

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN SIKAP TERHADAP
PREFERENSI PRODUK-PRODUK PERBANKAN SYARIAH**

(Studi Kasus Karyawan IAIN Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk memenuhi salah satu syarat
Guna memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E)

Oleh:
IAIN PURWOKERTO
WANIMAH

NIM. 1617202041

**JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2020

THE INFLUENCE OF KNOWLEDGE AND ATTITUDES ON PRODUCT PREFERENCES OF ISLAMIC BANKING

(Case Study Of IAIN Purwokerto Employees)

By : Wani'mah

NIM. 161720204

Email : wanimah327@gmail.com

ABSTRACT

Sharia banks are financial institutions that carry out their business activities based on sharia principles. Preferences on islamic banks arise when there is knowledge of islamic banks, so that is where there is an attitude towards islamic bank preferences, especially islamic bank products that exist in every bank.

This type of research is field research, namely research that goes directly to the field by distributing questionnaires to IAIN Purwokerto employees with the aim of influencing knowledge and attitudes on the preferences of sharia bandage products. The method of analysis used is multiple liniear regression analysis.

Based on the results of research processed using SPSS Statistics 25 tools, it can be seen that the knowledge variable has a partial and simultaneous and insignificant effect on sharia bank product preferences while the attitude variable has a partial and simultaneous and significant effect on islamic bank product preferences, in the R square test, it explains that the variables of knowledge and attitudes have an influence on the preference variables of islamic banking product by 55,4%. While the remaining 44,6% is influenced by other variables that are not included in this research model.

Keywords : *Knowledge, Attitudes, Preferences And Islamic Banking Products*

PENGARUH PENGETAHUAN DAN SIKAP TERHADAP PREFERENSI PRODUK-PRODUK PERBANKAN SYARIAH

(Studi Kasus Karyawan IAIN Purwokerto)

Oleh: Wani'mah

NIM: 1617202041

Email: wanimah327@gmail.com

ABSTRAK

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Preferensi pada bank syariah muncul ketika adanya pengetahuan terhadap bank syariah, sehingga disitulah adanya sikap terhadap preferensi bank syariah khususnya produk-produk bank syariah yang ada pada setiap bank.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian terjun secara langsung ke lapangan dengan membagikan kuisisioner kepada karyawan IAIN Purwokerto dengan tujuan pengaruh pengetahuan dan sikap terhadap preferensi produk-produk perbankan syariah. Metode analisis yang digunakan menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah menggunakan alat bantu SPSS Statistics 25 dapat diketahui bahwa pada variabel pengetahuan berpengaruh secara parsial dan simultan dan tidak signifikan terhadap preferensi produk perbankan syariah sedangkan variabel sikap berpengaruh secara parsial dan simultan dan signifikan terhadap preferensi produk bank syariah. Pada uji *R Square*, menjelaskan bahwa variabel pengetahuan dan sikap memiliki pengaruh terhadap variabel preferensi produk-produk perbankan syariah sebesar 55,4%. Sedangkan sisanya sebesar 44,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kata kunci : *Pengetahuan, Sikap, Preferensi dan Produk Perbankan Syariah*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN	i
PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
ABSTRACT	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat	6
D. Sistematika Pembahasan	6
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Perilaku Konsumen	
1. Pengertian Perilaku Konsumen	8
2. Faktor Perilaku Konsumen	8
3. Variabel Perilaku Konsumen	9
B. Pengetahuan Konsumen	
1. Pengertian Pengetahuan Konsumen	10
2. Macam-macam Pengetahuan Konsumen	10

