

TERJEMAHAN JURNAL

**APPLICATION OF THEORY REASONED ACTION IN
INTENTION TO USE ISLAMIC BANKING IN INDONESIA**



Disusun Oleh:

**NAILIL AUTHAR
NIM. 150603025**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2020 M/ 1441 H**

LEMBAR PENYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nailil Authar

NIM : 150603025

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam peulisan terjemahan dan review artikel ini, saya :

1. *Menerjemahkan jurnal ini dengan kemampuan saya sendiri*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebut sumber asli atau tanpa izin pemilik karya*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 31 agustus 2020

Yang menyatakan



Nailil Authar
NIM. 150603025

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TERJEMAHAN
JURNAL**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah

Dengan Judul

**APPLICATION OF THEORY REASONED ACTION IN
INTENTION TO USE ISLAMIC BANKING IN INDONESIA**

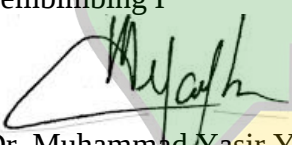
Disusun Oleh :

Nailil Authar
NIM. 150603025

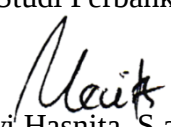
Disetujui untuk di sidangkan dan di nyatakan bahwa isi dan
formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam
penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I

Pembimbing II

 Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA  Evy Iskandar, SE.,M. Si.,AK., CA.,CPA
NIP. 197811122005011003 NIP. 2024026901

Mengetahui Ketua
Program Studi Perbankan Syariah


Dr. Nevi Hasnita, S.ag.,M.Ag
NIP. 197711052006042003

Dr. Zaki Fuad M. Ag
nip.19640141992031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH

UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web : www.library.ar-raniry.ac.id, Email : library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nailil Authar

NIM : 150603025

Fakultas/Program Studi : Pebankan Syariah

E-mail : naililauthar8@gmail.com

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi
yang berjudul:

**APPLICATION OF THEORY REASONED ACTION IN INTENTION TO USE ISLAMIC
BANKING IN INDONESIA**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain. Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh **R - R A N I R Y**

Pada tanggal :

Mengetahui :

Penulis

Nailil Authar

NIM . 150603025

Pembimbing I

Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA

NIP. 197811122005011003

Pembimbing II

Evy Iskandar, SE., M. Si., Ak., CA., CPA

NIP. 2024026901

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Asy-Syarh: 5)

“Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ucapan syukur Alhamdulillah, karya sederhana ini penulis

Persembahkan untuk:

Kedua Orang Tua Saya

Ibu Rismarizar, S.Pd dan ayah Sarkawi

Kakanda Serli Ariska, S.Pd dan Adik-Adik saya Nurifani

Khairunnisa, Abdul Azis Syarkawi dan Ibnu Mubarak Syarkawi

Yang selalu memberiku doa, semangat dan kasih sayang yang tak
ternilai harganya,

Serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan motivasi,
bimbingan dan selalu mendoakan”

جامعة الرانري

A R - R A N I R Y

KATA PENGANTAR



Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan terjemahan dan review artikel yang berjudul “Application of Theory Reasoned Action in Intention to Use Islamic Banking ”

Terjemahan dan review artikel ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan terjemahan dan review artikel ini tidak terlepas dari bimbingan, pengarahan, dan dukungan dari berbagai pihak yang dengan ketulusan, kasih sayang, dan pengorbanannya memberikan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
3. Dr. Azharsyah, S.E.Ak., M.S.O.M selaku Pembimbing Akademik

4. Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
5. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA dan Evy Iskandar, SE.,M.Si.,Ak.,CA.,CPA. Selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan dorongan dan arahan dari merencanakan hingga selesainya penelitian ini.
6. Dosen, staf pengantar dan karyawan di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
7. Ayahanda dan Ibunda serta semua keluarga yang telah memberikan doa, kasih sayang, perhatian dan pengorbanan moral dan material yang tidak terkira.
8. Terima kasih juga untuk sahabat-sahabat saya, untuk Genos terkhusus Irda Ansarina, Wiska Yulianda, Desi Tri Astuti, Zarinatul Amaliah, Triana Mursyidin, Nisa Ulfia Umira Rizkilia, Muhanda Mirjan, Elnim Mirnudi H dan Afi Syahril Untuk penghuni rumah pink Nurul Salbi, Wahyu Majiah, Cutti Zahara yang sudah memberikan semangat dan menjadi tempat peneliti bertukar fikiran serta motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan terjemahan dan review artikel ini.

Penulis menyadari bahwa terjemahan dan review artikel ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan terjemahan dan review artikel ini,

semoga dapat bermamfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Akhirnya penulis berharap semoga review dan terjemahan ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amiin.
Wassalamualaikum Wr.Wb

Banda Aceh, 31 Agustus 2020
Penulis,

Nailil Authar
NIM: 150603025



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor:158 Tahun1987 – Nomor:0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak Dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fatḥah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َ ي	<i>Fatḥah</i> dan ya	Ai
َ و	<i>Fatḥah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauḥ*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ :qāla
رَمَى :ramā
قِيلَ :qīla
يَقُولُ :yaqūlu

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة)hidup

Ta marbutah (ة)yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

طَلْحَةُ

: *rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl*

: *al-Madīnah al-Munawwarah/*

al-Madīnatul Munawwarah

: *Ṭalḥah*

**Catatan:
Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawu

ABSTRAK

Nama : Nailil Authar
NIM : 150603025
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/
Perbankan Syariah
Judul : Penerapan Theory Reasoned action dalam
Intensi Penggunaan Perbankan Syariah Di
Indonesia
Tanggal Sidang : 31 Agustus 2020
Tebal Skripsi :
Pembimbing I : Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA
Pembimbing II : Evy Iskandar, SE.,M. Si.,Ak., CA.,CPA

Artikel ini bertujuan untuk mengkonstruksi teori alasan tindakan (TRA) dan teori perilaku terencana (TPB) pada perilaku intensi konsumen dan pemilihan perbankan Syariah. Penelitian ini menggunakan model persamaan struktural kuadrat terendah parsial dengan variabel seperti sikap, norma, agama, pengetahuan, dukungan pemerintah, dan penetapan harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, norma, agama, pengetahuan dan dukungan pemerintah memiliki pengaruh terhadap intensi dalam memilih perbankan Syariah di Indonesia. Namun penetapan harga tidak memiliki pengaruh dalam pemilihan perbankan Syariah di Indonesia. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perbankan Syariah harus menyusun suatu strategi untuk mengembangkan sikap yang positif dan memberikan referensi kepada para konsumen untuk penyebaran pengetahuan yang lebih besar tentang perbankan syariah dalam menyesuaikan dengan kesesuaian prinsip Syariah.

Kata Kunci : Perbankan Syariah, Intensi, Teori Alasan Tindakan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI	xvi
BAB I APPLICATION OF THEORY REASONED ACTION IN INTENTION TO USE ISAMIC BANKING IN INDONESIA	1
1.1 Abstrak.....	1
1.2 Introduction.....	2
1.3 Literatur Review	4
1.4 Methods.....	8
1.5 Result And Discussion	9
1.6 Conclusion	13
1.7 References.....	14
BAB II PENERAPAN THE THEORY OF REASONED ACTION DALAM INTENSI PENGGUNAAN PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA.....	19
2.1 Abstrak.....	19
2.2 Pedahuluan.....	23
2.3 Tinjauan Pustaka	20
2.4 Hasil dan Penelitian	27
2.5 Kesimpulan	28
2.6 Daftar Pustaka.....	32

BAB III REVIEW ARTIKEL	38
3.1 Abstrak.....	38
3.2 variable Independen.....	39
3.3 Variable Dependen	39
3.4 Reasearch Gap	39
3.5 Originalitas.....	40
3.6 Metodoogi.....	40
3.7 Teori Yang Digunakan.....	41
3.7 Hasil dan Kesimpulan.....	42
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	43
3.7 Pernyataan Terhadap Artikel	43
3.7 Referensi Tambahan	43



BAB I

APPLICATION OF THEORY REASONED ACTION IN INTENTION TO USE ISLAMIC BANKING IN INDONESIA

Andi Reni, Nor Hayati Ahmad

1.1 Abstrak

Application of Theory Reasoned Action in Intention to Use Islamic Banking in Indonesia. This paper investigates the constructs of Theory of Reasoned Action (TRA), and Theory of Planned Behavior (TPB) (attitude, subjective norm, religion, knowledge, pricing, and government support) on customer behavioral intention and Islamic banking selection. This research using Partial Least Square Structural Equation Modeling with variables such as: attitude, subject norm, religion, knowledge and government support, and pricing. The result shows that attitude, subject norm, religion, knowledge and government support are statistically significant effect on intention to select Islamic bank in Indonesia. Pricing however is not significant. The results imply that Indonesian Islamic banks should strategize ways to develop positive attitude and reference amongst their customers through greater dissemination of knowledge about Islamic banking while emphasizing on the religious compliance.

Keyword: *Islamic Banking; Intention; Theory Reasoned Action*

1.2 Introduction

Indonesia is the most populated Moslem country in the world with a total population of 207.18 million Moslem (Indonesian Central Bureau of Statistics, 2010). Although, it has the world's largest population of Moslems, Islamic banking came fairly late to Indonesia. The work of the Islamic Bureau of Bank Indonesia showed that Indonesia, especially in certain parts of the country, has considerable unmet demand for Islamic banking (Blue Print of Islamic Banking of Bank Indonesia, 2010). In Indonesia, the banking industry becomes highly competitive since the government deregulated the banking sector in 1998. A deregulation program known as PAKTO eliminated various rules and regulations in which on one side has restricted establishment of new private banks while on the other side, the government permitted foreign banks to operate in Indonesia in the form of joint venture with local banks. The local banks including Islamic banks face stiff competition from foreign banks entry. However, judging from the vast untapped Islamic banking market, Indonesian Islamic banks are eager to expand their market share as a strategy to have the competitive edge over its competitors. Considerable efforts to expand Islamic banking in Indonesia have shown good results as shown in Table 1. Islamic banking deposits on average have grown by 31.6%, while financing recorded an average growth rate 37.5%.

