ini adalah nasabah bank syariah yang berdomisili di Banda Aceh.

Tabel 1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Motif Religius (X ₁)	Persepsi nasabah dalam hal operasional, produk dan manajemen bank menerapkan prinsip Syariah. (Sumber: Ali Mursyid &entot, 2014)	1.Operasional bank 2.Produk yang islami 3. Manajemen bank yang bermoral islami (Sumber: Ali Mursyid &entot, 2014)	Interval (1-5)
Kualitas layanan (X ₂)	Persepsi nasabah dalam menerima pelayanan yang berkualitas dari bank syariah (Sumber: Ali Mursyid &entot, 2014)	1.Fisik 2. Kehandalan 3. Kepedulian (Sumber: Ali Mursyid &entot, 2014)	Interval (1-5)
Keputusan memilih Produk Perbankan Syariah (Y)	Produk yang ditawarkan kepada masyarakat yang bersifat islami (Sumber: Ali Mursyid &entot, 2014)	1.Produk yang halal 2.Akad (perjanjian) 3.jaminan (Sumber: Ali Mursyid &entot, 2014)	Interval (1-5)

Penelitian ini menggunakan teknik regresi. Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/ stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilitas. Variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y: keputusan memilih produk perbankan Syariah

X₁: Motif religius

X₂: kualitas layanan

b: Koefisien Regresi

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Kuesioner yang disiapkan dan diedarkan untuk pengumpulan data sebanyak 100 eksamplar. Alur pengisian kuesioner dimulai dengan memberikan kuesioner kepada nasabah. Setiap Pelanggan mengisi bagian pernyataan yang berkaitan dengan Minat masyarakat dan Keputusan memilih produk perbankan syariah. Setelah kedua bagian tersebut diisi oleh pelanggan, kemudian pelanggan tersebut memberikan kuesioner kepada peneliti. Dalam hal ini peneliti memberikan penilaian terhadap bagian pernyataan yang berkaitan dengan Minat masyarakat dan Keputusan memilih produk perbankan syariah tersebut.

Pengedaran kuesioner tidak hanya dilakukan oleh peneliti, akan tetapi melalui bantuan salah seorang karyawan perusahaan tersebut. Hal ini dimaksudkan agar pengedaran kuesioner tidak mengganggu pekerjaan nasabah. Pengedaran kuesioner berlangsung selama dua minggu. Artinya peneliti mengambil kuesioner setelah dua minggu kemudian. Selanjutnya pada saat pengkodean data sebanyak 100 eksamplar dinyatakan lengkap diisi. Akhirnya kuesioner yang diolah dan dianalisis dalam penelitian ini 100 eksamplar, sehingga jumlah responden yang sebanyak 100 orang.

Bagian pertama kuesioner berisi informasi mengenai karakteristik responden. Karakteristik yang dimaksudkan meliputi jenis kelamin, usia, status perkawinan, latar belakang tingkat pendidikan terakhir dan Produk perbankan yang digunakan saat ini. Ditinjau dari segi jenis kelamin, hasil pengolahan data menunjukkan, sebagian besar responden adalah laki-laki yaitu sebanyak 85 orang atau sebesar 85 persen. Dengan demikian perempuan hanya 15 orang atau sebesar 15 persen dari jumlah keseluruhan responden. Untuk lebih jelasnya mengenai karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel berikut

Tabel
Karakteristik Pelanggan

No	Uraian	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	85	85
	Perempuan	15	15
2	Status Perkawinan		
	Menikah	65	65
	Belum Menikah	35	35
3	Usia		
	≤ 25 tahun	44	44
	25-30 tahun	25	25
	31-35 tahun	16	16
	> 35 tahun	15	15
4	Pendidikan Terakhir		
	SLTP	32	32
	SMU	3	3
	Diploma	12	12
	Sarjana (S1)	40	40
	Pascasarjana (S2)	13	13
5	Produk yang digunakan		
	-Produk syariah	73	73
	-Produk Konvensional	27	27

Sesuai dengan tingkatan usia, sebagian besar pelanggan perusahaan tersebut sudah berkeluarga atau dengan status menikah yaitu sebanyak 65 orang atau sebesar 65 persen dari jumlah responden. Sisanya 35 orang lagi belum berkeluarga atau dengan status belum menikah. Sebaliknya tidak satu pun diantara mereka dengan status janda atau pun duda. Responden dalam tingkatan usia. Pelanggan dengan usia relatif muda di bawah 25 tahun sebanyak 44 orang atau sebesar 44 persen dari jumlah keseluruhan responden. Sebanyak 25 orang dengan usia berkisar antara 26- 30 tahun, 16 orang dengan usia berkisar antara 31-35 tahun, dan sisanya 15 orang lagi dengan usia relatif tua di atas 35 tahun.

