

APRESIASI MASYARAKAT MUSLIM TERHADAP ERBANKAN SYARIAH DI KABUPATEN NABIRE

Vivi Malasari¹, Imamudin Yuliadi², Hudiyanto³

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jl. Brawijaya (Lingkar Selatan), Tamantirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183

Email : vivimalasari3@gmail.com¹, imamudin2006@yahoo.co.id², hudiyanto2009@gmail.com³

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor label syariah, sosialisasi, produk, riba, lingkungan, dan faktor referensi terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah di Kabupaten Nabire. Subyek penelitian ini adalah masyarakat muslim di Distrik Nabire dan Distrik Nabire Barat. Penelitian ini menggunakan data primer dimana teknik pengumpulan data menggunakan metode angket kepada 397 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik Non Probability Sampling dan teknik Slovin dengan cara Purposive Sampling. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Variabel label syariah berpengaruh secara positif signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim sebesar 8,341, (2) Variabel Sosialisasi berpengaruh secara positif signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim sebesar 2.454, (3) Variabel produk berpengaruh secara positif signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim sebesar 6.367, (4) Variabel riba berpengaruh secara positif signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim sebesar 2,146, (5) Variabel lingkungan berpengaruh secara positif signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim sebesar 2,389, (6) Variabel Referensi tidak berpengaruh terhadap apresiasi masyarakat muslim dengan nilai -0,371. Variabel Label Syariah, Sosialisasi, Produk, Riba dan Lingkungan dan Referensi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah sebesar 55,8%, sedangkan sisanya sebesar 44,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : Apresiasi Masyarakat Muslim, Perbankan Syariah, dan Regresi Linier Berganda.

ABSTRACT

This study is aimed to know and analyze the impact of sharia labeling, socialization, product, usury, environment and reference factor of Muslims appreciation towards Islamic banking in Nabire. The subjects of this study are Muslims lived in Nabire and west Nabire district. This study used primary data by addressing the questionnaire to 397 respondents as a method in the data collection technique. The sampling technique used Non Probability sampling and Slovin technique used Purposive sampling. Multiple linear regression analysis used as the method by using SPSS 21. The result of this study showed that: (1) The variable of sharia labelling factor has significant positive impact on Muslims appreciation of 8,341, (2) The variable of socialization has significant positive impact on Muslims appreciation of 2,454, (3) The variable of product has significant positive impact on Muslims appreciation of 6,367, (4) The variable of usury has significant positive impact on Muslims appreciation of 2,146, (5) The variable of environment has significant positive impact on Muslims appreciation of 2,389, (6) The variable of reference has no significant positive impact

on Muslims appreciation by the value of -0,3971. The variable of sharia labeling, socialization, product, usury, environment, and reference simultaneously has the significant positive impact on Muslims appreciation toward Islamic banking of 55, 8%, while the remaining of 44, 2% were influenced by other factors outside of this study.

Keywords: Muslims appreciations, Islamic Banking, and Multiple Linear Regression.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bank dalam suatu negara diibaratkan sebagai darahnya perekonomian negara tersebut. Peran perbankan pada dasarnya sangat memengaruhi kegiatan ekonomi di suatu Negara. Perkembangan perbankan dapat menjadi ukuran dari tingkat kemajuan suatu Negara. Dimana ketika suatu negara mengalami kemajuan yang sangat besar maka besar pula pengaruh dari peranan perbankan dalam perekonomian negara tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa perbankan sangat dibutuhkan bukan hanya oleh masyarakat namun juga dibutuhkan oleh pemerintah (Kasmir dalam Fadillah (2016).

Lembaga keuangan merupakan lembaga yang mempertemukan antara pihak yang mempunyai kelebihan dana (*Surplus of funds*) dengan pihak yang mengalami kekurangan dana (*lack of funds*) (Yuliadi, 2001). Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga keuangan yang dalam operasionalnya menggunakan prinsip syariah dan terbebas dari riba. Berdirinya lembaga keuangan syariah bertujuan untuk menjalankan apa yang telah diperintahkan oleh Allah SWT dalam bidang ekonomi dan melayani masyarakat dengan menggunakan prinsip bagi hasil (Maghfiroh, 2018). Menurut Antonio (2001) Riba atau ziyadah merupakan tambahan yang sebelumnya telah ditentukan, berupa imbalan atas penangguhan waktu dalam pelunasan hutang maupun tidak. Menurut istilah, riba merupakan pengambilan tambahan dari utang pokok secara bathil.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini berdasarkan data dari statistik perbankan syariah dapat dilihat perkembangan bank syariah hingga pada bulan agustus 2018 jumlah kantor perbankan syariah sebanyak 2.637. Namun untuk provinsi Papua pertumbuhan perbankan syariah baik Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

dinilai sangat kurang bila di bandingkan dengan luas provinsi papua yaitu 216.553,07 KM² dengan jumlah penduduk 3.265,202 jiwa. Menurut data data dari statistik perbankan syariah Sebaran Jaringan Kantor Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di Provinsi Papua menunjukkan bahwa untuk Provinsi Papua hingga pada bulan agustus 2018 jumlah Kantor Pusat Operasional (KPO) sebanyak 2 unit kantor dan untuk Kantor Cabang Pembantu (KCP) sebanyak 5 unit kantor.