Table.1. Statistics of Islamic bank Vs Commercial bank: 2009 – 2013
(in Billion IDR)

Year/Div of Unit	2010	2011	% Gr	2012	% Gr	2013	% Gr	%Av Gr
Asset of iB	97,519	145,467	49.1	195,018	34.1	223,503	14.6	32.6
Asset of CB	3,008,853	3,652,832	21.4	3,542,518	-3.0	3,197,384	-9.7	2.9
Total Asset	3,106,372	3,798,299	22.3	3,737,536	-1.6	3,420,887	-8.5	4.1
% iB Asset	3.14	3.83	21.97	5.23	3.7	6.5	24.3	18.3
iB Deposit CB	76, 036	115,415	51.8	147,512	27.8	170,222	15.4	31.6
Deposit	2,563,562	3,093,848	20.9	3,542,518	14.5	3,197,384	9.7	15.1
Total Deposit	2,639,598	3,209,263	21.6	3,690,030	14.98	3,367,606	-8.4	9.4
% iB of Deposit	2.88	3.6	25	3.99	10.8	5.05	26.6	28.15
iB Financing CB	68,81	102,655	50.6	147,505	43.7	174,537	18.3	37.5
Financing	2,765,912	3,412,463	23.38	4,172,672	22.28	4,627.191	10.9	9.4
Total Financing	2,834,093	3,515,118	24.1	4,320,177	22.9	4,801,728	11.2	19.96
% iB Financing	2.41	2.92	21.2	3.414	16.9	3.635	6.5	16.13

Source: Statistik Perbankan Islamic (Islamic Banking Statistics), August 2013

Table 1. shows that the end 2013, total deposits at conventional banks was Rp.3,197,384 Billion IDR, while total deposit Islamic bank system was Rp.170,222 Billion. This represents 5.05% market share for Islamic banking deposits of the total deposit of the banking system in 2013. Islamic financing is Rp.174,537 million IDR representing 3.6% of the total banking system. Despite the increasing trend, it can be observed that until August 2013, the Islamic banking share was only 6.5% to total banking assets, 5.1% the amount of funding and 3.64% of financing of the total Indonesian banking system. The statistics suggests that the Indonesian Islamic banking market share of 6.5% was very small when compared with the 93.5% market share of the conventional banking.

The statistics also indicate weak participation by the Indonesian population with the largest number of Muslim populations in the world in particular when compared to Malaysia which has achieved a 20.6 percent share of Islamic banking although its total population was only 29.7 million in 2013 (Economic Report, Ministry of Finance, Malaysia 2013). This situation presents a challenge to Indonesian Islamic banks in marketing of their financial services to their retail customers who are in the culture which greatly depends on face to face relationship to build sales (global business Indonesia, 2013). The challenge motivates an investigation to be undertaken to identify factors which could assist Islamic banks to develop appropriate strategies to create demand for Islamic banking. Against this backdrop, this study intends to identify the factors which could increase the Islamic banking share in Indonesia based on the application of Theory of Reasoned Action and Theory of Planned Behavior.

1.3 Literature Review

The slow growth of Islamic banking in Indonesia could be due to many factors: religion, limited knowledge, attitude and weak government support. The knowledge and understanding of society on Islamic banking is still low as claimed by Fansuri (2010). This might be due the lack of socialization or promotion by the Bank Indonesia to the community throughout the regions. Some people did know about Islamic banking presence. Fansuri (2010) asserts that people might have good or even bad perception on sharia banking. The

public's attitudes are that they are still in doubt or do not even believe in Islamic banking performance. The lack of empirical evidence to proof the influence of attitude on Islamic bank selection is a void intended to be addressed in this study. Weak government support is cited by Vizcaino and Suroyo, (2014)

In TRA, attitude is an important variable that predicts directly and indirectly the behavioral intention (Fishbein & Ajzen, 1975). The researchers assert that attitude towards the object is the function of the individual's belief towards the object and the individual implicit evaluation of the beliefs he/she holds as well as the function of perceived consequences of performing the behavior of interest he subjective evaluation of the individuals towards the consequences (Fishbein & Ajzen, 1975). Past studies have proven significant direct relationship of attitudes towards behavioral intention but conducted in internet banking setting. (Athiyaman, 2002; Davis et al., 1989; Gopi & Ramayah, 2007; Ma'ruf et al., 2003; May, 2005; Ramayah et al., 2004; Shih & Fang, 2004; Taylor & Todd, 1995; Eri, 2004). Amin et al. (2011) found that attitude is positively related with the intention to use Islamic home financing. This study measures attitude from 5 elements of attitude i.e. awareness, knowledge, religion obligation which may influence lecturers' behavioral intention to select Islamic home financing. Hence the proposed hypothesis is:

TRA and TPB theory postulate that subject norm (SN) affect behavioral intention (Ajzen & Fishbein, 1980; Fishbein &

Ajzen,1975). Fishbein and Ajzen (1975) find that subjective norm is a function of the perceived expectation by individual or group who are important to the person and by the persons' motivation to comply with the expectations. The results on the influence of subjective norm on behavioral intention is conflicting. Davis et al. (1989), Chau and Hu (2001), and Lewis, Agarwal, and Sambamurthy (2003) found subjective norm to be insignificant towards behavioral intention. However, Taylor and Todd (1995), Venkatesh and Davis (2000), Ma'ruf et al. (2003), Ramayah, Noor, Nasurdin, and Sin (2004), Eri (2004), Chan and Lu (2004), Ramayah, Ling, Norazah, and Ibrahim (2005), May (2005), and Gopi and Ramayah (2007) found that subjective norm has a positive direct relationship towards behavioral intention. In the context of Islamic finance, subjective norms have a direct impact to the intention (Amin et al., 2011).

Religion is a key element a group of trust. (Haq and Smithson, 2003). Earlier studies pointed that religion (Islam) as the main reason for choosing Islamic banks (Dusuki and Abdullah, 2007; Wilson, 1995; Owen and Othman, 2001; Metawa and Almossawi, 1998; Rashid et al; 2009.) However, Haron (1994) and Erol, C and El-Bdour (1989) founded religion is not significant but profit motivated criteria were an important factor to choose Islamic banking in Malaysia and Jordan respectively. In the Malaysian context, Amin et al, (2011) provides evidence that religion obligation significantly influence intention to choose Islamic home financing.

Tang et al, (2011) on personal computer users in China found knowledge of the owned computer has positive effect on the purchase intentions. Kaplan et al, (2007) who conducted a study of print media customers shows that knowledge of the print media category has significantly direct impact on intention to subscribe. Salamah Wahyuni, (2012) study about Moslem community behavior confirms Tang et al (2011) that knowledge is a significant determinant of intention to use/choose Islamic banks.

Pricing refers to the appropriate price to sell the financing product and striking a balance between the bank and the consumer's interest (Ebert and Griffin, 1998). Olson and Zoubi (2008) Islamic banks use profit and loss sharing in charging for the financial transactions services. Abdullah and Dusuki (2006) found that Islamic banks charge hire purchase price was more expensive than conventional bank. However, Amin (2008) found lower pricing was one of the motivators for customers to use Islamic banks.

Makiyan, (2004) found that in Iran, the government intervention played more important role in Islamic banking than economic factors. In the UK, the main problems facing the development of Islamic banks are the legal structure and the government's reluctance to give Islamic banking license (Karbhari et al., 2004). In Thailand, the future of Islamic banking is very much dependent upon individual Muslims and Muslim organizations' support during the growth phase (Haron and Yamirudeng, 2003). In Malaysia, government supports for Islamic

banking is strong and could be seen in the 9th Malaysian Plan, issuance of many Islamic banking licenses and development of Islamic regulatory framework. (Amin et al., 2006; BIS Review, 2004). (Teo & Polk, 2003) found government support provides significant effect to intention but Tan & Teo, 2000; Hernandez & Mazzon, 2007 results found otherwise. However, based on the experience of Malaysia, it is expected that government support could affect customers intention to use Islamic banking in Indonesia.

1.4 Methods

Data was collected through questionnaires distributed to a sample of 500 respondents who are lecturers of 4 public universities. 375 was collected representing 75 % response rate. However, 275 questionnaires were actually used. The questionnaire was adapted from past studies: The Intention to use/select Islamic Banking was measured using 6 items from Ajzen et al (1980); Attitude and Subjective Norm from Ajzen (1980), Religion (4 items), Price (6 items) from Amin et al. (2011), Knowledge (11 items) from Erol C Bdour and Sudin Haron (1989), and Government Support (6 items) from Amin and Tan & Teo, (2000).

The data was analysed and showed high reliability with Cronbach's Coefficient Alpha greater than 0.7 and validity score above 0.7 Kaiser-Meyer Olkin. Subsequently, the research model was tested using Partial Least Square Structural Equation Modeling. The present study proposes the general equation of the model as follows:

$$INT_i = \alpha + \beta ATD_i + \delta SN_i + \gamma RLG_i + \lambda KNL_i + \psi PRC_i + \chi GS_i + e_{it}$$

Where:

INT = Intention;

ATD = Attitude;

SN = Subject Norm;

RLG = Religion;

KNL = Knowledge;

PRC = Pricing;

GS = Government Support.

1.5 Results and Discussion

The demographic profile of the respondents shows 43.3% of the respondents were male and 56.7% were female with 35.3% of the participants were in the group of 30-39 years. 64.7% of the lecturers have Masters degree. In terms of Religion, 97% are Islam 97%, 1.7 were Christians and 1.3% were Hindu- Budha. In terms of Income, 35.3% earns between Rp.5,000,000-7,000,000 while 27.7% earns Rp 3,000,000- 5,000,000. The respondents came from diverse region backgrounds, namely, west region (16%), center region (59.3%), and east region (24.3%). The Descriptive analysis shows that Lecturers using Islamic bank less than 1 year are 8.3%, 1-5 years were 63%, 6-10 years were 24.3%, and more than 10 years were 4.3%. Numbers of frequency using Islamic bank per month in 1-3 times were (18%), 4-6 times were (30%), 7-9 times were (22%), and more than 10 times were (29%).