IAIN PURWOKERTO

C. Sikap Konsumen	
1. Pengertian Sikap Konsumen	12
2. Komponen sikap konsumen	12
3. Faktor Sikap Konsumen	13
4. Fungsi Sikap Konsumen	14
5. Pengukuran Sikap Konsumen	15
D. Karyawan	
1. Pengertian karyawan	16
2. Jenis-jenis karyawan	16
3. Tenaga kependidikan	16
4. Tugas dan tanggung jawab tenaga kependidikan.....	16
E. Preferensi Konsumen	
1. Pengertian Preferensi Konsumen	19
2. Faktor Preferensi Konsumen.....	19
F. Perbankan Syariah	
1. Pengertian Perbankan Syariah.....	20
2. Produk-Produk Perbankan Syariah	21
G. Kajian Pustaka.....	25
H. Kerangka Pemikiran.....	29
I. Hubungan Variabel	31
J. Hipotesis.....	32
K. Landasan Teologis	33

IAIN PURWOKERTO

BAB III : METOD E PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	32
B. Tempat Dan Waktu Penelitian	32
C. Populasi Dan Sampel Penelitian	32
D. Variabel Dan Indikator Penelitian.....	32
E. Pengumpulan Data Penelitian	40
F. Skala Pengukuran.....	41
G. Uji Kualitas Data.....	41

H. Teknik Analisis Data.....	41
------------------------------	----

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	
1. Sejarah Singkat IAIN Purwokerto	44
2. Visi Dan Misi IAIN Purwokerto	46
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
C. Distribusi Tanggapan Responden	48
D. Hasil Uji Kualitas Data	52
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	55
F. Hasil Uji Hipotesis	59
G. Pembahasan.....	63

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan Hasil Kajian Penelitian Terdahulu	27
Tabel 2 Variabel Dan Indikator Penelitian.....	38
Tabel 3 Skala Likert	40
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	46
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	47
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan	47
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	48
Tabel 9 Karakteristik Responden Penggunaan Jasa Bank Syariah	48
Tabel 10 Karakteristik Responden Jenis Produk Yang Digunakan	48
Tabel 11 Variabel Pengetahuan Karyawan Tentang Perbankan Syariah.....	49
Tabel 12 Variabel Sikap Karyawan Tentang Perbankan Syariah	51
Tabel 13 Variabel Preferensi Produk-Produk Bank Syariah.....	51
Tabel 14 Hasil Uji Validitas Pengetahuan	53
Tabel 15 Hasil Uji Validitas Sikap	53
Tabel 16 Hasil Uji Validitas Preferensi	54
Tabel 17 Hasil Uji Reabilitas	55
Tabel 18 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 19 Hasil Uji Multikoinearitas.....	58
Tabel 20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	60

IAIN PURWOKERTO

Tabel 21 Hasil Uji T.....	61
Tabel 22 Hasil Uji F.....	67
Tabel 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	56
Gambar 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	56
Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedisitas.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner
Lampiran 2	Daftar Responden
Lampiran 3	Daftar Jawaban Responden
Lampiran 4	Hasil output
Lampiran 5	Sertifikat PPI
Lampiran 6	Sertifikat KKN
Lampiran 7	Sertifikat Bahasa
Lampiran 8	Sertifikat BTA PPI
Lampiran 9	Sertifikat Aplikom

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai negara dengan penduduk muslim ke-2, sudah selayaknya indonesia menjadi pelopor dan kiblat pengembangan keuangan syariah di dunia. Hal ini merupakan bukan impian yang mustahil karena potensi indonesia untuk menjadi global player keuangan syariah itu yang sangat besar. (Wahyuni, Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah, 2017)

Dalam perkembangannya, khususnya untuk masyarakat perbankan menyambut hangat lahirnya sebuah bank syariah. Hal ini ditunjukkan oleh keterbukaan Bank Indonesia dengan mengeluarkan kebijakan “*dual banking system*”, dimana bank konvensional ini diijinkan membuka unit usaha syariah dalam beroperasi (UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan). Namun ternyata dengan adanya sebuah kebijakan dual banking system ini membuat persepsi dan sikap masyarakat menjadi beragam, hal tersebut akan memberikan nuansa yang cukup menarik sebagai gambaran tentang pengetahuan bagi hasil terhadap perilaku masyarakat dalam menyikapi hal tersebut. Bank adalah sebuah lembaga perusahaan yang bergerak di dalam bidang keuangan, artinya sebuah aktivitas perbankan yang selalu berkaitan dengan bidang keuangan (Kasmir, 2016)