Berdasarkan kondisi yang telah diuraikan pada latar belakang di atas, maka peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian dan menganalisis mengenai apresiasi masyarakat muslim di Kabupaten Nabire terhadap perbankan syariah. Penelitian ini berjudul “**Apresiasi Masyarakat Muslim Terhadap Perbankan Syariah Di Kabupaten Nabire**”.

Landasan Teori

1. Perbankan Syariah

Menurut Undang-undang No. 21 tahun 2018, Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Akhmad Mujahidin (2016) menjelaskan bahwa perbankan syariah sesuai dengan visinya mewujudkan perbankan syariah yang kompetitif, efisien dan juga memenuhi prinsip kehati-hatian dalam mendukung kegiatan perbankan yang dilakukan melalui kegiatan pembiayaan syariah yang berbasis bagi hasil (*share-based financing*) dan transaksi dalam rangka keadilan, tolong menolong menuju kebaikan guna mencapai kemaslahatan masyarakat.

2. Apresiasi

Menurut Rondhi (2017) dalam penelitiannya, konsep apresiasi diartikan sebagai penghargaan atau proses yang dilakukan seseorang dalam rangka menemukan atau menentukan harga atau nilai dari sesuatu benda atau peristiwa. Nilai adalah suatu kualitas atau potensi yang

ada pada benda atau peristiwa yang dianggap berharga bagi penilai. Setiap benda atau peristiwa kecuali mempunyai nilai intrinsik juga mempunyai nilai ekstrinsik.

3. Label Syariah

Menurut Sakti dalam Agusman (2018) Pengertian label adalah bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan (kata-kata) tentang barang tersebut atau penjualnya. Label is the part of a product that carries information about the product or the seller (label adalah bagian sebuah produk yang memberikan informasi tentang produk atau penjualnya).

4. Sosialisasi

Menurut Wright dalam Bewiyanto (2014) adalah “Proses ketika individu mendapatkan kebudayaan kelompoknya dan menginternalisasikan sampai tingkat tertentu norma-norma sosialnya, sehingga membimbing orang tersebut untuk memperhitungkan harapan-harapan orang lain”. Menurut De Vito dalam Enjang (2009), mengemukakan bahwa suatu proses sosialisasi di dalamnya terjadi apa yang disebut dengan komunikasi dalam interaksi terjalin keterbukaan atau *openness*; empati atau *empathy*; dukungan atau *support*; rasa positif atau *positivnes*; dan kesamaan atau *equality*.

5. Produk

Menurut Kasmir dalam Riko (2015), produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sedangkan pengertian produk menurut Kotler dalam Riko (2015) adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

6. Riba

Riba secara harfiah bermakna *ziyadah* (tambahan), dalam arti lain, riba juga berarti *tumbuh* dan *membesar*. Secara teknis riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil (Yuliadi, 2001). Dalam fatwa Dewan Syariah Nasional No. 124/DSN-MUI/XI/2018 Riba adalah tambahan yang diberikan dalam pertukaran barang-barang ribawi (*al-amwal al-ribawiyah*) dan tambahan yang diberikan atas pokok utang secara mutlak.

7. Lingkungan

Menurut Peter dan Olson (2014) lingkungan merujuk kepada semua ciri khas fisik dan sosial dunia eksternal konsumen yang meliputi objek fisik (produk dan toko), hubungan spasial (lokasi toko dan produk di dalam toko), dan perilaku sosial orang lain (siapa saja yang ada di dekat konsumen dan apa kegiatan mereka). Lingkungan dapat memengaruhi respons afektif dan respons kognitif konsumen serta perilakunya.

8. Referensi

Informasi yang diperoleh akan memotivasi seseorang sehingga akan sangat penting dalam mempengaruhi tindakan seseorang, sebab motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan dan mendukung perilaku manusia. Motivasi semakin penting agar konsumen mendapatkan tujuan yang diinginkan secara optimum. Sehingga, motivasi dapat diartikan sebagai pemberi daya penggerak yang menciptakan kegairahan seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencapai kepuasan (Nugroho, 2003).

