

PERAN *THEORY OF REASONED ACTION* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BAGI HASIL BANK SYARIAH

Kayati

Fakultas Ekonomi, Universitas Swadaya Gunung Jati
kay.yati@yahoo.co.id

Abstract

This research is entitled “The Role of Theory of Reasoned Action to Use Sharing System Product of Syariah Bank”. It is aimed to investigate and analyze the subjective norm, and people’s attitude on the intention to use Sharing System Product of Syariah Bank.

This research uses primary data taken from questionnaires distributed to two hundred people from five districts of Cirebon by using purposive sampling method, in which the sample is taken based on the size of the area. In addition, the method of analysis applies is Multiple Regression Analysis.

Based on the analysis, it can be concluded that attitude does not affect people’s intention to use sharing system product of Syariah bank, while subjective norm influence the intention to use sharing system product of syariah bank.

Keywords: Theory of Reasoned Action, Syariah Bank, sharing system product.

A. PENDAHULUAN

Tingginya jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam seharusnya menjadi peluang pasar yang positif untuk perkembangan perbankan syariah. Namun pada kenyataannya pilihan masyarakat masih didominasi pada institusi perbankan yang bersifat konvensional. Beberapa hasil penelitian terdahulu, diantaranya Rivai *et al* (2007) dan Bank Indonesia & IPB (2004) menunjukkan bahwa selain faktor agama ternyata faktor lain juga menentukan pilihan masyarakat dalam menentukan minat untuk berhubungan dengan bank syariah.

Minat masyarakat terhadap jenis dan produk perbankan sangat menentukan pilihan masyarakat, dimana minat (*intention*) diartikan sebagai keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat merupakan awal atau pendahuluan dari suatu tindakan atau perilaku aktual (Fishbein & Ajzen dalam Hartono, 2007). Dengan kata lain, seseorang akan melakukan suatu perilaku aktual (*actual behavior*) jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya.

Menganalisa minat konsumen berarti harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen tersebut. Dalam *Theory of Reasoned Action* / TRA (Fishbein & Ajzen dalam Hartono, 2007) minat dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif. Sikap (*attitude*) merupakan perasaan positif atau negatif seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sikap memiliki kecenderungan untuk dipelajari dan dipahami, untuk merespon secara konsisten dan konsekuen, menguntungkan atau tidak menguntungkan, positif atau negatif terhadap obyek atau situasi. Sedangkan norma subyektif diartikan sebagai persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain di lingkungan sekitarnya seperti keluarga, teman, rekan kerja, dan orang-orang yang dianggapnya penting untuk menyetujui dan mengikuti saran atau referensi yang diberikan, serta memotivasi individu tersebut untuk mengikutinya (Fishbein & Ajzen dalam Hartono, 2007).

B. TELAAH TEORI

1. Konsep *Theory of Reasoned Action* (TRA)

Theory of Reasoned Action (TRA) atau teori tindakan beralasan dicetuskan oleh Fishbein & Ajzen pada tahun 1975 (Hartono, 2007). Asumsi dasar yang disusun pada teori ini adalah bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Dalam TRA, dilakukan atau tidaknya suatu perilaku ditentukan oleh minat seseorang. Fishbein & Ajzen dalam Hartono (2007) mengemukakan bahwa minat melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh dua faktor penentu dasar, faktor yang pertama berhubungan dengan sikap (*attitude*) dan faktor yang kedua berhubungan dengan pengaruh sosial yaitu norma subjektif (*subjective norms*).

2. Minat (*Intention*)

Minat (*intention*) didefinisikan sebagai suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Fishbein & Ajzen dalam Hartono, 2007). Minat untuk melakukan perilaku (*intention*) adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Minat tidak selalu statis, dan minat dapat berubah dengan berjalannya waktu. Semakin lebar interval waktu, maka semakin mungkin terjadi perubahan-perubahan pada minat.