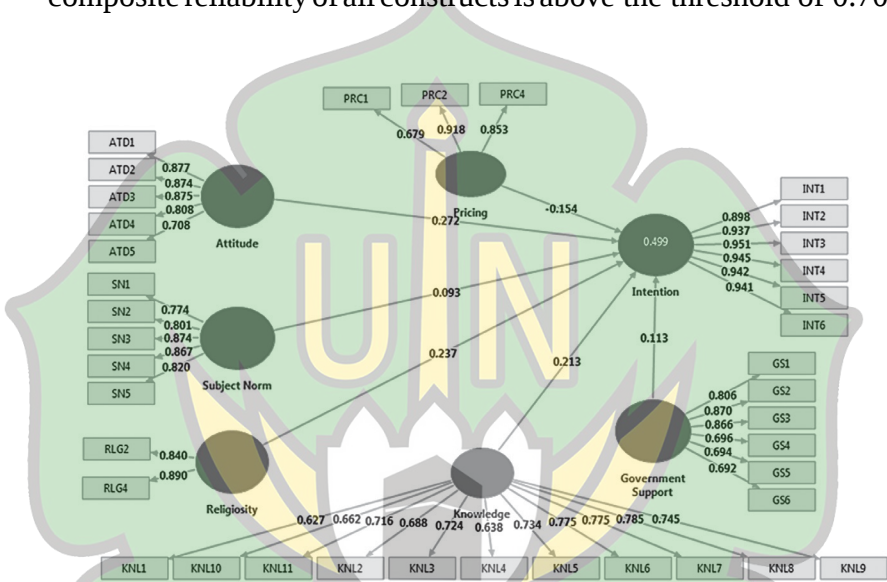
Table 2. Descriptive Statistics for Latent Variables

Latent Constructs	Number of Items	Mean	Standard Deviation
Attitude	5	3.786	.636
Subjective Norm	5	2.674	1.011
Religion	4	3.385	.968
Knowledge	11	3.664	.855
Pricing	6	2.910	.996
Government Support	6	3.518	.763

Table 2 shows that the overall mean for the latent variables ranged between 2.674 and 3.786. In particular, the mean and standard deviation for the attitude were 3.786 and 0.636, respectively. This suggests that respondents tended to have moderate level of attitude to select Islamic banking. The statistics also indicate that the mean for the subjective norm was 2.674 out of scale of 5. This suggests that the respondents perceived the influence from the refereed groups on the intention to select Islamic banks is moderate. However, there was some differences in the responses between the repondents as indicated by the standard deviation of 1.011. The results show a higher mean score for religion (Mean = 3.385) and knowledge with mean of 3.664. This means suggest that the respondents incline to strongly agree that religion and knowledge are important in creating intention to use Islamic banks.

Assessment of measurement model and assessment of structural model using PLS path model assessment adopted from two- step processes by Hair *et.al.* (2014) and Heseler *et.al* (2009). Assessment of measurement model in the showed individual items

reliability, internal consistency reliability, convergent validity and discriminant validity. The composite reliability coefficient of the latent construct. The composite reliability of each construct ranged from 0.856 to 0.977, this namely internal consistency of the scale. The composite reliability of all constructs is above the threshold of 0.70.



The validity and reliability of the measurement model having established, the next was to test the hypothesized relationship by running algorithm and bootstrapping in smart PLS 3.0. Predictive relevance of the model: the quality of the structural model can be assessed by R². This depicts the variance in the endogenous variable. Based on the result reported in the table 4.5, the R² was found to be 0.499, indicating that intention to select Islamic bank for 49.9%.

Table 3. Results of the Structural Model and Hypotheses Testing

	Betha	S E	T Value	P Values	Decision
Attitude -> Intention	0.272	0.068	4.008	0.000	Supported
Subject Norm ->Intention	0.093	0.044	2.115	0.017	Supported
Religiosity -> Intention	0.237	0.068	3.494	0.000	Supported
Knowledge -> Intention	0.213	0.064	3.341	0.000	Supported
Pricing -> Intention	-0.154	0.049	3.158	0.001	Not-supported
Government Support -> Intention	0.113	0.050	2.253	0.012	Supported

Note: * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$ (one-tailed test)

At the outset, Hypothesis 1 predicted that attitude is significantly and positively influences intention to select IB. Result revealed a significant positive relationship between attitude and Intention ($\beta = .272$, $t = 4.008$, $p=0.000 < 0.05$), supporting Hypothesis 1. Hypothesis 2 predicted that subject norms significantly and positively influences to Intention. A significant positive relationship between subject norms and Intention ($\beta = -0.093$, $t = 2.115$, $p = 0.017 < 0.05$) was found, indicating support for Hypothesis 2.

Similarly, in examining the influence of religion on Intention to select IB, result indicated that religion have significantly and positively relationship with Intention ($\beta = 0.237$, $t = 3.494$, $p = 0.000 < 0.05$), was support Hypothesis 3. Hypotheses 4, knowledge have significantly and positively influences to intention. The result indicated that knowledge have significantly and positively relationship with intention ($\beta = .213$, $t = 3.341$, $p= 0.000$),

supporting Hypotheses 4.

Hypotheses 5, pricing have significantly and negative relationship between pricing and intention to select IB. The result showed significant with ($\beta = -0.154$, $t=0.49$, $p= 0.000<0.05$), this hypotheses not- supported. With respect to Hypothesis 6 on the influence of Government support on Intention, result showed government support significant and positively influences to Intention ($\beta = 0.113$, $t = 2.253$, $p= 0.012 < 0.05$). Hence, this hypothesis supported. Overall, the research model suggests that the six sets of exogenous latent variables collectively explain 49.9% of the variance of intention to select Islamic Banking.

Table 4. Variance Explained in the Endogenous Latent Variables

Latent Variables	Variance Explained (R^2)
Intention to use/select IB	49.9%

1.6 Conclusion

In conclusion, this study examines the factors derived from TRA and TPB which are postulated to influence the intention of customers to use Islamic banking in Indonesia. Using PLS-SEM analysis technique, the findings show there are five factors exhibiting direct and significance impact on intention to use/ select Islamic banking. These are attitude, subjective norm, religión, knowledge, pricing. Therefore, all the direct relationship are supported, except for government support. PLS-SEM results also indicate that the underpinning TRA is applicable to test the intention to use/select Islamic banking in Indonesia. The results imply that

Indonesian Islamic banks should strategize ways to develop positive attitude and reference amongst their customers through greater dissemination of knowledge about Islamic banking while emphasizing on the religious compliance. However, since this study employs only lecturers as respondents, it is recommended that future research should expand the scope of the respondents and inclusion of external variables in the model.



REFERENCES

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, New Jersey: Prentice-Hall.
- Almossawi, M. (2001), "Bank Selection Criteria Employed by College Students in Bahrain: an Empirical Analysis", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 19 No.3, pp. 115-25
- Alam, S.S, et.al. (2012). *Is Religiosity an Important Factor in Influencing the Intention to Undertake Islamic Home Financing in Klang Valley?*. *World Applied Sciences Journal* 19 (7), pp. 1030-1041.
- Amin, H, et.al. (2006). *Islamic Banking development in BIMP-EAGA countries: issues and potential cooperation*. *Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, Vol.3 No. 1, pp. 89-118
- Amin, H. (2008). *Choice Criteria for Islamic Home Financing Empirical Investigation Among Malaysian Bank Customers*. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 1(3), pp. 256-274.
- Amin, H, et.al. (2011). *Determinants of customers' intention to use Islamic personal financing: The Case of Malaysian Islamic Banks*. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. 2011, Vol. 2 No. 1, pp. 22-42
- Alam, S. M, et al. (2008). *Interest, A Condemned Money & Prohibited in the Strongest Possible Terms in Islam*. *Economic Review*, 11, 2008
- Chau, P.Y.K. & Hu, P.J.H. (2001). *Information Technology acceptance by individual professionals: a model comparison approach*. *Decision Science*, Vol. 32 No. 4, pp. 699-719.
- Davis, F.D. et.al. (1989). *User Acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical model*. *Management Science*, Vol. 35 no. 8, pp. 982-1003.
- Dusuki, A., & Abdullah, N. (2007). *Why do Malaysian customers patronise Islamic banks?* *Marketing*, 25(3), pp. 142-160
- Ebert, R.J. & Griffin, R.W. (1998). *Business Essentials*. New Jersey: Prentice

Hall, Eri, Y. (2004). *Retailing on internet the Buying Intention*. (Unpublished Thesis).

Penang: School of Management University Sains Malaysia.

Erol, C. & El-Bdour, R. (1989). *Attitudes, Behaviour, and Patronage Factors of Bank Customers towards Islamic Banks*. International Journal of Bank Marketing, 7(6), pp. 31-37.

Erol, C. & El-Bdour, R. (1990). *Conventional and Islamic Banks: Patronage Behavior of Jordan customers*. International Journal of Bank Marketing, Vol. 8 No.4, pp. 31-37.

Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading: Addison Wisley.

Gopi, M & Ramayah, T. (2007). *Applicability of Theory of Planned Behavior in Predicting Intention to Trade Online: Some evidence from a Developing Country*. International Journal of Emerging Markets, Vol. 2 No. 4, 2007, pp. 348-360.

Haron, S. et.al. (1994). *Bank patronage factors of Muslim and Non-Muslim Customers*.

International Journal of Bank Marketing, 12(1), pp. 32-40

Haron, S. & Yamirudeng, K. (2003). *Islamic Banking in Thailand: Prospects and Challenges*. International Journal of Islamic Financial Services, 5(2), 1-11.

Kaplan, A.M, et.al. (2007). *Factors Influencing The Adoption of Mass Customization: The Impact of Base Category consumption frequency and need satisfaction*. The Journal of Product Innovation Management, Vol. 24 No. 1, pp. 101-16.

Karbhari, Y, et.al. (2004). *Problems and Challenges Facing the Islamic Banking System in the West : The Case of the UK*. Thunderbird International Business Review, Vol 46 (5), pp. 521-543

Khazeh, K. & Decker, W. (1992). *How Customers choose Banks*. Journal of Retail banking, 14(4), pp. 41-44.