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan merupakan jenis penelitian kuantitatif non eksperimental yaitu menggunakan metode kuantitatif survei. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden yang telah ditentukan dengan menggunakan teknik pengambilan *purposive sampling*.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim di Kabupaten Nabire khususnya di Distrik Nabire dan Distrik Nabire Barat yang berusia antara 17 hingga 60 tahun dengan jumlah keseluruhan penduduk pada tahun 2018 adalah sebanyak 43.846 jiwa.

2. Metode Sampel Penelitian

Karena dalam pemilihan sampel mempunyai tujuan untuk memilih sampel yang mampu memberikan informasi mengenai apresiasi masyarakat muslim terhadap bank syariah di Kabupaten Nabire maka berdasarkan jumlah populasi penduduk muslim di distrik Nabire dan Nabire Barat yang memenuhi kriteria, maka diperoleh jumlah sampel yang akan digunakan sebagai responden oleh peneliti yang dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat signifikansi 95% adalah 397 responden dengan yaitu 199 responden pada Distrik Nabire dan 198 responden pada Distrik Nabire Barat yang sesuai dengan kriteria sampel. Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Masyarakat muslim Kabupaten Nabire yang pernah melakukan transaksi di bank.
- b. Telah bertransaksi selama 1 tahun atau lebih.
- c. Dari segi usia antara 17-60 tahun.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Distrik Nabire dan Distrik Nabire Barat Kabupaten Nabire. Penelitian ini dimulai pada tanggal 20 November 2018 hingga tanggal 20 Februari 2018.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009) Skala likert digunakan dalam penelitian ini sebagai alat ukur variabel, dimana skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial yang terjadi. Sehingga untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini yang mana menggunakan

instrumen penelitian berupa kuesioner, dengan menggunakan metode skala likert (*Likert's Summated Rating*).

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas Data

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya informasi yang di peroleh dari kuesioner yang disebar sehingga dapat di pastikan informasi yang diterima merupakan informasi yang akurat. Dengan mengkorelasikan angka yang diperoleh pada setiap pertanyaan dengan skor total dari masing – masing variabel. Metode korelasi yang digunakan adalah *Pearson Correlation*, ketika nilai *Pearson Correlation* $\geq 0,25$ maka pertanyaan dari variabel dikatakan valid (Basuki dan Prawoto, 2016).

Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Pearson Correlatiom	Sig.	Keterangan
Label Syariah	X1.1	0,843	0,000	Valid
	X1.2	0,872	0,000	Valid
	X1.3	0,861	0,000	Valid
	X1.4	0,896	0,000	Valid
	X1.5	0,872	0,000	Valid
Sosialisasi	X2.1	0,834	0,000	Valid
	X2.2	0,836	0,000	Valid
	X2.3	0,888	0,000	Valid
	X2.4	0,846	0,000	Valid
	X2.5	0,793	0,000	Valid
Produk	X3.1	0,806	0,000	Valid
	X3.2	0,859	0,000	Valid
	X3.3	0,821	0,000	Valid
	X3.4	0,851	0,000	Valid
	X3.5	0,827	0,000	Valid
Riba	X4.1	0,809	0,000	Valid
	X4.2	0,823	0,000	Valid
	X4.3	0,739	0,000	Valid
	X4.4	0,811	0,000	Valid
	X4.5	0,745	0,000	Valid

Lingkungan	X5.1	0,766	0,000	Valid
	X5.2	0,646	0,000	Valid
	X5.3	0,789	0,000	Valid
	X5.4	0,841	0,000	Valid
	X5.5	0,785	0,000	Valid
Referensi	X6.1	0,778	0,000	Valid
	X6.2	0,879	0,000	Valid
	X6.3	0,852	0,000	Valid
	X6.4	0,851	0,000	Valid
	X6.5	0,807	0,000	Valid
Apresiasi	Y.1	0,871	0,000	Valid
	Y.2	0,905	0,000	Valid
	Y.3	0,884	0,000	Valid
	Y.4	0,851	0,000	Valid
	Y.5	0,812	0,000	Valid

Sumber : Hasil olah data menggunakan SPSS 21

Berdasarkan hasil uji validitas yang ditunjukkan pada tabel 5.1 diatas maka diperoleh hasil nilai korelasi *Pearson Correlation* pada seluruh butir pertanyaan dalam tujuh variabel penelitian adalah lebih dari 0,25, sehingga seluruh butir pertanyaan dalam tujuh variabel pada kuesioner dapat dikatakan valid, sehingga dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memahami sejauh mana konsistensi suatu hasil pengukuran dari waktu ke waktu apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih dengan menggunakan alat ukur yang sama dan indikasi yang sama pula. Uji reabilitas digunakan dengan cara memasukkan angka korelasi kedalam rumus (*Cronbach Alpha*). Hasil Uji Reabilitas variabel dapat di lihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5.2 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Label Syariah (X1)	0,918	Reliabel
Sosialisasi (X2)	0,895	Reliabel
Produk (X3)	0,889	Reliabel
Riba (X4)	0,841	Reliabel
Lingkungan (X5)	0,824	Reliabel
Referensi (X6)	0,890	Reliabel
Apresiasi (Y)	0,915	Reliabel