Pada dasarnya, minat (*intention*) dan perilaku aktual (*actual behavior*) merupakan dua hal yang berbeda. Minat merupakan keinginan seseorang untuk melakukan perilaku. Namun minat tersebut hanya berupa niat atau keinginan, belum tercermin dalam tindakan atau perilaku. Sedangkan perilaku aktual (*actual behavior*) adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan. Dalam TRA (*Theory of Reasoned Action*) minat dibentuk oleh faktor sikap dan norma subyektif. Minat dipengaruhi oleh sejauh mana individu memiliki sikap positif pada perilaku tertentu, dan sejauh mana mendapat dukungan dari orang lain yang berpengaruh dalam kehidupannya (Fishbein & Ajzen, dalam Hartono, 2007).

3. Sikap (*Attitude*)

Sikap didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif seseorang mengenai sebuah keinginan untuk berperilaku (Fishbein & Ajzen dalam Hartono, 2007). Sikap diartikan sebagai jumlah dari afeksi (perasaan) yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu obyek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual pada skala evaluatif dua kutub, misalnya baik atau jelek, setuju atau tidak setuju, dan lainnya.

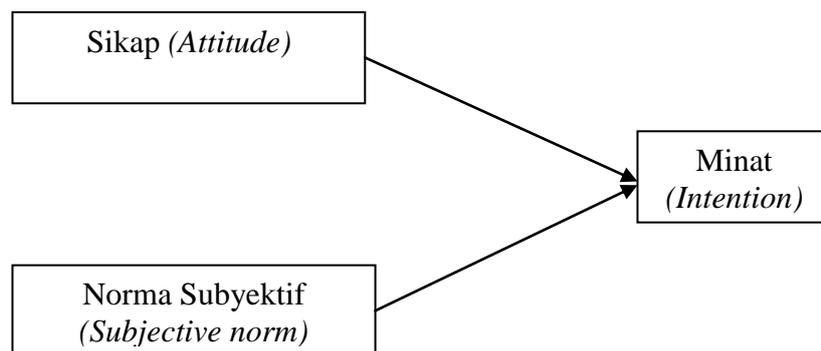
Fishbein & Ajzen dalam Hartono (2007) melengkapi TRA dengan keyakinan (*behavioral beliefs*), bahwa sikap berasal dari keyakinan untuk melakukan perilaku (*behavioral beliefs*), yaitu sesuatu yang diyakini oleh individu mengenai sebuah perilaku dari segi positif maupun negatif.

4. Norma Subyektif (*Subjective Norm*)

Norma subyektif merupakan persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan (Fishbein & Ajzen dalam Hartono, 2007). Disebut dengan norma subyektif karena berhubungan dengan persepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan sosial (kepercayaan-kepercayaan orang lain) yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Tekanan sosial tersebut dapat bersumber dari satu orang atau lebih di lingkungan sekitarnya, misalnya dari keluarga, teman/rekan kerja, dan orang-orang yang dianggap penting.

Norma subyektif (*subjective norm*) adalah sejauh mana seseorang memiliki motivasi untuk mengikuti pandangan orang terhadap perilaku yang akan dilakukannya. Fishbein & Ajzen dalam Hartono, (2007) menamakan sebagai ”*motivation to comply*” untuk menggambarkan fenomena apakah individu mematuhi pandangan orang lain yang berpengaruh dalam hidupnya atau tidak.

C. KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

1. Pengembangan Hipotesis Sikap (*Attitude*) terhadap Minat

Sikap menurut Fishbein & Ajzen dalam Hartono (2007) didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif seseorang tentang sebuah perilaku. Dalam hal ini adalah sikap seseorang atas keyakinannya untuk menggunakan atau tidak menggunakan produk bagi hasil bank syariah. Beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya menunjukkan hubungan yang positif antara sikap dengan minat, yang artinya bahwa unsur sikap seseorang berpengaruh terhadap minatnya untuk melakukan perilaku tertentu, penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh: Sigit (2006), Marhaini (2008), Taib *et al* (2008), Amin *et al* (2009), Hardiwinoto (2010), Ozer & Yilmaz (2011), Nurtantiono (2011), dan Huda *et al* (2012). Dari kajian teori dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1 : Sikap masyarakat berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bagi hasil bank syariah.