- Lewis, W, et.al. (2003). *Sources of influence on beliefs about information technology use: an empirical study of knowledge workers*. MIS Quarterly, Vol.27 No.4, pp. 657-78.
- Makiyan, S.N. (2003). *Role of Rate of Return on Loans in the Islamic Banking System of Iran*. Managerial Finance, 29(7), pp. 62-69.
- Metawa, S.A. & Al-Mossawi, M. (1998). *Banking Behavior of Islamic Bank Customer: Perspectives and Implications*. International Journal of Bank Marketing, 16 (7), pp. 299-313.
- Metwally. (2006). *Economic Consequences of Applying Islamic Principles in Muslim Societies*. Journal of Islamic Banking and Finance 23(1), pp. 11-33
- Othman, A. & Owen, L. (2001). *Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: Case Study in Kuwait finance House*. International Journal of Islamic Financial Services, Vol.3 No.1, pp.1-26.
- Olzon, D. & Zoubi, T.A. (2008). *Using Accounting Ratios to Distinguish Between Islamic and Conventional Banks in the Gcc*. The International Journal of Accounting, 43, pp. 46-65
- Ramayah, T. et.al. (2004). *The relationships between belief, attitude, subjective norm, intention, and behavior towards infant food formula selection: the views of the Malaysian mothers*. Gadjah Mada International Journal of Business, Vol. 6 No. 3, pp. 405-18.
- Ramayah, T. et.al. (2005). *Determinants of Intention to Use an Online Bill Payment System Among MBA Students*. E-Business, No. 9, pp. 80-91.
- Rashid, M. et.al. (2008). *Quality Perception of the Customers towards Domestic Islamic Banks in Bangladesh*. Working Paper, Dhaka
- Shih, Y.Y. & Fang, K. (2004). *The Use of Decomposed Theory of Planned Behavior to Study Internet Banking in Taiwan*. Internet Research, Vol. 14 No. 3, pp. 213-223.
- Tang, Z. et.al. (2011). *Antecedents of Intention to Purchase Mass Customized Products*.

Journal of Product & Brand Management, Vol 20 (4), pp. 316–326.

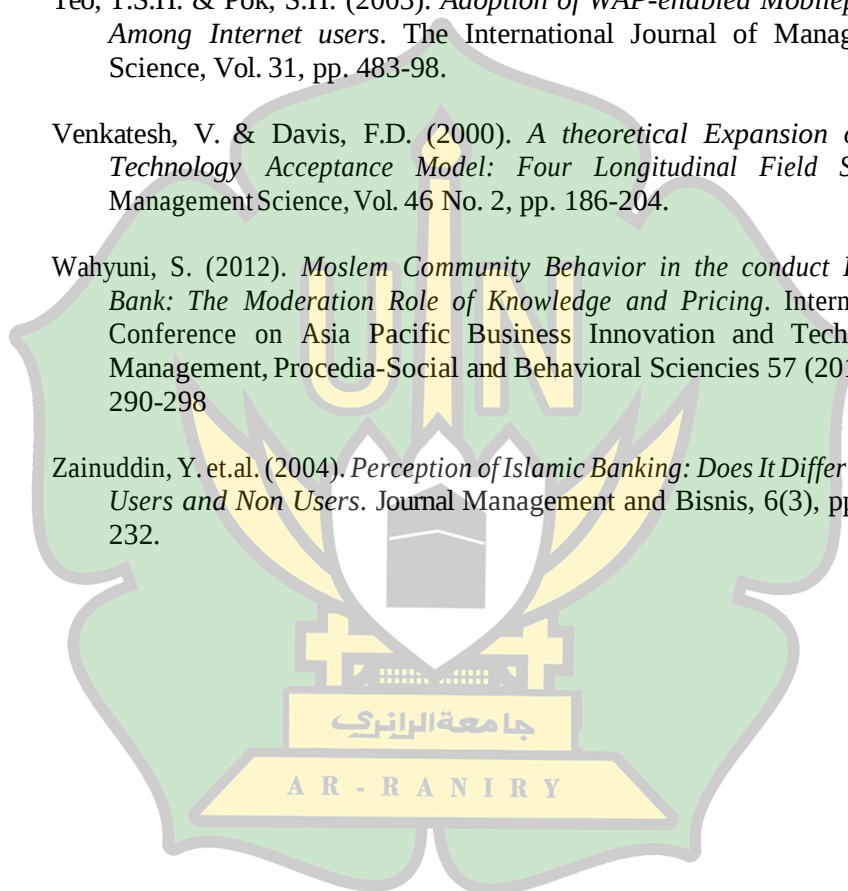
Tan, M. & Teo, T.S.H. (2000). *Factors influencing the adoption of Internet Banking*. Journal of the Association for Information systems, Vol. 1 No. 5, pp. 1-42.

Teo, T.S.H. & Pok, S.H. (2003). *Adoption of WAP-enabled Mobilephones Among Internet users*. The International Journal of Management Science, Vol. 31, pp. 483-98.

Venkatesh, V. & Davis, F.D. (2000). *A theoretical Expansion of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. Management Science, Vol. 46 No. 2, pp. 186-204.

Wahyuni, S. (2012). *Moslem Community Behavior in the conduct Islamic Bank: The Moderation Role of Knowledge and Pricing*. International Conference on Asia Pacific Business Innovation and Technology Management, Procedia-Social and Behavioral Sciencies 57 (2012), pp 290-298

Zainuddin, Y. et.al. (2004). *Perception of Islamic Banking: Does It Differ among Users and Non Users*. Journal Management and Bisnis, 6(3), pp. 221-232.



BAB II

PENERAPAN *THEORY OF REASONED ACTION* DALAM INTENSI PENGGUNAAN PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA

Andi Reni, Nor Hayati Ahmad

2.1 Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengkonstruksi *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planed Behavior* (TPB) pada perilaku intensi konsumen dan pemilihan perbankan Syariah. Penelitian ini menggunakan model persamaan struktural kuadrat terendah parsial dengan variabel seperti sikap, norma, agama, pengetahuan, dukungan pemerintah, dan penetapan harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, norma, agama, pengetahuan dan dukungan pemerintah memiliki pengaruh terhadap intensi dalam memilih perbankan Syariah di Indonesia. Namun penetapan harga tidak memiliki pengaruh dalam pemilihan perbankan Syariah di Indonesia. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perbankan Syariah harus menyusun suatu strategi untuk mengembangkan sikap yang positif dan memberikan referensi kepada para konsumen untuk penyebaran pengetahuan yang lebih besar tentang perbankan syariah dalam menyesuaikan dengan kesesuaian prinsip Syariah.

2.2 Pendahuluan

Indonesia adalah negara Muslim terpadat di dunia dengan total populasi 207,18 juta Muslim (Biro Pusat Statistik Indonesia, 2010). Meskipun Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di

dunia, perbankan Syariah datang agak terlambat ke Indonesia. Karya Biro Syariah Bank Indonesia menunjukkan bahwa Indonesia, terutama di daerah-daerah tertentu, telah cukup besar permintaan yang belum terpenuhi untuk perbankan Syariah (Cetak Biru Perbankan Syariah Bank Indonesia, 2010). Di Indonesia, industri perbankan menjadi sangat kompetitif sejak tahun 2008 ketika pemerintah me-deregulasi sektor perbankan pada tahun 1998. Program deregulasi dikenal sebagai PAKTO yang menghapus berbagai peraturan dan ketentuan yang pada satu sisi membatasi pendirian bank swasta baru, sementara di sisi lain, pemerintah mengizinkan bank asing beroperasi di Indonesia dalam bentuk usaha patungan dengan bank lokal. Bank lokal termasuk bank Syariah menghadapi persaingan ketat karena masuknya bank asing. Namun, dilihat dari pasar perbankan Syariah yang belum dimanfaatkan secara luas, bank Syariah Indonesia sangat ingin memperluas pangsa pasar mereka sebagai strategi untuk memiliki lebih besar daya saing dari pesaingnya. Berbagai upaya untuk mengembangkan perbankan Syariah di Indonesia telah menunjukkan hasil yang baik seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1. Deposito perbankan Syariah rata-rata memiliki pertumbuhan sebesar 31,6%, sementara pembiayaan mencatat tingkat pertumbuhan rata-rata 37,5%.

**Tabel.1. Statistik Bank Syariah Vs Bank Komersial
: 2009 – 2013
(Dalam Milyaran Rupiah)**

Tahun/Unit Bagian	2010	2011	% Gr	2012	% Gr	2013	% Gr	%Rata Gr
Asset BS	97,519	145,467	49.1	195,018	34.1	223,503	14.6	32.6
Aset BK	3,008,853	3,652,832	21.4	3,542,518	-3.0	3,197,384	-9.7	2.9
Total Aset	3,106,372	3,798,299	22.3	3,737,536	-1.6	3,420,887	-8.5	4.1
% Aset BS	3.14	3.83	21.97	5.23	3.7	6.5	24.3	18.3
Deposito BS	76,036	115,415	51.8	147,512	27.8	170,222	15.4	31.6
Deposito BK	2,563,562	3,093,848	20.9	3,542,518	14.5	3,197,384	9.7	15.1
Total Deposit	2,639,598	3,209,263	21.6	3,690,030	14.98	3,367,606	-8.4	9.4
Deposit BS	2.88	3.6	25	3.99	10.8	5.05	26.6	28.15
Pendanaan BS	68,81	102,655	50.6	147,505	43.7	174,537	18.3	37.5
Pendanaan BK	2,765,912	3,412,463	23.38	4,172,672	22.28	4,627,191	10.9	9.4
Jumlah Pendanaan	2,834,093	3,515,118	24.1	4,320,177	22.9	4,801,728	11.2	19.96
% Pendanaan BS	2.41	2.92	21.2	3.414	16.9	3.635	6.5	16.13

Sumber: Statistik Perbankan Islam (Islamic Banking Statistics), Agustus, 2013

Tabel 1 menunjukkan bahwa pada akhir 2013, total simpanan di bank konvensional adalah Rp3.197.384 Milyar, sedangkan total sistem simpanan bank Syariah adalah Rp.170.222 Milyar. Jumlah tersebut mewakili pangsa pasar 5,05% untuk deposito perbankan Syariah dari total setoran sistem perbankan pada tahun 2013. Pembiayaan bank Syariah adalah Rp.174.537 juta mewakili 3,6% dari total sistem perbankan. Meskipun tren tersebut meningkat, dapat diamati bahwa sampai Agustus tahun 2013, pangsa perbankan Syariah hanya 6,5% terhadap total aset

perbankan, 5,1% jumlah dana dan 3,64% pembiayaan total sistem perbankan Indonesia. Statistik menunjukkan bahwa pangsa pasar perbankan Syariah Indonesia sebesar 6,5%, jumlah tersebut sangat kecil jika dibandingkan dengan 93,5% pangsa pasar perbankan konvensional.