Responden memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda. Responden dengan tingkat pendidikan terendah SLTP, sebanyak 32 orang atau sebesar 32 persen dari jumlah keseluruhan responden. Sebanyak 3 orang dengan tingkat pendidikan SMU. Sebanyak 12 orang dengan tingkat pendidikan Diploma, 40 orang lulusan Sarjana (S1) dan hanya 13 orang dengan latar belakang pendidikan Pascasarjana (S2). Sebaliknya tidak satu pun di antara responden tersebut dengan latar belakang pendidikan SD (Sekolah Dasar). Produk yang digunakan saat ini yaitu responden dengan menggunakan produk perbankan syariah sebanyak 73 atau sebesar 73 persen dari jumlah keseluruhan responden. Sebanyak 27 orang dengan produk perbankan konvensional yang digunakan saat ini. Berdasarkan penjelasan dan Tabel tersebut, jelaslah bahwa sebagian besar responden yang berdomisili di Kota Banda Aceh adalah laki-laki, sebagian besar mereka sudah berkeluarga atau dengan status menikah. Umumnya pelanggan perusahaan tersebut memiliki latar belakang pendidikan perguruan tinggi (Diploma, Sarjana dan Pascasarjana), dan dengan menggunakan produk perbankan syariah sebanyak 73 responden.

Pengaruh Minat masyarakat terhadap Keputusan menggunakan produk Perbankan Syariah.

Penelitian ini menggunakan regresi linier untuk mencari hubungan atau pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel yang digunakan adalah Motif Religius (M) dan Kualitas layanan (K) sedangkan keputusan memilih Produk Perbankan (P). Adapun hasil uji regresi dapat dilihat pada Tabel 2.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.344	.424		.812	.419
	X1	.727	.099	.598	7.359	.000
	X2	.118	.069	.139	1.710	.090

a. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.362	2	5.181	37.058	.000 ^b
	Residual	13.561	97	.140		
	Total	23.923	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.658 ^a	.433	.421	.37391

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan bagian output SPSS di atas maka persamaan regresi yang memperlihatkan minat masyarakat sebagai fungsi dari keputusan memilih produk perbankan syariah dapat diformulasikan dalam persamaan berikut.

$$Y = 0,344 + 0,727X_1 + 0,118X_2 + \varepsilon$$

Persamaan di atas memperlihatkan nilai konstanta sebesar 0,3444. Secara statistik dapat diartikan bahwa apabila variabel X (Motif religious dan kualitas layanan) bernilai 0 (nol), maka variabel nilai Y (Keputusan memilih produk perbankan syariah) akan bernilai 0,344. Angka ini mendekati 1 (skor pilihan jawaban sangat tidak setuju) pada satuan skala Likert yang bermakna bahwa motif religious dan kualitas layanan termasuk katagori sangat rendah. Dengan demikian nilai konstanta tersebut dapat diinterpretasikan bahwa apabila nilai variabel Keputusan memilih produk perbankan syariah mendekati 0,00 yang bermakna nasabah dengan Keputusan memilih produk perbankan syariah yang sangat rendah terhadap perusahaan, maka Motif religious dan kualitas layanan juga sangat rendah.

Persamaan di atas memperlihatkan nilai koefisien regresi untuk variabel Motif religious dan kualitas layanan (X) sebesar 0,727 dan 0,118. Hal ini dapat diartikan setiap kenaikan skor variabel Motif religious dan kualitas layanan sebesar 1,00 pada satuan skala likert akan dapat meningkatkan skor keputusan memilih produk perbankan syariah sebesar 72,7% dan 11,8%. Dengan kata lain setiap peningkatan skor variabel Motif religious dan kualitas layanan sebesar 1% akan dapat meningkatkan skor keputusan memilih produk perbankan syariah sebesar 72,7% dan 11,8%. Hal ini mengisyaratkan bahwa Motif religious dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah. Sehingga jelaslah bahwa semakin baik Motif religious dan kualitas layanan akan semakin tinggi pula keputusan memilih produk perbankan syariah tersebut. Sebaliknya apabila Motif religious dan kualitas layanan memiliki kepuasan yang rendah, maka keputusan memilih produk perbankan syariah juga akan rendah. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah bank syariah di kota Banda Aceh dalam memutuskan untuk memilih bank syariah adalah berdasarkan motif religius sebagai bahan pertimbangan yang paling diutamakan, dibandingkan dengan pertimbangan kualitas layanan.