2. Pengembangan Hipotesis Norma Subyektif (*Subjective Norm*) terhadap Minat

Norma subyektif (*subjective norm*) merupakan persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi

minat seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan (Fishbein & Ajzen dalam Hartono, 2007), dalam hal ini adalah mempertimbangkan saran/referensi dari keluarga, rekan/teman, dan orang-orang yang dianggap penting untuk menggunakan atau tidak menggunakan produk bagi hasil bank syariah. Mengacu pada persepsi individu bahwa kebanyakan orang yang paling penting baginya adalah harus atau tidak harus seseorang melakukan perilaku yang bersangkutan (Fishbein & Ajzen dalam Hartono, 2007). Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan yang positif antara norma subyektif dengan minat, diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sigit (2006), Marhaini (2008), Burhanudin & Ngaini (2005), Taib *et al* (2008), Amin *et al* (2009), Ozer & Yilmaz (2011), dan Huda *et al* (2012). Dari kajian teori dan beberapa hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah :

H2 : Norma subyektif masyarakat berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bagi hasil bank syariah.

D. METODE PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat kota Cirebon yang tersebar di lima kecamatan yaitu sebanyak 200 kuesioner. Metode sampel yang digunakan adalah metode sampel proporsi, yaitu pengambilan sampel dari setiap wilayah ditentukan seimbang dengan banyaknya penduduk dalam wilayah tersebut (Arikunto, 2010). Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda, dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Minat masyarakat

a = Konstanta

X₁ = Sikap

X₂ = Norma subyektif

b₁ = Pengaruh sikap terhadap minat

b₂ = Pengaruh norma subyektif terhadap minat

e = error

E. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Jumlah Responden Kota Cirebon

Nama Kecamatan	Responden Nasabah Bank Syariah	Responden Non Nasabah Bank Syariah
Harjamukti	35	35
Lemahwungkuk	18	18
Pekalipan	10	10
Kesambi	23	23
Kejaksan	14	14
Jumlah	100	100

Sumber: Hasil olah data (2014)

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Cirebon yang berada di lima kecamatan, yaitu kecamatan Kejaksan, Lemahwungkuk, Pekalipan, Kesambi dan Harjamukti, yaitu sekitar 300.434 jiwa (Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, 2010). Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 responden, yaitu 100 responden nasabah bank syariah, dan 100 responden non nasabah bank syariah.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis item *Correlation Pearson*. Hasil dari perhitungan koefisien korelasi beserta uji signifikansinya untuk pertanyaan yang digunakan dengan tingkat kepercayaan 95%, dan dinyatakan valid jika nilai Sig. < 0,05. Sedangkan pengukuran reliabilitas digunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha (α) > 0,50 (Ghozali, 2013). Adapun hasil uji validitas dari kedua variabel penelitian tersebut, yaitu sikap dan norma subyektif, semuanya dapat dinyatakan valid, karena semua nilai Sig. < 0,05. Dan reliabilitas dari kedua variabel tersebut, yaitu sikap 0,826 dan norma subyektif 0,590 menunjukkan bahwa alat ukur kedua variabel tersebut memiliki tingkat keandalan yang baik untuk mengukur variabel yang diteliti.

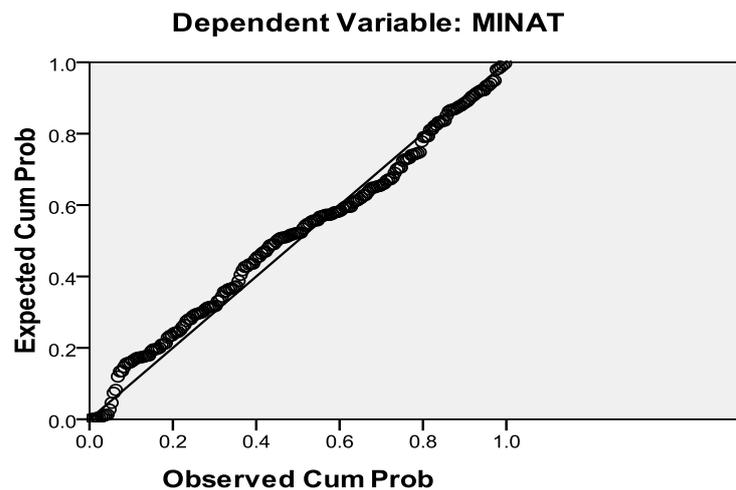
2. Analisis Data

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal, distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan

dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2013).