Statistik juga menunjukkan kurangnya partisipasi penduduk Indonesia yang merupakan populasi Muslim terbesar di dunia jika dibandingkan dengan Malaysia yang telah mencapai 20,6 persen saham perbankan Syariah meskipun total populasinya hanya 29,7 juta pada tahun 2013 (Laporan Ekonomi, Kementerian Keuangan, Malaysia 2013). Situasi ini menghadirkan tantangan bagi bank Syariah Indonesia dalam pemasaran jasa keuangan ke ritel pelanggan mereka yang memiliki budaya sangat bergantung pada hubungan tatap muka untuk membangun penjualan (bisnis global Indonesia, 2013). Tantangan tersebut mendorong dilaksanakannya sebuah investigasi untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat membantu bank Syariah untuk mengembangkan strategi yang tepat untuk menciptakan permintaan perbankan Syariah. Dari latar belakang masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat meningkatkan pangsa perbankan Syariah di Indonesia berdasarkan penerapan Teori Alasan Tindakan (*Theory of Reasoned Action*) dan Teori Perilaku yang Direncanakan (*Theory of Planned Behavior*).

2.3 Tinjauan Pustaka

Perlambatan pertumbuhan perbankan Syariah di Indonesia dapat disebabkan oleh banyak faktor: agama, pengetahuan yang terbatas, sikap dan lemahnya dukungan pemerintah. Pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang perbankan Syariah masih rendah seperti yang diklaim oleh Fansuri (2010). Hal tersebut mungkin karena kurangnya sosialisasi atau promosi yang dilakukan oleh Bank Indonesia kepada masyarakat di seluruh daerah. Sebagian masyarakat memang telah mengetahui tentang keberadaan perbankan Syariah. Fansuri (2010) menegaskan bahwa masyarakat mungkin memiliki persepsi baik dan bahkan buruk tentang perbankan Syariah. Sikap masyarakat adalah mereka masih ragu atau bahkan tidak percaya dengan kinerja perbankan Syariah. Kurangnya bukti empiris untuk membuktikan pengaruh sikap terhadap pemilihan bank Syariah adalah yang dimaksudkan untuk dibahas dalam penelitian ini. Dukungan pemerintah yang lemah dikutip oleh Vizcaino dan Suroyo, (2014).

Dalam TRA, sikap adalah variabel penting yang memprediksi secara langsung dan tidak langsung intensi perilaku (Fishbein & Ajzen, 1975). Para peneliti menegaskan bahwa sikap terhadap objek adalah fungsi dari keyakinan individu terhadap objek dan evaluasi implisit individu dari keyakinan yang dia pegang serta fungsi konsekuensi yang dirasakan dari melakukan perilaku yang menarik baginya, evaluasi subyektif individu terhadap konsekuensinya (Fishbein & Ajzen, 1975). Studi

sebelumnya telah membuktikan hubungan langsung yang signifikan antara sikap terhadap intensi tindakan tetapi dilakukan dalam ranah internet banking. (Athiyaman, 2002; Davis et al., 1989; Gopi & Ramayah, 2007; Ma'ruf et al., 2003; Mei, 2005; Ramayah et al., 2004; Shih & Fang, 2004; Taylor & Todd, 1995; Eri, 2004). Amin et al. (2011) menemukan bahwa sikap berhubungan positif dengan intensi untuk menggunakan pembiayaan rumah Syariah. Penelitian ini mengukur sikap dari 5 elemen sikap seperti kesadaran, pengetahuan, kewajiban agama yang dapat mempengaruhi intensi tindakan dosen untuk memilih pembiayaan rumah Syariah. Maka hipotesis yang diajukan adalah:

Teori TRA dan TPB mendalilkan bahwa norma subjek (NS) mempengaruhi intensi tindakan (Ajzen & Fishbein, 1980; Fishbein & Ajzen, 1975). Fishbein dan Ajzen (1975) menemukan bahwa norma subyektif adalah fungsi dari harapan yang dirasakan oleh individu atau kelompok yang penting bagi diri mereka dan dari motivasi mereka untuk memenuhi harapan. Hasil penelitian pada pengaruh norma subyektif terhadap intensi tindakan saling bertentangan. Davis et al. (1989), Chau dan Hu (2001), dan Lewis, Agarwal, dan Sambamurthy (2003) menemukan bahwa norma subyektif tidak signifikan terhadap intensi tindakan. Namun, Taylor dan Todd (1995), Venkatesh dan Davis (2000), Ma'ruf et al. (2003), Ramayah, Noor, Nasurdin, dan Sin (2004), Eri (2004), Chan dan Lu (2004), Ramayah, Ling, Norazah, dan Ibrahim (2005), Mei (2005), dan Gopi dan Ramayah (2007) menemukan bahwa

norma subjektif memiliki hubungan langsung yang positif terhadap intensi tindakan. Dalam konteks keuangan Syariah, norma subyektif memiliki dampak langsung terhadap intensi (Amin et al., 2011).

Agama adalah elemen kunci kelompok kepercayaan (Haq dan Smithson, 2003). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa agama (Islam) sebagai alasan utama untuk memilih bank Syariah (Dusuki dan Abdullah, 2007; Wilson, 1995; Owen dan Othman, 2001; Metawa dan Almossawi, 1998; Rashid et al; 2009).

Namun, Haron (1994) dan Erol, C dan El-Bdour (1989) menemukan bahwa agama tidak mempunyai pengaruh signifikan tetapi motivasi keuntungan kriteria adalah faktor penting untuk memilih perbankan Syariah di Malaysia dan Yordania. Dalam konteks Malaysia, Amin et al, (2011) memberikan bukti bahwa kewajiban agama secara signifikan mempengaruhi intensi untuk memilih pembiayaan rumah Syariah.

Tang et al, (2011) pada pengguna komputer pribadi di Tiongkok menemukan pengetahuan komputer yang dimiliki memiliki efek positif pada intensi beli. Kaplan et al, (2007) yang melakukan penelitian terhadap pelanggan media cetak menunjukkan bahwa pengetahuan tentang kategori media cetak memiliki dampak langsung yang signifikan terhadap intensi berlangganan. Salamah Wahyuni, (2012) melakukan penelitian tentang tindakan komunitas Muslim membuktikan kembali pernyataan Tang et al (2011) bahwa pengetahuan merupakan

penentu yang signifikan terhadap intensi untuk menggunakan/memilih bank Syariah.

Harga mengacu pada harga yang sesuai dalam menjual produk pembiayaan dan pengaturan keseimbangan antara bank dan minat konsumen (Ebert dan Griffin, 1998). Menurut Olson dan Zoubi (2008), bank Syariah menggunakan pembagian untung dan rugi dalam membebankan biaya layanan transaksi keuangan. Abdullah dan Dusuki (2006) menemukan bahwa bank Syariah membebankan harga beli dan sewa lebih mahal daripada bank konvensional.

Namun, Amin (2008) menemukan harga yang lebih rendah adalah salah satu motivasi bagi pelanggan untuk menggunakan bank Syariah.

Makiyan, (2004) menemukan bahwa di Iran, intervensi pemerintah memainkan peran yang lebih penting dalam perbankan Syariah daripada faktor ekonomi. Di Inggris, masalah utama yang dihadapi dalam pengembangan bank Syariah adalah struktur hukum dan keengganan pemerintah untuk memberikan lisensi perbankan Syariah (Karbhari et al., 2004). Di Thailand, masa depan perbankan Syariah sangat tergantung pada individu Muslim dan organisasi Muslim yang mendukung selama fase pertumbuhan (Haron dan Yamirudeng, 2003). Di Malaysia, dukungan pemerintah untuk perbankan Syariah kuat dan bisa dilihat dalam Rencana Malaysia ke-9, dengan banyaknya penerbitan lisensi perbankan Syariah dan pengembangan kerangka kerja regulasi Syariah. (Amin et al., 2006;

Review BIS, 2004). (Teo & Polk, 2003) menemukan bahwa dukungan pemerintah menyediakan efek positif terhadap intensi tetapi hasil penelitian Tan & Teo, (2000); Hernandez & Mazzon, (2007) menemukan sebaliknya. Walaupun demikian, berdasarkan pengalaman Malaysia, diharapkan bahwa dukungan pemerintah dapat mempengaruhi intensi pelanggan untuk menggunakan bank Syariah di Indonesia.

2.4 Metode Penelitian

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang didistribusikan kepada sampel yang berjumlah 500 responden yang merupakan dosen dari 4 universitas negeri. 375 sampel yang dikumpulkan mewakili tingkat respons 75%. Namun sebenarnya hanya 275 kuesioner yang digunakan. Kuesioner diadaptasi dari penelitian sebelumnya: intensi untuk menggunakan / memilih perbankan Syariah diukur menggunakan 6 item dari Ajzen et al (1980); sikap dan norma subjektif dari Ajzen (1980), agama (4 item), harga (6 item) dari Amin et al. (2011), pengetahuan (11 item) dari Erol C Bdour dan Sudin Haron (1989), dan dukungan pemerintah (6 item) dari Amin dan Tan & Teo, (2000).

Data yang dianalisis menunjukkan reabilitas yang tinggi dengan Cronbach Koefisien Alpha yang lebih besar dari 0,7 dan skor validitas di atas 0,7 Kaiser-Meyer Olkin. Kemudian, model penelitian tersebut diuji menggunakan model persamaan struktural kuadrat terendah parsial. Penelitian ini mengusulkan persamaan umum sebagai berikut:

$$INT_i = \alpha + \beta ATD_i + \delta SN_i + \gamma RLG_i + \lambda KNL_i + \psi PRC_i + \chi GS_i + e_{it}$$

Dimana:

INT = Intensi;

ATD = Sikap;

SN = Norma Subjek;

RLG = Agama;

KNL = Pengetahuan;

PRC = Harga;

GS = Dukungan Pemerintah.