Sumber : Hasil olah data menggunakan SPSS 21

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tujuh variabel label penelitian diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel adalah lebih dari 0,07, artinya instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data konsisten, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel label syariah, sosialisasi, produk, riba, lingkungan, referensi dan variabel apresiasi memiliki reliabilitas tinggi (Basuki dan Prawoto, 2016).

B. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan fungsi distributif kumulatif dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov test*. Model dapat dikatakan berdistribusi normal ketika $K_{hitung} < K_{tabel}$ atau nilai signifikansi $>$ nilai alpha (Suliyanto, 2011).

Tabel 5.3 Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	0,971
Asymp. Sig	0,302

Sumber : Hasil olah data primer menggunakan SPSS 21

Berdasarkan hasil pengujian normalitas diatas, nilai signifikansinya adalah 0,302 atau lebih besar dari 0,05. Sehingga dari hasil uji normalitas tersebut, dapat dikatakan bahwa penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastiditas

Tabel 5.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Label Syariah (X1)	0,081	Tidak Mengandung Penyakit Heteroskedastisitas
Sosialisasi (X2)	0,282	
Produk (X3)	0,094	
Riba (X4)	0,312	
Lingkungan (X5)	0,086	
Referensi (X6)	0,696	

Sumber : Hasil olah data primer menggunakan SPSS 21

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, nilai signifikansi variabel label syariah adalah sebesar 0,081, nilai signifikansi variabel sosialisasi sebesar 0,282, nilai signifikansi

variabel produk sebesar 0,094, nilai signifikansi variabel riba sebesar 0,312, nilai signifikansi variabel lingkungan sebesar 0,086 dan nilai signifikansi variabel referensi adalah sebesar 0,696. Berdasarkan nilai signifikansi hasil uji heteroskedastisitas tersebut, dapat dikatakan bahwa model tidak mengandung penyakit heteroskedastisitas karena semua nilai signifikansi dari variabel-variabel independen di atas lebih besar dari pada *alpha* (0,05).

c. Uji Multikolinearitas

Tabel 5.5 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Label Syariah (X1)	0,748	1,337	Bebas dari Penyakit Multikolinearitas
Sosialisasi (X2)	0,453	2,208	
Produk (X3)	0,437	2,286	
Riba (X4)	0,414	2,415	
Lingkungan (X5)	0,720	1,388	
Referensi (X6)	0,743	1,345	

Sumber : Hasil olah data primer menggunakan SPSS 21

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas di atas dapat dilihat bahwa variabel label syariah, sosialisasi, produk, riba, lingkungan dan referensi memiliki nilai *Tolerance* diatas 0,01 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel variabel label syariah, sosialisasi, produk, riba, lingkungan dan referensi bebas dari penyakit multikolinearitas.

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji Regresi Linier Berganda

a. Uji F (Simultan)

Tabel 5.6 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan

Model	Sum of Aquares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2425.201	6	404.200	84,394	0,000
Residual	1867.892	390	4.789		

Total	4293.093	396			
-------	----------	-----	--	--	--

Sumber : Hasil olah data primer menggunakan SPSS 21

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan, diperoleh hasil nilai signifikansi dari variabel bebas adalah 0,000 atau $< 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $(84,394 > 2,122)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen label syariah, sosialisasi, produk, riba, lingkungan dan referensi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen apresiasi masyarakat muslim.

b. Uji T (Parsial)

Uji T berfungsi untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Penilaian dapat dilakukan dengan melihat nilai t pada tabel *coefficients*, dengan menggunakan rumusan hipotesis yaitu ketika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (Basuki dan Prawoto, 2016)

Tabel 5.7 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.080	0.916		1.180	0.239
Label Syariah	0.299	0.036	0.322	8.341	0.000
Sosialisasi	0.134	0.055	0.122	2.454	0.015
Produk	0.329	0.052	0.322	6.367	0.000
Riba	0.123	0.057	0.111	2.146	0.032
Lingkungan	0.105	0.044	0.094	2.389	0.017
Referensi	-0.016	0.043	-0.014	-0.371	0.711

Sumber : Hasil olah data primer menggunakan SPSS 21

1) Variabel Label Syariah

Berdasarkan hasil uji-t, nilai signifikansi variabel label syariah adalah sebesar 0,000 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,299. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel label syariah berpengaruh secara signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah,

dan variabel label syariah mempengaruhi apresiasi masyarakat muslim sebesar 0,299, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, jika label syariah naik sebesar 1.000 satuan, maka apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah akan naik sebesar 299 satuan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semakin banyak perbankan yang menggunakan label syariah akan semakin meningkatkan apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah.