Tantangan yang dipandang dan menjadi kunci sebuah keberhasilan bisnis perbankan adalah kepercayaan masyarakat, sebagai lembaga keuangan tentu faktor keamanan, bunga, kredibilitas para pegawai dan reputasi bank akan mempengaruhi preferensi nasabah. Kepercayaan akan terbentuk dalam waktu yang lama ketika nasabah merasakan kepuasan atas layanan perbankan. (Suryani, 2017)

Menurut Blackwell dan Miniard menggambarkan sebuah pengetahuan sebagai informasi yang disimpan oleh seseorang di dalam memori otaknya, sebagian informasi tersebut berfungsi bagi konsumen untuk mengenali pasar, hal ini disebut sebagai pengetahuan konsumen. Pengetahuan dapat diartikan sebagai informasi yang di kombinasikan dengan pengalaman, konteks, interpretasi dan refleksi. Pengetahuan mengenai perbankan syariah dapat di dapatkan dengan berbagai jalur untuk saat ini seperti jalur formal ataupun non formal, ketika masyarakat mendapatkan pengetahuan tentang perbankan syariah lebih banyak, maka hal ini dapat mempengaruhi dalam mengambil sebuah keputusan.

Sikap konsumen terhadap produk Islam dan jasa keuangan perusahaan bisnis sangat beragam, sebagian masyarakat masih menerima sistem bunga, sebagian menerima sistem bagi hasil dan tetap menerima sistem bunga, dan sebagian lagi menolak sistem bunga sehingga dari berbagai sikap ini cukup menarik mengenai gambaran tentang pengetahuan, dan sikap terhadap preferensi masyarakat mengenai perbankan syariah. Di IAIN Puwokerto ini bagaimana para karyawan melihat fenomena yang terjadi apakah sesuai dengan prinsip syariah atau sebatas argumen saja.

IAIN PURWOKERTO Bank syariah memiliki beberapa produk yang menggunakan prinsip syariah seperti *murabahah, musyarakah, mudharabah, wadiah, salam dan istishna* dan lainnya. Dengan perkembangan bank syariah diharapkan mampu meningkatkan kontribusi dalam memperkuat stabilitas perekonomian nasional. (Muhammad, 2011).

Sesuai dengan tujuan perbankan syariah, menurut M. Umar Chapra yaitu untuk meningkatkan kesempatan kerja dan kesejahteraan masyarakat islam sesuai dengan nilai-nilai islami. Oleh karena itu produk yang dikeluarkan bank syariah menggunakan sistem bagi hasil bukan dengan bunga bank. Perbankan syariah sebagai lembaga yang masih tergolong baru keberadaannya merupakan suatu pilihan yang diminati atupun tidak.

Keputusan suatu konsumen untuk memilih atau mengkonsumsi produk dan jasa terdiri atas tahap pengenalan kebutuhan, pencairan informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan kepuasan konsumen. (Nurngaeni, Skripsi, 2018: 3-4)

Preferensi dan selera (*taste*) terkait dengan psikologi manusia, maka beberapa ahli mengembangkan teori perilaku konsumen dengan memasukan elemen-elemen psikologi dalam pengambilan keputusan konsumen. Elemen psikologi yang dimaksud yaitu kognisi, afeksi dan perilaku (*psikomotorik*) (Setyabudi, 2014). Sebuah preferensi ini terbentuk dari persepsi seorang konsumen terhadap sebuah produk, persepsi yang melekat dalam pikiran menjadi sebuah preferensi. Preferensi pada bank syariah muncul ketika adanya pengetahuan terhadap bank syariah, adanya fasilitas yang mendukung sehingga para konsumen menjadi lebih tertarik terhadap bank syariah, sehingga disitulah adanya sikap terhadap preferensi bank syariah khususnya produk-produk bank syariah yang ada pada setiap bank. Preferensi masyarakat dalam memilih produk pembiayaan syariah biasanya sangat bervariasi. Dikarenakan setiap individu dalam hal ini adalah nasabah yang memiliki keinginan yang berbeda-beda. Pemahaman perilaku nasabah terkait dengan pembiayaan syariah secara baik merupakan suatu yang sangat penting untuk keputusan pemasaran yang tepat. Untuk menghadapi sebuah persaingan maka perilaku nasabah berhubungan dengan preferensi seseorang untuk memutuskan menjadi nasabah atau memilih produk-produk perbankan syariah. (Khairul Amri, 2018)