2.5 Hasil Penelitian dan Diskusi

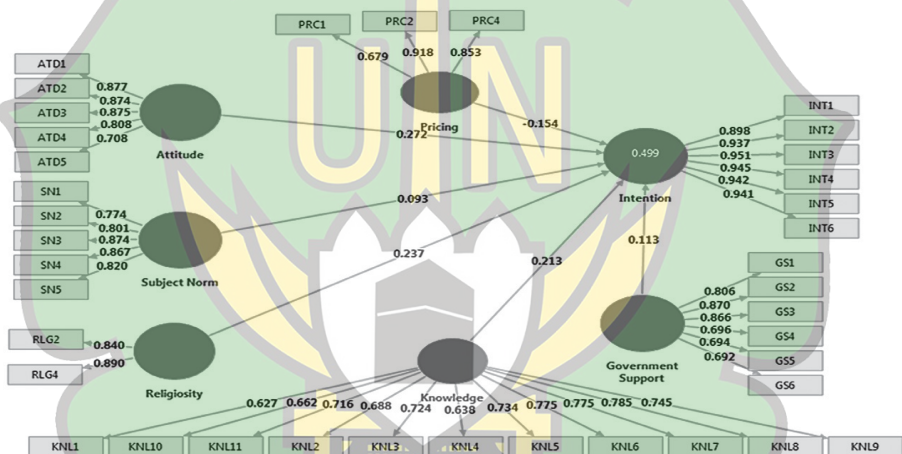
Profil demografis responden menunjukkan 43,3% responden adalah laki-laki dan 56,7% adalah perempuan dengan 35,3% peserta berada dalam kelompok 30-39 tahun. 64,7% dari dosen memiliki gelar Master. Dalam hal agama, 97% beragama Islam 97%, 1,7 Kristen, dan 1,3% Hindu-Budha. Dalam hal Penghasilan, 35,3% menghasilkan antara Rp5.000.000-7.000.000 sedangkan 27,7% menghasilkan Rp3.000.000-5.000.000. Responden berasal dari daerah yang berbeda seperti daerah barat (16%), pusat (59.3%), dan timur (24.3%). Analisis deskriptif menunjukkan bahwa dosen yang menggunakan bank Syariah kurang dari 1 tahun berjumlah 8.3%, 1-5 tahun adalah 63%, 6-10 tahun adalah 24.3%, dan lebih dari 10 years adalah 4.3%. Jumlah seringnya menggunakan bank Syariah perbulan, 1-3 kali adalah (18%), 4-6 kali (30%), 7-9 kali (22%), dan lebih dari 10 kali (29%).

Tabel 2. Statistik Deskripsif untuk Variable Laten

Variable Laten	Jumlah Item	Nilai Tengah	Standar Deviasi
Sikap	5	3.786	.636
Norma Subjektif	5	2.674	1.011
Agama	4	3.385	.968
Pengetahuan	11	3.664	.855
Harga	6	2.910	.996
Dukungan Pemerintah	6	3.518	.763

Tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan untuk variabel laten berkisar antara 2,674 dan 3.786. Secara khusus, mean dan standar deviasi untuk sikap adalah 3,786 dan 0,636, masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki sikap tingkat sedang untuk memilih perbankan Syariah. Statistik juga menunjukkan bahwa nilai mean untuk norma subyektif adalah 2,674 dari skala 5. Ini menunjukkan bahwa responden merasakan pengaruh dari kelompok penyeimbang terhadap intensi untuk memilih Bank Syariah yang adalah dalam tingkat sedang. Namun, ada beberapa perbedaan dalam tanggapannya reponden seperti yang ditunjukkan oleh standar deviasi 1.011. Hasil menunjukkan skor rata-rata yang lebih tinggi untuk agama (Mean = 3,385) dan pengetahuan dengan rata-rata 3,664. Nilai mean tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju terhadap pengaruh penting agama dan pengetahuan dalam menciptakan intensi untuk menggunakan bank Syariah.

Penilaian model pengukuran dan penilaian model struktural menggunakan penilaian jalur PLS yang diadopsi dari proses dua langkah oleh Hair et.al (2014) dan Haseler et.al (2009). Penilaian model pengukuran dalam menunjukkan reabilitas setiap item, reabilitas konsistensi internal, validitas konvergen, dan validitas diskriminan. Reabilitas komposit masing-masing konstruk berkisar dari 0,856 hingga 0,977, yaitu konsistensi skala internal. Reabilitas semua konstruksi diatas ambang 0,70.



Ketika validitas dan reliabilitas model pengukuran telah ditetapkan, selanjutnya adalah menguji hubungan yang dihipotesiskan dengan menjalankan algoritma dan bootstrap di smart PLS 3.0. Relevansi prediktif model: kualitas model struktural dapat dinilai dengan R^2 . Ini menggambarkan keberagaman dalam variable endogen. Berdasarkan hasil yang dilaporkan dalam tabel 4.5, R^2 ditemukan 0,499, menunjukkan bahwa intensi untuk memilih bank syariah adalah 49,9%.

Tabel 3. Hasil dari Model Struktural dan Pengujian Hipotesis

	Betha	S E	Nilai T	Nilai P	Keputusan
Sikap -> Intensi	0.272	0.068	4.008	0.000	Didukung
Norma Subjective -> Intensi	0.093	0.044	2.115	0.017	Didukung
Keagamaan-> Intensi	0.237	0.068	3.494	0.000	Didukung
Pengetahuan -> Intensi	0.213	0.064	3.341	0.000	Didukung
Harga -> Intensi	-0.154	0.049	3.158	0.001	Tidak Didukung
Dukungan pemerintah -> Intensi	0.113	0.050	2.253	0.012	Didukung

Catatan: * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$ (uji satu sisi)

Pada awalnya, Hipotesis 1 memprediksi bahwa sikap mempengaruhi secara signifikan dan positif intensi untuk memilih bank Syariah. Hasil penelitian mengungkapkan hubungan positif yang signifikan antara sikap dan intensi ($\beta = .272$, $t = 4.008$, $p = 0.000 < 0,05$), mendukung Hipotesis 1. Hipotesis 2 memprediksi bahwa norma-norma subjek secara signifikan berpengaruh positif terhadap intensi. Hubungan positif yang signifikan antara norma subjek dan intensi ($\beta = -0,093$, $t = 2,115$, $p = 0,017 < 0,05$) ditemukan, menunjukkan dukungan untuk hipotesis 2.

Demikian pula, dalam memeriksa pengaruh agama pada intensi untuk memilih bank Syariah, Hasil penelitian menunjukkan bahwa agama memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap intensi ($\beta = 0,237$, $t = 3.494$, $p = 0.000 < 0.05$),

mendukung hipotesis 3. Hipotesis 4, pengetahuan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap intensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap intensi ($\beta = .213$, $t = 3.341$, $p = 0.000$), mendukung hipotesis 4. Hipotesis 5, harga mempunyai hubungan signifikan dan negatif terhadap intensi untuk memilih bank Syariah. Hasil penelitian menunjukkan data yang signifikan ($\beta = -0.154$, $t = 0.49$, $p = 0.000 < 0.05$), hipotesis ini tidak didukung. Pada hipotesis 6 tentang pengaruh pemerintah untuk mendukung intensi, hasilnya menunjukkan bahwa dukungan pemerintah mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap intensi ($\beta = 0.113$, $t = 2.253$, $p = 0.012 < 0.05$). Oleh karena itu, hipotesis ini didukung. Secara keseluruhan, model penelitian ini menunjukkan bahwa enam set variabel laten eksogen secara kolektif menjelaskan 49,9% dari jenis intensi untuk memilih perbankan Syariah.

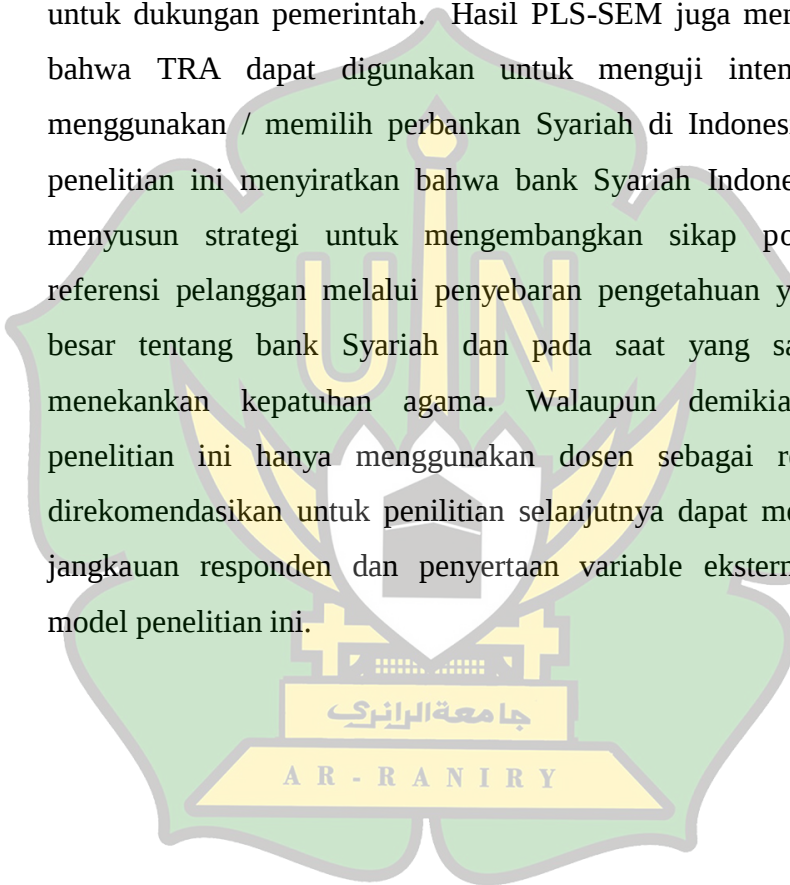
Tabel 4. Jenis intensi yang dijelaskan dalam Variable

Laten Endogen	
Variable Laten Jenis yang dijelaskan (R^2)	
Intensi untuk memilih bank Syariah	49.9%