2) Variabel Sosialisasi

Berdasarkan hasil uji-t, nilai signifikansi variabel sosialisasi adalah sebesar 0,015 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,134. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi berpengaruh secara signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah, dan variabel sosialisasi mempengaruhi apresiasi masyarakat muslim sebesar 0,134, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, jika sosialisasi naik sebesar 1.000 satuan, maka apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah akan naik sebesar 134 satuan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semakin sering perbankan syariah melakukan sosialisasi kepada masyarakat akan semakin meningkatkan apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah.

3) Variabel Produk

Berdasarkan hasil uji-t, nilai signifikansi variabel produk adalah sebesar 0,000 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,329. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel produk berpengaruh secara signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah, dan variabel produk mempengaruhi apresiasi masyarakat muslim sebesar 0,329, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, jika produk naik sebesar 1.000 satuan, maka

apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah akan naik sebesar 329 satuan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa produk perbankan syariah apabila semakin menarik dan semakin memenuhi kebutuhan para nasabah perbankan syariah akan semakin meningkatkan apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah.

4) Variabel Riba

Berdasarkan hasil uji-t, nilai signifikansi variabel riba adalah sebesar 0,032 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,123. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel riba berpengaruh secara signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah, dan variabel riba mempengaruhi apresiasi masyarakat muslim sebesar 0,123, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, jika riba naik sebesar 1.000 satuan, maka apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah akan naik sebesar 123 satuan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengetahuan masyarakat mengenai riba dan bank syariah terbebas dari riba maka akan semakin meningkatkan apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah.

5) Variabel Lingkungan

Berdasarkan hasil uji-t, nilai signifikansi variabel lingkungan adalah sebesar 0,017 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,105. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah, dan variabel lingkungan mempengaruhi apresiasi masyarakat muslim sebesar 0,105, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, jika lingkungan naik sebesar 1.000 satuan, maka apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah akan naik sebesar 105 satuan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semakin

baik lingkungan yang positif terhadap perbankan syariah maka akan semakin meningkatkan apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah.

6) Variabel Referensi

Berdasarkan hasil uji-t, nilai signifikansi variabel referensi adalah sebesar 0,711 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah -0,016. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel referensi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah, sehingga H0 diterima dan H1 ditolak. Artinya, jika referensi naik sebesar 1.000 satuan, maka apresiasi masyarakat muslim tidak mengalami perubahan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa perbankan syariah harus meningkatkan penyebaran informasi mengenai perbankan syariah baik melalui media elektronik, media cetak, maupun media sosial sehingga akan semakin meningkatkan apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah.

Berdasarkan hasil uji-t diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel label syariah, sosialisasi, produk, riba, dan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah di Kabupaten Nabie, namun variabel referensi tidak berpengaruh signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah di Kabupaten Nabire.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5.8 Hasil Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,752	0,565	0,558	2.188

Sumber : Hasil olah data primer menggunakan SPSS 21

Berdasarkan hasil uji R-square atau koefisien determinasi di atas, diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,558, yang artinya variabel independen (label syariah, sosialisasi, produk, riba, lingkungan, referensi) dapat mempengaruhi

variabel dependen (apresiasi masyarakat muslim) sebesar 55,8 persen, sedangkan 44,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Analisis

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh faktor label syariah, sosialisasi, produk, riba, lingkungan dan referensi terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah. Pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Variabel Label Syariah

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor label syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah. Hal ini di tunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,299. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa label syariah berpengaruh secara positif signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah. Menurut Sukhmono (2011) Label syariah berkaitan dengan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau layanan, yang diyakini tidak saja dapat memenuhi kebutuhan mereka, tetapi dengan memberikan kepuasan yang lebih baik dan terjamin. Sehingga dengan adanya label syariah pada perbankan dapat menjamin akan kebutuhan masyarakat dan juga mengurangi atau bahkan dapat menghilangkan keraguan masyarakat mengenai perbankan yang mengandung unsur riba.