Proses keputusan pembelian suatu produk mengikuti urutan yang ada, peran seseorang dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk perlu diketahui oleh marketer karena diantara mereka menjadi faktor pendorong yang sangat kuat bagi pengambilan keputusan pembelian. Keterlibatan psikologis dalam sebuah proses pengambilan keputusan pembelian itu berbeda-beda, sesuai dengan sifat keputusan itu

sendiri, yaitu pengambilan keputusan yang kompleks (*extended decision making*), pengambilan keputusan yang terbatas (*limited decision making*), dan pengambilan keputusan berdasarkan kebiasaan (*habitual decision making*). Proses pengambilan keputusan pembelian berakhir pada tahap perilaku purnabeli, dimana tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan akan mempengaruhi perilaku berikutnya. (Hasan, 2010)

Institut Agama Islam Negeri Purwokerto adalah salah satu perguruan tinggi islam negeri di Purwokerto dibawah naungan Kementrian Agama RI dengan paradigma *Arsy Al-Ulum Wa Al-Din (The Throne Of Science And Religion)* sehingga dalam proses pembelajarannya dengan memadukan kekuatan nalar ilmiah-akademik dengan nalar moral-spiritual.

Sumber daya manusia merupakan aset utama dalam sebuah organisasi, sumber daya manusia dalam instansi/organsasi adalah karyawan. Karyawan sangat penting bagi instansi/organisasi karena karyawan merupakan pelaksana atau yang menjalankan operasional organisasi. Sumber daya manusia di IAIN Purwokerto meliputi Dosen dan tenaga kependidikan. Tenaga kependidikan merupakan unsur yang sangat dibutuhkan bagi peningkatan profesionalisme dan pelayanan karena segala sesuatu berkaitan dengan mereka, tenaga kependidikan memberikan pelayanan atau kebutuhan terhadap dosen maupun mahasiswa.

IAIN PURWOKERTO

Dilingkungan terdekat IAIN Purwokerto saat ini belum tersedia Bank Syariah namun pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdapat mini Bank Syariah seperti BMT yaitu IBIL yang dapat dijadikan suatu pilihan untuk menabung di lembaga keuangan mikro syariah.

Peneliti mengambil objek karyawan yang merupakan tenaga kependidikan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Semua tenaga kependidikan di IAIN Purwokerto saat ini sudah menggunakan perbankan syariah karena sistem gaji dan tunjangan yang diterimanya melalui perbankan syariah yaitu BRI Syariah sebagai providernya, tenaga

kependidikan di IAIN Purwokerto terdapat 169 tenaga kependidikan yaitu 79 PNS dan 90 Kontrak. Tenaga kependidikan IAIN Purwokerto objek yang menarik untuk diteliti dan melihat apakah tenaga kependidikan mempunyai tingkat pengetahuan dan pemahaman tentang produk perbankan syariah.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Preferensi Produk-Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus Karyawan IAIN Purwokerto)”**

B. Rumusan masalah

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan karyawan IAIN Purwokerto terhadap preferensi produk perbankan syariah ?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap karyawan IAIN Purwokerto terhadap preferensi produk perbankan syariah ?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan dan sikap karyawan IAIN Purwokerto terhadap preferensi produk perbankan syariah ?