2.6 Kesimpulan

Kesimpulannya, penelitian ini meneliti faktor-faktor yang berasal dari TRA dan TPB yang dipercaya mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan perbankan Syariah di Indonesia. Penggunaan teknik analisis PLS-SEM menunjukkan adanya lima

faktor yang menunjukkan dampak langsung dan signifikan terhadap intensi untuk menggunakan / memilih perbankan Syariah. Faktor tersebut adalah sikap, norma subyektif, agama, pengetahuan, dan harga. Karena itu, semua hubungan langsung didukung, kecuali untuk dukungan pemerintah. Hasil PLS-SEM juga menunjukkan bahwa TRA dapat digunakan untuk menguji intensi dalam menggunakan / memilih perbankan Syariah di Indonesia. Hasil penelitian ini menyiratkan bahwa bank Syariah Indonesia harus menyusun strategi untuk mengembangkan sikap positif dan referensi pelanggan melalui penyebaran pengetahuan yang lebih besar tentang bank Syariah dan pada saat yang sama juga menekankan kepatuhan agama. Walaupun demikian, karna penelitian ini hanya menggunakan dosen sebagai responden, direkomendasikan untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas jangkauan responden dan penyertaan variable eksternal dalam model penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, New Jersey: Prentice-Hall.
- Almossawi, M. (2001), "Bank Selection Criteria Employed by College Students in Bahrain: an Empirical Analysis", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 19 No.3, pp. 115-25
- Alam, S.S, et.al. (2012). *Is Religiosity an Important Factor in Influencing the Intention to Undertake Islamic Home Financing in Klang Valley?*. World Applied Sciences Journal 19 (7), pp. 1030-1041.
- Amin, H, et.al. (2006). *Islamic Banking development in BIMP-EAGA countries: issues and potential cooperation*. Journal of Muamalat and Islamic Finance Research, Vol.3 No. 1, pp. 89-118
- Amin, H. (2008). *Choice Criteria for Islamic Home Financing Empirical Investigation Among Malaysian Bank Customers*. International Journal of Housing Markets and Analysis, 1(3), pp. 256-274.
- Amin, H, et.al. (2011). *Determinants of customers' intention to use Islamic personal financing: The Case of Malaysian Islamic Banks*. Journal of Islamic Accounting and Business Research. 2011, Vol. 2 No. 1, pp. 22-42
- Alam, S. M, et al. (2008). *Interest, A Condemned Money & Prohibited in the Strongest Possible Terms in Islam*. Economic Review, 11, 2008
- Chau, P.Y.K. & Hu, P.J.H. (2001). *Information Technology acceptance by individual professionals: a model comparison approach*. Decision Science, Vol. 32 No. 4, pp. 699-719.

- Davis, F.D. et.al. (1989). *User Acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical model*. Management Science, Vol. 35 no. 8, pp. 982-1003.
- Dusuki, A., & Abdullah, N. (2007). *Why do Malaysian customers patronise Islamic banks?* Marketing, 25(3), pp. 142-160
- Ebert, R.J. & Griffin, R.W. (1998). *Business Essentials*. New Jersey: Prentice Hall.
- Eri, Y. (2004). *Retailing on internet the Buying Intention*. (Unpublished Thesis).
- Penang: School of Management University Sains Malaysia.
- Erol, C. & El-Bdour, R. (1989). *Attitudes, Behaviour, and Patronage Factors of Bank Customers towards Islamic Banks*. International Journal of Bank Marketing, 7(6), pp. 31-37.
- Erol, C. & El-Bdour, R. (1990). *Conventional and Islamic Banks: Patronage Behavior of Jordan customers*. International Journal of Bank Marketing, Vol. 8 No.4, pp. 31-37.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading: Addison Wisley.
- Gopi, M & Ramayah, T. (2007). *Applicability of Theory of Planned Behavior in Predicting Intention to Trade Online: Some evidence from a Developing Country*. International Journal of Emerging Markets, Vol. 2 No. 4, 2007, pp. 348-360.
- Haron, S. et.al. (1994). *Bank patronage factors of Muslim and Non-Muslim Customers*. International Journal of Bank Marketing, 12(1), pp. 32-40
- Haron, S. & Yamirudeng, K. (2003). *Islamic Banking in Thailand: Prospects and Challenges*. International Journal of Islamic Financial Services, 5 (2), 1-11.

- Kaplan, A.M, et.al. (2007). *Factors Influencing The Adoption of Mass Customization: The Impact of Base Category consumption frequency and need satisfaction*. The Journal of Product Innovation Management, Vol. 24 No. 1, pp. 101-16.
- Karbhari, Y, et.al. (2004). *Problems and Challenges Facing the Islamic Banking System in the West : The Case of the UK*. Thunderbird International Business Review, Vol 46 (5), pp. 521-543
- Khazeh, K. & Decker, W. (1992). *How Customers choose Banks*. Journal of Retail banking, 14(4), pp. 41-44.
- Lewis, W, et.al. (2003). *Sources of influence on beliefs about information technology use: an empirical study of knowledge workers*. MIS Quarterly, Vol. 27 No. 4, pp. 657-78.
- Makiyan, S.N. (2003). *Role of Rate of Return on Loans in the Islamic Banking System of Iran*. Managerial Finance, 29(7), pp. 62-69.
- Metawa, S.A. & Al-Mossawi, M. (1998). *Banking Behavior of Islamic Bank Customer: Perspectives and Implications*. International Journal of Bank Marketing, 16 (7), pp. 299-313.
- Metwally. (2006). *Economic Consequences of Applying Islamic Principles in Muslim Societies*. Journal of Islamic Banking and Finance 23(1), pp. 11-33
- Othman, A. & Owen, L. (2001). *Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: Case Study in Kuwait finance House*. International Journal of Islamic Financial Services, Vol.3 No.1, pp.1-26.
- Olzon, D. & Zoubi, T.A. (2008). *Using Accounting Ratios to Distinguish Between Islamic and Conventional Banks in the Gcc*. The International Journal of Accounting, 43, pp. 46-65
- Ramayah, T. et.al. (2004). *The relationships between belief, attitude, subjective norm, intention, and behavior towards infant food formula selection: the views of the Malaysian mothers*. Gadjah

- Mada International Journal of Business, Vol. 6 No. 3, pp. 405-18.
- Ramayah, T. et.al. (2005). *Determinants of Intention to Use an Online Bill Payment System Among MBA Students*. E-Business, No. 9, pp. 80-91.
- Rashid, M. et.al. (2008). *Quality Perception of the Customers towards Domestic Islamic Banks in Bangladesh*. Working Paper, Dhaka
- Shih, Y.Y. & Fang, K. (2004). *The Use of Decomposed Theory of Planned Behavior to Study Internet Banking in Taiwan*. Internet Research, Vol. 14 No. 3, pp. 213-223.
- Tang, Z. et.al. (2011). *Antecedents of Intention to Purchase Mass Customized Products*. Journal of Product & Brand Management, Vol 20 (4), pp. 316–326.
- Tan, M. & Teo, T.S.H. (2000). *Factors influencing the adoption of Internet Banking*. Journal of the Association for Information systems, Vol. 1 No. 5, pp. 1-42.
- Teo, T.S.H. & Pok, S.H. (2003). *Adoption of WAP-enabled Mobilephones Among Internet users*. The International Journal of Management Science, Vol. 31, pp. 483-98.
- Venkatesh, V. & Davis, F.D. (2000). *A theoretical Expansion of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. Management Science, Vol. 46 No. 2, pp. 186-204.
- Wahyuni, S. (2012). *Moslem Community Behavior in the conduct Islamic Bank: The Moderation Role of Knowledge and Pricing*. International Conference on Asia Pacific Business Innovation and Technology Management, Procedia-Social and Behavioral Sciences 57 (2012), pp 290-298
- Zainuddin, Y. et.al. (2004). *Perception of Islamic Banking: Does It Differ among Users and Non Users*. Journal Management and Bisnis, 6(3), pp. 221-232.

BAB III REVIEW ARTIKEL

Judul : Application Of Theory Reasoned Action In
Intention To Use Islamic Banking In
Indonesia
Penulis : Andi Reni, Nor Hayati Ahmad
Tahun : 1 Januari 2016
Publisher journal : Al-Iqtishad : Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah
(Journal Of Islamic Economic)
Review : Nailil Authar

3.1 Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengkonstruksi *Theory of Reasoned action* (TRA) dan *Theory of Plan Behavior* (TPB) pada perilaku intensi konsumen dan pemilihan perbankan Syariah. Penelitian ini menggunakan model persamaan struktural kuadrat terendah parsial dengan variabel seperti sikap, norma, agama, pengetahuan, dukungan pemerintah, dan penetapan harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, norma, agama, pengetahuan dan dukungan pemerintah memiliki pengaruh terhadap intensi dalam memilih perbankan Syariah di Indonesia. Namun penetapan harga tidak memiliki pengaruh dalam pemilihan perbankan Syariah di Indonesia. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perbankan Syariah harus menyusun suatu strategi untuk mengembangkan sikap yang positif dan memberikan referensi kepada para konsumen untuk penyebaran pengetahuan yang lebih besar tentang perbankan syariah dalam menyesuaikan dengan kesesuaian prinsip Syariah.

3.2 Variabel Independen

Variabel independen pada artikel tersebut diatas adalah sebagai berikut :

- a. Sikap
- b. Norma subyektif
- c. Agama
- d. Pengetahuan
- e. Dukungan pemerintah
- f. Penetapan harga

3.3 Variabel Dependen

Variabel dependen pada artikel tersebut diatas adalah sebagai berikut :

Intensi dalam pemilihan perbankan Syariah di Indonesia

3.4 Reasearch GAP

Kurangnya partisipasi penduduk Indonesia yang merupakan populasi Muslim terbesar di dunia terhadap perbankan syariah, statistik menunjukkan bahwa pangsa pasar perbankan syariah Indonesia sebesar 6.5%, jumlah tersebut sangat kecil jika dibandingkan dengan 93,5% pangsa pasar perbankan konvensional (Statistik Perbankan Islam (Islamic Banking Statistics, 2013). Situasi ini menghadirkan tantangan bagi bank Syariah Indonesia dalam pemasaran jasa keuangan ke ritel pelanggan mereka yang memiliki budaya sangat bergantung pada hubungan tatap muka

untuk membangun penjualan (bisnis global Indonesia, 2013). Tantangan tersebut mendorong dilaksanakannya sebuah investigasi untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat membantu bank Syariah untuk mengembangkan strategi yang tepat untuk menciptakan permintaan perbankan Syariah di Indonesia berdasarkan penerapan Teori Alasan Tindakan (*Theory of Reasoned Action*) dan Teori Perilaku yang Direncanakan (*Theory of Planned Behavior*), untuk menguji pengaruh variable terhadap intensi dalam pemilihan perbankan Syariah di Indonesia.