Menurut wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada responden yang bernama ibu sudyati pada tanggal 4 januari 2019, beliau mengatakan bahwa ketika ada perbankan yang menggunakan label syariah berarti telah menjamin bahwa bank tersebut bebas dari dosa riba, beliau juga mengatakan bahwa sama halnya dengan makanan yang berlabel halal, berarti tidak ada keraguan untuk mengkonsumsi barang tersebut. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Hesti Novitasari (2015) dimana variabel kesadaran merek, asosiasi merek, dan loyalitas merek berpengaruh positif terhadap

keputusan menggunakan jasa perbankan syariah. Penelitian lain yang dilakukan oleh Agusman (2018) memperoleh hasil bahwa label syariah secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung masyarakat.

2. Variabel Sosialisasi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,015 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,134. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa sosialisasi berpengaruh secara positif signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah. Menurut Soekato dalam (Siti,dkk, (2017), Sosialisasi diartikan sebagai sebuah proses seseorang mempelajari kebiasaan-kebiasaan yang meliputi cara-cara hidup, nilai-nilai, dan norma-norma social yang terdapat dalam masyarakat agar dapat diterima oleh masyarakatnya.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada bapak Riyadi pada tanggal 4 januari 2019, beliau mengatakan bahwa beliau ingin sekali membebaskan diri dari hutang bank dan koperasi yang mengandung riba, beliau mendengar mengenai perbankan syariah yang bebas dari unsur riba, namun beliau belum mengetahui secara jelas apa itu perbankan syariah dan produk-produk yang ditawarkan, maka beliau mengharapkan adanya sosialisasi kepada masyarakat agar lebih memahami perbankan syariah dan juga mengharapkan adanya perbankan syariah di Kabupaten Nabire.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Akip Sakula Bewiyanto (2014) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sosialisasi langsung dan sosialisasi tidak langsung memiliki pengaruh secara positif signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa lembaga keuangan syariah (Studi kasus Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul Yogyakarta). Penelitian lain yang juga sejalan dengan penelitian ini dilakukan oleh Pasca Rizki Dwi Ananda, Srikandi Kumadji dan Achmad Husain (2015),

dengan penelitian menunjukkan sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

3. Variabel Produk

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah. Hal ini di tunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,329. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa produk berpengaruh secara positif signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah.

Di dalam pasar banyak produk-produk yang di tawarkan oleh produsen kepada konsumen, sehingga konsumen akan membeli produk-produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam perbankan syariah produk yang di tawarkan seperti penghimpun dana, penyaluran dana dan jasa yang menggunakan prinsip bagi hasil dan bebas dari unsur riba, sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat muslim yang ingin menggunakan jasa perbankan sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan As sunnah.

Menurut Kasmir (2010) dalam Panca Riko (2015), produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sedangkan pengertian produk menurut Philip Kotler dalam Panca Riko (2015) adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Sejalan dengan penelitian ini, dalam penelitian yang di lakukan oleh Romario (2016) Memperoleh hasil dimana bahwasannya minat customer untuk menjadi nasabah perbankan syariah disebabkan oleh beberapa faktor, faktor tersebut adalah faktor harga (ekonomis) dan produk. Penelitian lain yang juga sejalan di lakukan oleh Panca Riko (2015) dimana hasil penelitian menunjukkan faktor produk mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Tanjungpandan sebesar 29.5%.

4. Variabel Riba

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor riba berpengaruh positif dan signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,032 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,123. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa riba berpengaruh signifikan secara positif terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah. Menurut Yuliadi (2001) Riba di artikan sebagai pengambilan tambahan dari harta pokok secara bathil, larangan riba juga terdapat di dalam Al-Qur'an dan As sunnah, sehingga masyarakat muslim di harapkan mampu menghindari riba yang terdapat di dalam perbankan konvensional.

Dalam wawancara yang peneliti lakukan kepada bapak baharuddin pada tanggal 23 januari 2019, beliau mengatakan masyarakat muslim masih banyak yang tidak mengetahui bahaya riba dalam perbankan konvensional, hal itu di tambah dengan belum adanya perbankan syariah di Kabupaten Nabire sehingga masyarakat muslim tidak memiliki pilihan lain. Sehingga beliau sangat mengharapkan adanya perbankan syariah di Kabupaten Nabire, sehingga masyarakat muslim memiliki pilihan dan dapat terhindar dari dosa riba.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imran dan Bambang Hendrawan (2017) dimana variabel Persepsi tentang bunga bank secara positif signifikan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Widiastini (2014) dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa riba tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada Bank Syariah dengan nilai koefisien negatif yaitu -0,064 dan probabilitas sebesar $0,616 > \alpha 5\%$.

5. Variabel Lingkungan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah.

Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,017 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,105. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa lingkungan berpengaruh secara positif signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah.