C. Tujuan dan manfaat

1. Tujuan
 - a. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan karyawan IAIN Purwokerto terhadap preferensi produk perbankan syariah.
 - b. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap karyawan IAIN Purwokerto terhadap preferensi produk perbankan syariah.

- c. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan dan sikap karyawan IAIN Purwokerto terhadap preferensi produk perbankan syariah.

2. Manfaat

- a. Bersifat ilmiah atau teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah kontribusi pemikiran dan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian yang selanjutnya.

- b. Bersifat terapan atau praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi penyusunan, umumnya bagi institusi yang bersangkutan dan lembaga-lembaga yang ada dalam dunia ekonomi islam.

D. Sistematika pembahasan

Untuk lebih memudahkan pemahaman, penjelasan dan penelaahan bahasa pokok permasalahan yang akan dibahas, maka peneliti disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, merupakan pendahuluan yang berisi tentang A. Latar belakang masalah yang memaparkan latar belakang permasalahan yang menjadi alasan mengapa melakukan penelitian ini, B. Rumusan masalah yaitu hal yang menjadi fokus penelitian yang dilakukan oleh penyusun, C. Tujuan dan manfaat penulisan yang berisi tentang tujuan dan manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya penelitian ini dan terakhir. D. Sistematika pembahasan.

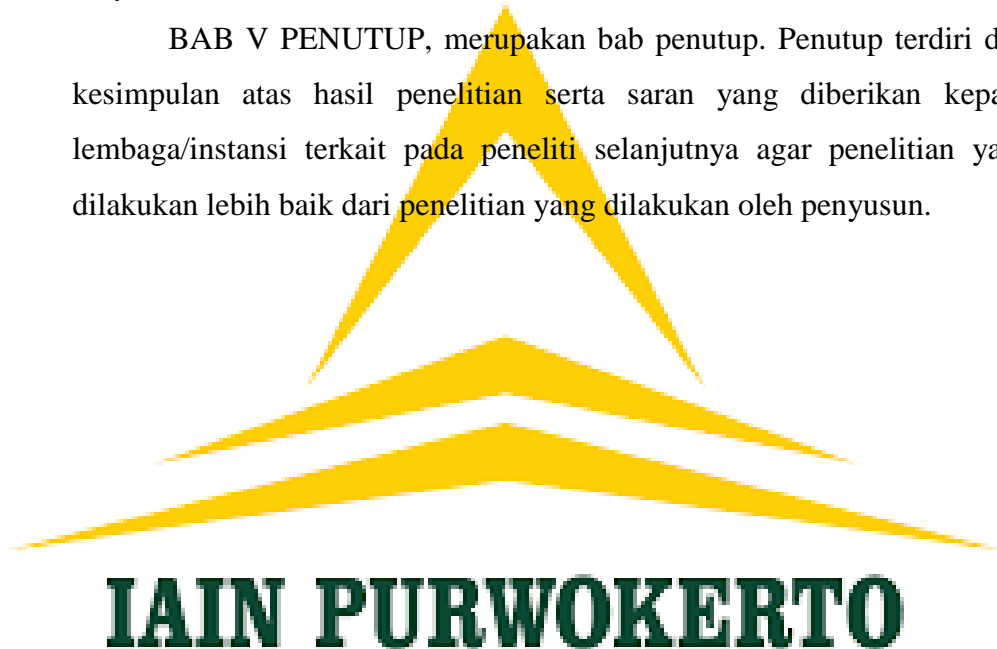
Bab II LANDASAN TEORI, merupakan kerangka teori terkait dengan pengaruh pengetahuan dan sikap terhadap preferensi produk-produk bank syariah meliputi teori tentang perilaku konsumen, pengetahuan konsumen, sikap konsumen, preferensi konsumen, bank syariah serta produk-produk bank syariah, kemudian kajian pustaka yang merupakan studi penelitian terdahulu yang mempunyai keterkaitan dengan

materi yang akan dibahas dan terakhir hipotesis beserta hubungan antar variabel yang merupakan dugaan sementara dari hasil penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, merupakan metode penelitian yang berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel dan indikator penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN, membahas tentang hasil penelitian yang berisi gambaran umum objek penelitian, deskripsi variabel serta penyajian data dari analisis yang dilakukan pada karyawan IAIN Purwokerto.