Berikut ini adalah hasil uji grafik normal plot responden:



Gambar 2 Hasil uji grafik normal plot

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak (Ghozali,2013). Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai TOL (*tolerance*) dan VIF (*Variance Inflation Factor*) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Apabila nilai VIF di bawah 10 maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas, sedangkan apabila nilai *tolerance* kurang dari 0,10 maka dapat disimpulkan telah terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas responden ditampilkan pada tabel berikut:

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Sikap	0,935	1,069	Tidak ada multikolinieritas
Norma subyektif	0,900	1,111	Tidak ada multikolinieritas

Sumber: Hasil olah data (2014)

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas berarti adanya varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda (Ghozali, 2013). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Park, yaitu dengan meregresi terhadap nilai logaritma dari kuadrat residual (Ghozali, 2013). Heteroskedastisitas ada apabila nilai Sig. < 0,05, sedangkan bila nilai Sig. >0,05 tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.
Sikap	0,204
Norma subyektif	0,477

Sumber: Hasil olah data (2014)

Berdasarkan hasil uji Park diketahui bahwa tingkat Sig. dari masing-masing variabel independen adalah di atas 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

d. Pengujian Hipotesis

Hasil uji Analisis Regresi Berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Variabel	B	Sig.
Konstanta	2,264	0,000
(X1) Sikap	0,000	0,983
(X2) Norma Subyektif	0,059	0,001
α F		0,000
F test (Anova)		8,438
Adj R ²		0,207
N		200

Sumber: Hasil olah data (2014)

$$\text{Minat} = 2,264 + 0,000\text{Sikap} + 0,059\text{Norma Subyektif} + e$$

Hasil F test pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 8,438 dengan nilai Sig.0,000 jauh di bawah 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel independen sikap dan norma subyektif secara bersama-sama mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan produk bagi hasil bank syariah.

Sedangkan nilai *Adjusted R Square* (Adj. R^2) sebesar 0,207, yang berarti bahwa 20,7% variabel minat dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen sedangkan sisanya 79,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diuji dalam model ini.

3. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Hipotesis Pertama (H1). Sikap berpengaruh terhadap minat

Hasil uji regresi berganda menunjukkan bahwa variabel sikap tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk bagi hasil bank syariah, karena nilai koefisien yang diperoleh tidak searah dan tidak sesuai dengan hipotesis yang dibangun, sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa sikap masyarakat berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan produk bagi hasil bank syariah tidak dapat diterima.

Ada beberapa alasan yang memungkinkan hubungan tidak signifikan antara sikap terhadap minat. Alasan pertama didasarkan pada perspektif teoritis. Minat seseorang ditentukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan tersebut dalam TRA dipengaruhi salah satunya oleh sikap. Akan tetapi, sikap dalam TRA hanya diukur secara keseluruhan untuk menentukan minat. Sebagai komparasi, sikap dalam *trying theory* (TT) diukur dengan beberapa jenis sikap, yaitu meliputi: sikap terhadap sukses, sikap terhadap gagal, dan sikap terhadap proses (Sihombing, 2004). Dengan kata lain, sikap dalam TT lebih terinci untuk menjelaskan tendensi seseorang dalam mencapai tujuan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengukuran sikap pada TRA bersifat bias dan tidak terinci.

Alasan kedua berhubungan dengan budaya. Bangsa Indonesia adalah bangsa yang memegang budaya kolektivisme yang mengutamakan kebersamaan (Sihombing, 2004), Menurut Sihombing (2004) sikap bukan sebagai prediktor yang dominan terutama dalam TRA. Hal ini terbukti dengan membandingkan hasil penelitiannya dengan penelitian-penelitian di negara barat, hasil penelitian Sihombing (2004) memperlihatkan bahwa budaya Indonesia lebih menekankan kebersamaan atau lebih dominan dipengaruhi oleh norma subyektif dibandingkan sikapnya sendiri, sedangkan

budaya barat lebih menekankan sikap sebagai faktor penentu dalam proses pembelian. Begitu juga yang dialami oleh responden dalam penelitian ini, sikap bukanlah faktor penentu utama, melainkan pengaruh dari lingkungan sekitar lebih mendominasi dari pada sikapnya sendiri.