Berdasarkan persamaan regresi, dari kedua variabel independen penelitian tersebut, variabel Motif Religius (M) yang memberikan kontribusi pengaruh paling tinggi sebagai bahan pertimbangan untuk memutuskan menjadi nasabah bank syariah. Hal ini bisa dilihat dari nilai koefisien variabel independen sebesar 0.727 dibanding dua variabel kualitas layanan yang mempunyai nilai koefisien sebesar 0.118. Hubungan antara keputusan memilih produk perbankan syariah dengan Motif religious dan kualitas layanan tergolong sangat erat. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi (R) bernilai positif sebesar 0,658 (berada pada interval 0,80-1,00; tolok ukur keeratan hubungan menurut Sugiyono, 2008). Selanjutnya besarnya pengaruh kedua variabel independen tersebut terhadap kinerja karyawan dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2). Bagian output SPSS yang memperlihatkan nilai koefisien korelasi (R) dan nilai koefisien determinasi (R^2).

Uji F (Uji Secara Simultan)

Uji koefisien determinasi atau uji R^2 digunakan untuk menunjukkan seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada Penelitian ini, nilai R^2 yang digunakan adalah nilai *Adjusted R square*. Berdasarkan hasil uji regresi (lihat tabel 2) diperoleh nilai *Adjusted R²* adalah sebesar 0.433. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu variabel motif religious dan kualitas layanan memberikan kontribusi pengaruh terhadap variabel keputusan memilih produk bank syariah adalah sebesar 43,3%. Sedangkan kontribusi pengaruh sisanya sebesar 56.7% (100%-43,3%)

dipengaruhi oleh variabel atau faktor lainnya diluar model penelitian ini. Nilai *Adjusted R Square* pada penelitian ini masih agak rendah dalam mewakili observasi (di bawah 50%). Uji F pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen pada model penelitian ini memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pada uji F ini, dapat digunakan nilai Sign pada uji F untuk menentukan apakah semua variabel independen (M, K) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (P). Berdasarkan tabel 2 nilai Sign F adalah sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikan 0.05, maka model regresi pada penelitian ini dapat dikatakan baik dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel keputusan memilih produk perbankan syariah. Dengan kata lain variabel motif religious, kualitas layanan dapat memberikan pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel keputusan memilih produk bank syariah.

Uji Hipotesis

Uji ini menggunakan uji t untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji t dapat digunakan untuk uji hipotesis, yaitu apakah hipotesis yang diajukan pada penelitian ini ditolak atau diterima. Berdasarkan hasil regresi pada tabel 2, berikut ini adalah pembahasan hasil uji hipotesis:

Uji Hipotesis 1

Berdasarkan hasil regresi pada Tabel 2 diketahui bahwa, motif religious mempunyai nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai batas kritis sebesar 0.05, selain itu nilai beta dan nilai t bernilai positif, yaitu 0.727. Dengan demikian H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, artinya terdapat pengaruh positif antara variabel motif religious terhadap variabel keputusan untuk memilih produk bank syariah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Ali Mursyid dan Entot (2014) yang berjudul *Faktor Determinan Nasabah dalam Pemilihan Bank Syariah*. Penelitian ini menyelidiki beberapa faktor yang berpengaruh terhadap nasabah dalam memilih bank syariah. Penelitian ini mengusulkan tiga variabel teknologi, motif religious dan kualitas jasa yang menghubungkan persepsi pelanggan.

Uji Hipotesis 2

Berdasarkan hasil regresi pada Tabel 2 diketahui bahwa, kualitas layanan mempunyai nilai signifikan sebesar 0.090 lebih besar dari nilai batas kritis sebesar 0.05, selain itu nilai beta dan nilai t bernilai positif, yaitu 0,118. Dengan demikian H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, artinya terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas layanan terhadap variabel keputusan untuk memilih produk bank syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian Al-Ajmi et al. (2009) yang menyatakan bahwa kepuasan terhadap kewajiban religi adalah faktor yang signifikan dalam menyeleksi perbankan, alasan lain yang dianalisis mencakup dampak utama dari keputusan nasabah yaitu kualitas pelayanan nasabah adalah faktor yang paling penting, diikuti dengan keramahan dari staf bank, pengetahuan dan kompetensi staf serta tanggungjawab sosial dan kenyamanan juga cukup penting.