BAB V PENUTUP, merupakan bab penutup. Penutup terdiri dari kesimpulan atas hasil penelitian serta saran yang diberikan kepada lembaga/instansi terkait pada peneliti selanjutnya agar penelitian yang dilakukan lebih baik dari penelitian yang dilakukan oleh penyusun.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil hipotesis yang telah diajukan dengan model analisis regresi linier berganda maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan karyawan berpengaruh terhadap preferensi produk bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 0,933 dengan nilai sig 0,355. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel yakni sebesar 1,671 dengan tingkat sig lebih besar dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan karyawan tentang perbankan syariah secara parsial berpengaruh dan tidak signifikan terhadap preferensi produk bank syariah.
2. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel sikap karyawan berpengaruh terhadap preferensi produk bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 5,568 dengan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel sebesar 1,671 dengan tingkat sig lebih kecil dari pada 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel sikap karyawan tentang perbankan syariah secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap preferensi produk bank syariah.
3. Berdasarkan uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan dan sikap karyawan secara bersama-sama terhadap preferensi produk bank syariah. Dalam penelitian ini diperoleh nilai f hitung sebesar sebesar 39,431 dengan nilai tingkat sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai f hitung lebih besar dari f tabel dan nilai sig lebih kecil dari 0,05.

Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini diartikan bahwa pengetahuan dan sikap preferensi karyawan secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap preferensi produk bank syariah.

4. Dari hasil penelitian yang diperoleh variabel yang paling berpengaruh terhadap preferensi produk bank syariah adalah variabel sikap dengan nilai t hitung sebesar 5,568.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pengetahuan dan sikap karyawan berpengaruh terhadap preferensi produk bank syariah. Namun peneliti menyadari masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran agar mendapatkan gambaran sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya terkait dengan penelitian yang serupa. Maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi lembaga perbankan syariah

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengetahuan dan sikap karyawan tentang perbankan syariah berpengaruh terhadap preferensi produk bank syariah. Oleh karena itu kepada semua bank syariah untuk terus meningkatkan sosialisasi terkait perbankan syariah dengan cara penyuluhan tentang produk-produk bank syariah. Dengan lengkapnya informasi yang didapatkan maka para masyarakat khususnya para karyawan tingkat kepercayaan akan lebih meningkat tentang produk bank tersebut.

2. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi mengenai preferensi produk bank syariah dan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti topik yang sama diharapkan dapat menembangkan penelitian ini dengan

cara menambahkan variabel lain yang belum diteliti oleh penulis atau menambahkan teori dan metode yang baru, sehingga informasi akan lebih lengkap tentang faktor preferensi terhadap produk bank syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, W. R. (2010). Pertimbangan, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Individu terhadap Bank Syariah. *Ekonomi Pembangunan, Vol. 11, No. 2*, 193.
- Amri, Khairul dkk.” Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh” ,*Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*. 2018, Vol. 9, No. 01.
- Adhim, F. (2018). *Filsafat Islam Sebuah Wacana Kefilsafatan Klasik Hingga Kontemporer*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Adhim, F. (2018). *Filsafat Islam Sebuah Wacana Kefilsafatan Klasik Hingga Kontemporer*. Malang: Cv. Literasi Nusantara Abadi.
- Ana Widyastuti, d. (2020). *Manajemen Berbasis Sekolah : konsep, strategi dan perencanaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Anshori, A. G. (2018). *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Ugm Press.
- Andriani, Dewi dan Juliandi, Azuar. “Preferensi Masyarakat Kota Medan Terhadap Bank Syariah”, *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*. 2008, Vol. 08, No. 02.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT RINEKA CIPTA, 2013.
- Arwani, A. (2015). Pengaruh sikap mahasiswa muslim terhadap minat pada bank syariah. *Jurnal penelitian*, 11-12.
- Ayantika, I. P. (2018). *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Barus, D. A. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan pada Pemerintah Kota Tanjung Balai dengan*

Komitmen Organisasi sebagai Variabel Moderating . Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.