Alasan ketiga berhubungan dengan disonansi kognitif. Disonansi kognitif diartikan sebagai keadaan psikologis yang tidak menyenangkan yang timbul ketika dalam diri manusia terjadi konflik antara dua keyakinan (Festinger dalam Azwar, 2013). Kognitif sendiri dalam hal ini diartikan sebagai setiap pengetahuan, opini, atau apa yang dipercayai orang mengenai lingkungan, diri sendiri atau perilakunya.

Rumusan teori disonansi kognitif lebih terpusat pada apa yang akan terjadi bila terdapat ketidaksesuaian antara sikap dan kenyataan (Azwar, 2013). Sebagai contoh jika produk bagi hasil bank syariah bermanfaat dan menguntungkan bagi diri seseorang maka ia akan menggunakan produk tersebut. Namun karena ada satu dan lain hal yang dipertimbangkan boleh jadi orang tersebut tidak menaruh minat pada produk bagi hasil bank syariah.

b. Hasil Uji Hipotesis Kedua (H2). Norma subyektif berpengaruh terhadap minat

Hasil uji regresi berganda menunjukkan bahwa variabel norma subyektif berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bagi hasil bank syariah, karena nilai koefisien yang diperoleh searah dan sesuai dengan hipotesis yang dibangun, sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa norma subyektif masyarakat berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bagi hasil bank syariah dapat diterima.

Perbedaan utama antara bangsa Indonesia dan barat terutama Amerika adalah pada pandangannya terhadap nilai-nilai (Sarwono dalam Sihombing 2004). Bangsa Amerika umumnya memiliki nilai-nilai kebebasan dan fokus pada diri sendiri (individual). Sebaliknya, bangsa Indonesia cenderung untuk memelihara harmoni dan keseimbangan. Nilai-nilai ini dapat membuat bangsa Indonesia dan Amerika berbeda dalam pola konsumsinya dan berbeda dalam pengaruh prediktor berkonsumsi. Seperti yang diungkap Sihombing (2004) bahwa budaya barat lebih menekankan sikap sebagai faktor penentu dalam proses penentuan minat sedangkan budayatur terutama Indonesia lebih menekankan pada norma subyektif dibandingkan sikapnya sendiri.

Begitu juga yang dialami oleh responden pada penelitian ini, dimana budaya ketimuran masih sangat melekat pada kehidupan masyarakat, yang mengutamakan kebersamaan dan keharmonisan, dan dalam menentukan sesuatu lebih dominan dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya. Hal ini dapat terlihat dari hasil survey yang dilakukan penulis, bahwa penentuan minat untuk menggunakan produk bagi hasil bank syariah lebih dominan dipengaruhi oleh orang-orang di sekitar responden, baik itu pengaruh dari istri/suami, orang tua, teman, atau orang-orang yang dianggapnya penting, hal ini biasanya dimaksudkan untuk menjaga kebersamaan dan keharmonisan, serta menghindari suatu konflik tertentu dengan orang-orang disekitarnya.

F. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- a. Sikap masyarakat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bagi hasil bank syariah.
- b. Normasubyektif masyarakat berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bagi hasil bank syariah.

2. Saran

a. Bagi bank syariah

1. Peningkatan minat masyarakat terhadap penggunaan produk bagi hasil bank syariah dapat ditingkatkan melalui peningkatan promosi kepada masyarakat, agar masyarakat lebih mengetahui dan memahami produk-produk bank syariah khususnya produk bagi hasil bank syariah. Pemerintah dan Bank Indonesia dapat berperan serta dalam usaha untuk meningkatkan minat masyarakat, yaitu salah satunya dengan menerapkan kebijakan di bidang pendidikan. Pada setiap lembaga pendidikan perguruan tinggi diwajibkan untuk mencantumkan kurikulum mengenai perbankan syariah. Dengan demikian pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai perbankan syariah dapat ditanamkan sedini mungkin, dan diharapkan generasi penerus yang akan datang dapat lebih mengetahui dan memahami visi dan misi perbankan syariah, serta diharapkan dapat menaruh minat terhadap penggunaan produk-produk bank syariah.