Menurut Peter dan Olson (2016) Lingkungan sosial mencakup semua interaksi sosial di antara dua orang atau lebih. Konsumen berinteraksi dengan orang lain secara langsung atau secara model. Lingkungan sosial makro merujuk kepada interaksi sosial tidak langsung dan interaksi model di antara kelompok-kelompok orang yang sangat besar. Lingkungan sosial mikro meliputi interaksi sosial tatap muka di antara kelompok-kelompok orang yang lebih kecil seperti keluarga dan kelompok acuan. Interaksi sosial langsung bisa berpengaruh kuat terhadap pengetahuan dan perasaan konsumen akan produk, toko, iklan, dan perilaku konsumsinya.

Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada responden yang bernama ibu Siti pada tanggal 19 Januari 2019, beliau mengatakan bahwa lingkungan tempat beliau tinggal merupakan lingkungan yang islami, dalam pengajian yang beliau ikuti juga sering membahas mengenai riba dalam bunga perbankan, dikarenakan beliau tidak memiliki pilihan, beliau hanya menggunakan perbankan untuk menerima gaji saja. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Yasir Yusuf (2016) dimana hasil penelitian menunjukkan variabel lingkungan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat etnis Tionghoa dalam memilih perbankan syariah.

6. Variabel Referensi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor referensi tidak berpengaruh secara positif signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,771 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah -0,016. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis yang

menyatakan bahwa referensi berpengaruh signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah.

Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada responden bernama ibu asiah pada tanggal 2 februari 2019, beliau mengatakan bahwa beliau belum pernah mendapatkan informasi mengenai perbankan syariah baik melalui media, media elektronik maupun sosial media, sehingga beliau kurang memahami mengenai perbankan syariah. Dari hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang di lakukan oleh Nur Laili Magfiroh (2018), dimana dalam penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa sebesar 6,747 referensi mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan dengan menggunakan variabel dependen apresiasi masyarakat muslim dan variabel independen yaitu label syariah, sosialisasi, produk, riba, lingkungan dan apresiasi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji-t (uji parsial) variabel label syariah memiliki nilai signifikansi 0,000 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,299, variabel sosialisasi memiliki nilai signifikansi 0,015 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,134, variabel produk memiliki nilai signifikansi 0,000 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,329, variabel riba memiliki nilai signifikansi 0,032 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,123, variabel lingkungan memiliki nilai signifikansi 0,017 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,105, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel label syariah, sosialisasi, produk, riba dan lingkungan berpengaruh secara positif signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima.
2. Berdasarkan hasil uji-t (uji parsial) variabel referensi memiliki nilai signifikansi 0,711 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah -0,016, sehingga dapat disimpulkan

bahwa variabel referensi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim sebesar , sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3. Berdasarkan hasil uji F (uji simultan) diperoleh hasil nilai signifikansi dari variabel bebas adalah 0,000 atau $< 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $(84,394 > 2,122)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen label syariah, sosialisasi, produk, riba, lingkungan dan referensi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah di Distrik Nabire dan Distrik Nabire Barat.
4. Berdasarkan hasil uji R-square atau koefisien determinasi di atas, diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,558, yang artinya variabel independen (label syariah, sosialisasi, produk, riba, lingkungan, referensi) dapat mempengaruhi variabel dependen (apresiasi masyarakat muslim) sebesar 55,8 persen, sedangkan 44,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran atau masukan yang kiranya dapat bermanfaat bagi pihak terkait. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Perbankan syariah
 - a. Informasi terkait perbankan syariah perlu ditingkatkan lagi. Berdasarkan hasil penelitian bahwasannya variabel referensi tidak berpengaruh secara positif signifikan, sehingga perbankan syariah di harapkan dapat lebih meningkatkan penyebaran informasi mengenai perbankan syariah baik melalui media elektronik, media cetak, maupun media sosial sehingga akan semakin meningkatkan apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah
 - b. Bank syariah di harapkan dapat memperluas jaringannya dengan menambah kantor di Provinsi Papua, Khususnya di Kabupaten Nabire.

2. Bagi penelitian selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat memengaruhi apresiasi masyarakat muslim. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti, misalnya melalui metode wawancara, atau mengambil sampel tidak hanya pada penduduk muslim namun juga kepada penduduk non muslim, sehingga informasi yang diperoleh akan lebih bervariasi dari pada angket yang jawabannya telah tersedia.
- b. Ternyata hasil menunjukkan masih ada 44,2 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang bukan menjadi sasaran dari penelitian ini. Oleh karena itu, bagi yang ingin meneliti masalah yang sama kiranya lebih menitik beratkan pada masalah yang merupakan aspek lain tersebut. Masalah atau aspek-aspek lain yang dapat mempengaruhi apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang perbankan islam khususnya faktor yang mempengaruhi apresiasi masyarakat muslim terhadap perbankan syariah.