Bagus, A. (2020). *Hubungan Antara Lingkungan Kerja Non Fisik Dengan Kinerja Pada Karyawan Bagian Umum PT Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan*. Medan: EbookbaEgdev.

Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* . Jakarta: Kencana .

Bustamam, V. d. (2017). Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Prinsip Bagi Hasil pada Bank Syariah di Wilayah Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 98.

Fauzi, A. (2017). Variabel yang mempengaruhi minat masyarakat pesantren menggunakan produk perbankan syariah di daerah istimewa Yogyakarta. *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)*.

Firmansyah, A. D. (2019). *Manajemen Bank Syariah*. Qiara Media.

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Cv Budi Utama.

Hafasnuddin, Y. Z. (2016). Pengaruh Religiusitas terhadap minat beli produk/jasa bank syariah dengan sikap konsumen sebagai variabel mediasi (studi pada nasabah bank konvensional di kota banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.

Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Halmawati, G. F. (2019). Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1324.

Harahap, I. (2015). *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta: Kencana.

Hartono, R. A. (2019). *Hukum Perbankan Dan Surat Berharga*. Yogyakarta: Cv Budi Utama.

- J.Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir. (2014). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2016). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kiptiyah, I. S. (2011). *Mikroekonomi*. Malang: UB press.
- Khairul Amri, I. Q. (2018). Preferens Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah Kota Banda Aceh. *Samudra Ekonom dan Bisnis*, 33.
- Larasati, febby, "Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan dan Pelayanan terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi STIE Perbankan Syariah)", 2017 diakses 20 April 2020, pukul 10:30
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011.
- Muhammad. (2011). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Ykpn .
- Niken Nastini, A. H. (Manajemen dan Bisnis Vol. 1, No. 1). Pengaruh religiusitas, pengetahuan perbankan, pengetahuan produk perbankan, pengetahuan pelayanan dan pengetahuan bagi hasil terhadap preferensi menggunakan jasa perbankan syariah. *Jurnal Ilmiah Bidang Ma*, 2018.
- Nurngaeni, Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Purwokerto:IAIN Purwokerto, 2018)
- Payadnya, I Putu Ade Andre dan I Gusti Agung Ngurah Trisna Jayantika. *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik Dengan SPSS*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

- Santoso, S. (2005). *Seri Solusi Bisnis Berbasis Ti Menggunakan Spss Dan Excel Untuk Mengukur Sikap Dan Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Pt Elex Media Komputtindo.
- Setyabudi, D. d. (2014). *Konsumen dan Layanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Semiawan, Conny R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, Jakarta: Grasindo.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategi Bank di Era Global*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Sosrodihardjo, B. A. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bina Media Perintis Medan.
- Sodik, S. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Syekh Dr. Usman Thaha Hafizhahullah, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Forum Pelayanan Al-Qur'an Mulia. 2017
- Syafril. (2019). *Mengapa Memilih Pembiayaan Bank Syariah*. Qiara Media.
- Umar, Husaini, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Wahyuni, S. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah. *Jurnal At-Tawassuth*, 438.
- Wardana, M. A. (2016). Pengaruh Pertimbangan, Pengetahuan, Sikap nasabah terhadap keputusan nasabah memilih produk bank syariah di kota denpasar. *Forum Manajemen*, 81.

<http://iainpurwokerto.ac.id>, diakses 02 juli 2020)

Erni Susiyawati, Manajemen Mutu Pendidikan,

<http://ernisusiyawati.wordpress.com/tag/tenaga-kependidikan/>, diakses 14
september 2020)