2. Penerapan sistem syariah sebagai keunggulan bank syariah perlu ditonjolkan dan dilaksanakan secara benar, mengingat ada kesan dalam masyarakat bahwa bank syariah tidak berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah juga perlu menghindari sistem operasionalisasi yang tidak syar'i, karena hal tersebut dapat menyesatkan masyarakat dan pada akhirnya akan mengurangi nilai dari bank syariah itu sendiri.

b. Bagi peneliti.

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan:

1. Memperluas wilayah penelitian dan memperbanyak responden sehingga diharapkan hasil penelitian bisa lebih tergeneralisir
2. Menganalisis dan membandingkan nasabah dan non nasabah bank syariah dengan seksama terhadap minat penggunaan produk bagi hasil bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Hanudin., Rahim, Abdul., and Razak, Dzuljastri Abdul. 2009. "Is The Theory of Planned Behavior valid for Islamic Home Financing?". *MPRA Paper No. 43179*, posted 9. December 2012
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta, Jakarta
- Azwar. 2012. *Sikap manusia dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (2010). *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut – Provinsi Jawa Barat* [Online]. <http://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?search-> Diakses 12 Juli 2012
- Bank Indonesia & IPB. 2004. *Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Barat*. Kerjasama Direktorat Perbankan Syariah dan Bank Indonesia dengan Institut Pertanian Bogor.
- Burhanudin & Ngaini, 2005. "Analisis Minat Konsumen untuk Bertransaksi pada Perbankan Syariah di Kota Yogyakarta". *Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen VII*. Hal.31-40.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hartono, J.M. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Erlangga, Yogyakarta
- Hardiwinoto. 2010. "Analisis Respon Pengusaha Konstruksi terhadap Beroperasinya Bank Syari'ah". *ISSN 1693-928X. Aset*, September 2010, hal. 107-115. Vol. 12 No. 2.
- Huda, Nurul., Rini, Nova., Mardoni, Yosi., and Putra, Purnama. 2012. "The Analysis of Attitude, Subyektive Norm, and Behavioral Control on Muzakki's Intention to Pay Zakah". *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 3 No. 22 [Special Issue – November 2012]
- Marhaini. 2008. "Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Komputer Merk Acer". *Jurnal Manajemen Bisnis USU*. Volume 466, Nomor 3, September 2008: 89 – 96
- Nurtantiono, Andri. 2011. "Analisa Sikap Pelaku Bisnis terhadap Perbankan Syariah di Kota Surakarta". *Graduasi*. Vol. 26 Edisi November 2011. ISSN 2088 – 6594
- Ozer & Yilmaz. 2011. "Comparison of the theory of reasoned action and the theory of planned behavior: An application on accountants' information technology usage". *African Journal of Business Management*. Vol. 5 (1), pp. 50-58, 4 January, 2011

- Rivai, Harif Amalia., Lukviarman, Niki., Syafrizal., Lukman, Syukri., Adrianus, Fery., and Masrizal. 2007. *Identifikasi faktor penentu keputusan konsumen dalam memilih jasa perbankan: bank syariah vs bank konvensional*. Kerjasama Bank Indonesia dengan Pusat Penelitian Perbankan Universitas Andalas.
- Sigit, Murwanto. 2006. "Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif terhadap Minat Beli mahasiswa sebagai Konsumen Potensial Produk Pasta Gigi Close Up". *Jurnal Siasat Bisnis UII*. Vol. 11 No. 1, APRIL 2006
- Sihombing, Sabrina Oktoria. 2004. *Hubungan Sikap dan Perilaku Memilih Satu Merk: Komparasi Antara Theory of Planned Behavior dan Theory of Trying*. Disertasi Universitas Gadjah Mada.
- Taib, Fauziah., Ramayah, T., and Razak, Dzuljastri Abdul. 2008. Factor Influencing Intention to use diminishing partnership home financing. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 1 No. 3, 2008 , pp. 235-248