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti semaksimal mungkin mengusahakan sebuah penelitian yang sempurna, namun ternyata masih banyak keterbatasan dalam penelitian ini,

meliputi:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada dua Distrik Di Kabupaten Nabire, yaitu Distrik Nabire dan Distrik Nabire Barat.
2. Peneliti hanya mengambil sampel pada nasabah yang beragama islam.
3. Didalam pengisian koesioner terdapat responden yang menjawab dengan tidak sungguh-sungguh sesuai dengan kondisi di lapangan. Sehingga informasi yang didapatkan tidak sesuai dengan kebutuhan peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan As-Sunnah

- Agusman, Rudi. 2018. "Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Sunggal". Skripsi–Universitas Sumatera Utara.
- Ananda, Pasca Rizki Dwi. Dkk. 2015. "Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak ; Studi Pada UMKM Yang Terdaftar Sebagai Wajib Pajak Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu". Jurnal Perpajakan, Vol. 6, No. 2.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah : Dari Teori ke Praktik*. Jakarta : Gema Insani.
- Badan Pusat Statistik Nabire, 2018, Kecamatan Nabire Dalam Angka, <https://nabirekab.bps.go.id> diakses tanggal 1 Oktober 2018 pukul 08.45 WIB.
- Badan Pusat Statistik Nabire, 2018, Kecamatan Nabire Dalam Angka, <https://nabirekab.bps.go.id> diakses tanggal 30 Oktober 2018 pukul 10.41 WIB.
- Badan Pusat Statistik Nabire, 2018, Kecamatan Nabire Barat Dalam Angka, <https://nabirekab.bps.go.id> diakses tanggal 8 Februari 2019 pukul 23.49 WIB.
- Basuki, Agus Tri dan Nano Prawoto. 2016. *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Bewiyanto, Akip Sakula. 2014. "Pengaruh Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah; Studi Kasus Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul Yogyakarta". Skripsi–Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Enjang. 2009. "*Komunikasi*." Bandung: Nuansa
- Fadillah, Muhammad Alfi. 2016. "Pengaruh Pelayanan, Promosi, Dan Profit-Loss Sharing Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Mandiri". Skripsi–Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional. Penerapan Prinsip Syariah dalam Pelaksanaan Layanan Jasa Penyimpanan dan Penyelesaian Transaksi Efek Serta Pengelolaan Infrastruktur Investasi Terpadu. 124/DSN-MUI/XI/2018. <https://dsnmu.or.id/category/fatwa/>, Diakses Minggu 23 Desember 2018 pukul 16.04 WIT.
- Imran dan Bambang Hendrawan. 2017. "Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah". Journal of Business Administration, Volume 1. Nomor 2.
- Lindrianti, Siti. Dkk. 2017. "Pengaruh Sosialisasi dan Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Minat Pembuatan Akta Kematian di Desa Purworejo." *Artikel Ilmiah*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Lampung.
- Novitasari, Hesti. 2015. "Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Proses Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah; Studi Kasus PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Bantul Yogyakarta". Skripsi–Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

- Maghfiroh, Nur Laili. 2018. “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung; Studi Kasus pada Nasabah BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo”. Skripsi–Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Mujahidin, Akhmad. 2016. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2016. “*Statistik Perbankan Syariah*”. Volume 15. Desember. Nomor 01.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2018. *Statistik Perbankan Syariah*.
- Paul, Peter J. dan Jerry C. Olson. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Edisi Sembilan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Riko, Panca. 2015. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah; Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tanjungpandan”. Skripsi–Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Rondhi, Moh. 2017 “Apresiasi Seni dalam Konteks Pendidikan Seni.” *Jurnal Imajinasi*, Volume 11. Nomor 1.
- Romario. 2016. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Customer Menjadi Nasabah Bank Syariah”. Skripsi–Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukhmono, Brilyan Rahmat. 2011. “Pengaruh Label Syariah Pada Lembaga Perbankan Terhadap Jumlah Nasabah BNI Syariah Cabang Jakarta Selatan.” Skripsi–Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan-Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. https://www.bi.go.id/id/perbankan/syariah/Documents/UU_21_08_Syariah.pdf. Diakses pada hari Senin 15 Oktober 2018. Pukul 10.20 WIB.
- Yuliadi, imamudin. 2001. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta : Lembaga Pengkajian dan Pengalaman Islam (LPPI).
- Yusuf, Muhammad Yasir dan Jalilah. 2016. “Persepsi Etnis Tionghoa Dalam Meningkatkan Minat Terhadap Perbankan Syariah Di Banda Aceh”. *Journal-Ekonomi Syariah*. Volume 4. Nomor 2. 195-210.