5. Kesimpulan, Implikasi dan Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa Motif religius berpengaruh secara positif terhadap variabel pertimbangan nasabah dalam memutuskan memilih produk bank syariah. Semakin baik dalam implemementasi syariah maka nasabah akan semakin mempertimbangkan untuk memilih produk bank syariah. Sedangkan dengan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap variabel

pertimbangan nasabah dalam memutuskan memilih bank syariah. Semakin baik kualitas layanan yang ditawarkan, maka nasabah cenderung untuk lebih memilih produk bank syariah. Selain itu,

Saran-saran yang dapat diberikan berkaitan dengan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini yaitu penelitian ini menghasilkan nilai koefisien determinasi di atas 50%, maka perlu mengembangkan dan menambah variabel lain selain variabel M, K menghasilkan model regresi yang lebih baik lagi dan responden sebagai bahan penelitian dapat dikembangkan untuk para Mahasiswa maupun Dosen.

Implikasi

Penelitian ini memberikan informasi bahwa di Aceh ada beberapa Bank Syariah yang telah beroperasi namun selama ini Bank Syariah tersebut masih sangat rendah aktifitas sosialisasi kepada masyarakat. Oleh karena itu ke depan diharapkan perlu dilakukan sosialisasi yang lebih gencar dan efektif baik melalui media elektronik maupun media cetak. Hal ini adalah dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap Bank Syariah.

Keterbatasan

1. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, Dimana penelitian terdahulu menambahkan variabel teknologi dan kepuasan pelanggan disamping variabel motif religius
2. Penelitian ini hanya menganalisis variabel-variabel motif religious dikarenakan daerah aceh merupakan daerah serambi mekkaha.
3. Rentang waktu penelitian ini sangat pendek atau sedikit.

Daftar Pustaka

- Ahmad, K., Dent, M. M & Rustam, G. A. 2011. Brand Preference in Islamic Banking. *Journal of Islamic Marketing*. 2 (1): 74-82.
- Al-Ajmi, J., Al-Saleh, N & Hussain, H. A. 2009. Clients of Conventional and Islamic Banks in Bahrain: How They Choose Which Bank to Patronize. *International Journal of Social Economics*. 36 (11): 1086-1112.
- Ali Mursyid & entot, 2014. Faktor Determinan Nasabah dalam Pemilihan Bank Syariah. *Jurnal Dinamika Manajemen* Vol. 5, No. 1, 2014, pp: 48-63.
- Andri, Soemitro, 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Cetakan kedua, Jakarta: Prenada Media
- Artikel Ekonomi Islam, 2014. di akses melalui www.google tanggal 27 juli 2015.
- Askari, H. Zamir, I. dan Mirakhor A. 2008. *New Issues in Islamic Finance and Economics: Progress and Challenges*, USA: John Willey and Sons.
- 2009. *New Issues in Islamic Finance and Economics: Progress and Challenges*. Singapore: John Wiley & Sons (Asia).
- Balachander, K. G., Santha, V., Norhazlin, I & Rajendra, P. 2000. Electronic Banking in Malaysia: A Note on Evolution of Services and Consumer Reactions. Available at: www.arraydev.com/commerce/jibc/000107.htm (27 Februari 2015).
- Bank Indonesia. 2012. *Outlook Perbankan Syariah di Indonesia*. Di akses melalui www.google tanggal 27 Juli 2015.
- Bisnis aceh 5 maret 2013. di akses melalui www.google tanggal 27 juli 2015.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harian Rakyat Aceh. di akses melalui www.google tanggal 27 juli 2015.

- Machmud, A & Rukmana. 2010. *Bank Syariah: Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*. Yogyakarta: Erlangga.
- Ndubisi, N. O & Guriting, P. 2006. Borneo online banking: evaluating customer perceptions and behavioural intention. *Management Research News*. (29): 6-15.
- Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 11/23/PBI/2009 tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).
- Republika, 7 Desember 2009. di akses melalui www.google tanggal 27 juli 2015.
- Republika, 12 April 2015. di akses melalui www.google tanggal 27 juli 2015.
- Sekaran, Uma . 2006. *Research Methods for Business: Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Salemba Empat.
- Serambi Indonesia 2 juli 2014. di akses melalui www.google tanggal 27 juli 2015.
- Slovin, Husein Umar. 2010. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Ketiga, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2007, *Statistik Untuk Penelitian*, CV Afabeta, Bandung.
- Suryani. 2012. Development of Islamic Banking and the Projection of Economic Growth in Aceh- Post Implementation of Islamic Law. *Conference Proceeding. 12th Annual International Conference on Islamic Studies (AICIS XII)*.
- Undang-undang No 7 tahun 1992 tentang undang-undang perbankan nasional.
-----Nomor 7 tahun 1998 tentang Perbankan Syariah.
----- Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
----- Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.