3.5 Originalitas

Originalitas dari artikel tersebut diatas bertujuan untuk mengkonstruksi *Theory of reasoned action* (TRA) dan *Theory of Plan Behavior* (TPB) pada prilaku intensi konsumen dan pemilihan perbankan Syariah.

Konstruksi TRA dan TPB dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat membantu bank Syariah dalam mengembangkan strategi yang tepat untuk menciptakan permintaan perbankan Syariah. Maka pada penelitian tersebut diatas peneliti menggunakan variabel-variabel sebagai berikut : sikap, norma subjektif, agama, pengetahuan, dukungan pemerintah, dan penetapan harga sebagai variabel bebasnya dan intensi dalam memilih Bank Syariah di Indonesia sebagai variabel dependen atau variabel terikat nya.

3.6 Metodologi

Artikel ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode *Structural equation modeling* berbasis *Partial least square* (PLS-SEM). PLS adalah model persamaan struktural (SEM) yang berbasis komponen atau varian, sedangkan *Structural equation model* (SEM) adalah salah satu rangkaian statistik yang dapat menguji sebuah rangkaian hubungan yang relatif sulit terukur secara bersamaan.

Pada artikel ini data dikumpulkan melalui kuesioner yang didistribusikan kepada sampel yang berjumlah 500 responden yang merupakan dosen dari 4 universitas negeri, profil demografis responden menunjukkan 43,3% responden adalah laki-laki dan 56,7% adalah perempuan dengan 35,3% peserta berada dalam kelompok 30-39 tahun. Sebanyak 375 sampel yang dikumpulkan mewakili tingkat respons 75%. Namun sebenarnya hanya 275 kuesioner yang digunakan. Kuesioner diadaptasi dari penelitian sebelumnya yaitu intensi untuk menggunakan / memilih perbankan Syariah.

3.7 Teori yang Digunakan

- a. *Theory of reason action* (TRA), menjelaskan tentang perilaku yang berubah berdasarkan hasil dari niat perilaku dan perilaku dipengaruhi oleh norma sosial dan sikap individu terhadap perilaku. Dalam TRA, sikap adalah variabel penting yang memprediksi secara langsung dan tidak langsung intensi perilaku (Fishbein & Ajzen, 1975). Teori TRA dan TPB

mengemukakan bahwa norma subjek mempengaruhi intensi tindakan (Ajzen & Fishbein, 1980; Fishbein & Ajzen, 1975). Fishbein dan Ajzen (1975) menemukan bahwa norma subyektif adalah fungsi dari harapan yang dirasakan oleh individu atau kelompok yang penting bagi diri mereka dan dari motivasi mereka untuk memenuhi harapan.

- b. *Theory of planned behavior* (TPB), yaitu kepercayaan bahwa individu dapat melakukan suatu perilaku didasari oleh kemampuannya untuk melakukannya (Ajzen, 1988). Menurut Wellington et al *Theory of planned behavior* memiliki keunggulan dibandingkan dengan teori perilaku yang lain, karena teori ini merupakan teori yang dapat mengidentifikasi keyakinan seseorang terhadap pengendalian atas sesuatu yang akan terjadi dari hasil perilaku, sehingga hal ini membedakan antara perilaku seseorang yang berkehendak dan yang tidak berkehendak (Naury, 2010).
- c. Agama, adalah elemen kunci kelompok kepercayaan (Haq dan Smithson, 2003). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa agama (Islam) sebagai alasan utama untuk memilih bank Syariah (Dusuki dan Abdullah, 2007; Wilson, 1995; Owen dan Othman, 2001; Metawa dan Almossawi, 1998; Rashid et al; 2009). Khan (2010) menemukan bahwa religiusitas juga berkaitan dengan tingkah laku individu dalam memilih jasa perbankan syariah, penelitian ini menemukan bahwa Bank Syariah di Pakistan memiliki tingkat pertumbuhan deposito

jauh lebih besar dari Bank Konvensional.

- d. Pengetahuan, Adawiyah (2015) dalam Mujaddid dan Nugroho (2019) pengetahuan merupakan semua informasi yang diketahui konsumen mengenai berbagai jenis produk dan jasa serta informasi yang diketahui konsumen mengenai berbagai jenis produk dan jasa serta informasi lainnya dalam hal ini tentang produk dan jasa bank syariah. Salamah Wahyuni, (2012) juga melakukan penelitian tentang tindakan komunitas Muslim membuktikan kembali pernyataan Tang et al (2011) bahwa pengetahuan merupakan penentu yang signifikan terhadap intensi untuk menggunakan/memilih bank Syariah.
- e. Dukungan pemerintah, Makiyan, (2004) menemukan bahwa di Iran, intervensi pemerintah memainkan peran yang lebih penting dalam perbankan Syariah daripada faktor ekonomi. (Teo & Polk, 2003) menemukan bahwa dukungan pemerintah menyediakan efek positif terhadap intensi tetapi hasil penelitian Tan & Teo, (2000); Hernandez & Mazzon, (2007) menemukan sebaliknya. Walaupun demikian, berdasarkan pengalaman Malaysia, diharapkan bahwa dukungan pemerintah dapat mempengaruhi intensi pelanggan untuk menggunakan bank Syariah di Indonesia.
- f. Penetapan harga, mengacu pada harga yang sesuai dalam menjual produk pembiayaan dan pengaturan keseimbangan antara bank dan minat konsumen (Ebert dan Griffin, 1998). Amin (2008) menemukan harga yang lebih rendah adalah salah

satu motivasi bagi pelanggan untuk menggunakan bank Syariah.

- g. Intensi / minat, Fieshben & Ajzen (1975) mendefinisikan intensi sebagai posisi seseorang dalam dimensi probabilitas yang melibatkan suatu hubungan antara dirinya dengan tingkah laku, merujuk pada probabilitas subyektif seseorang yang akan membentuk suatu perilaku. Yudhiartika dan Haryanto (2012) juga menjelaskan bahwa intensi membeli dipengaruhi oleh faktor pengalaman individu, kepercayaan dan sikap serta persepsi.

3.8 Hasil dan Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, norma subyektif, agama, pengetahuan dan dukungan pemerintah memiliki pengaruh terhadap intensi dalam memilih perbankan Syariah di Indonesia. Namun penetapan harga tidak memiliki pengaruh dalam pemilihan perbankan Syariah di Indonesia....

Hasil PLS-SEM juga menunjukkan bahwa TRA dapat digunakan untuk menguji intensi dalam menggunakan / memilih perbankan Syariah di Indonesia. Hasil penelitian ini menyiratkan bahwa bank Syariah Indonesia harus menyusun strategi untuk mengembangkan sikap positif dan memberikan referensi kepada para konsumen untuk penyebaran pengetahuan yang lebih besar tentang perbankan syariah dalam menyesuaikan dengan kesesuaian prinsip Syariah.

3.9 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya menggunakan dosen sebagai responden, direkomendasikan untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas jangkauan responden dan penyertaan variable eksternal dalam model penelitian ini.

3.10 Pernyataan terhadap Artikel

Dari artikel tersebut dapat dilakukan penelitian lanjutan untuk mengkaji lebih jauh tentang pengaruh *Theory of reasoned action* (TRA) dan *Theory of planned behavior* (TPB) terhadap intensi dengan meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi intensi menabung di Bank Syariah di Banda Aceh.

Menurut *Theory planned behavior* selain faktor-faktor utama yaitu sikap, norma subyektif banyak variabel yang mungkin berhubungan atau mempengaruhi intensi seseorang seperti : umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, pendidikan dan lainnya (Vita Widyan, 2011).

Untuk penelitian selanjutnya dapat fokus pada pengaruh penghasilan, pendidikan dan usia terhadap intensi menabung di Bank Syariah di Banda Aceh.

Maka diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui apakah penghasilan, pendidikan dan usia berperan dalam intensi menabung di Bank Syariah di Banda Aceh. Collins (1991) dalam penelitiannya yang berjudul *Saving behavior in 10 development countries* menunjukkan bahwa meningkatnya standar hidup merupakan alasan mengapa jumlah tabungan meningkat, fakta

fundamental mengenai perilaku menabung bahwa menabung sangat bergantung pada penghasilan.

Solmon (1975) dalam penelitiannya yang berjudul *The Relation between Schooling and Saving Behavior : An Example of the Indirect Effect of Education* juga mencoba menemukan hubungan antara pendidikan dan perilaku menabung. Dapat disimpulkan bahwa pendidikan memberi dampak yang signifikan terhadap penghematan terhadap individu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata dan kecenderungan untuk menabung akan naik pada individu yang memiliki pencapaian sekolah yang lebih tinggi. Hal ini diduga disebabkan karena pencapaian pendidikan yang lebih tinggi, membuat seseorang lebih memiliki pengetahuan mengenai keuangan, selain itu juga memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan penghasilan dan kekayaan seseorang.

Lopez (1995) dalam penelitiannya yang berjudul *The influence of age on household saving behaviours and motives : Evidence from Spain* menemukan hasil bahwa usia merupakan variabel sosio-demografis yang paling berpengaruh terhadap perilaku menabung, karena usia membentuk aktivitas komersial seseorang yang memungkinkan untuk membedakan secara jelas sikap dan perilaku seseorang.

Untuk metodologi penelitian, populasi penelitian selanjutnya adalah masyarakat Kota Banda Aceh, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu suatu teknik pengambilan sampel sumber

data dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai, oleh karena itu penulis mengambil sampel masyarakat Banda Aceh secara *purposive sampling*, dengan kriteria usia 20-50 tahun (Sugiono, 2016).

Jika populasi terlampaui besar jumlahnya, maka secara metode diperlukan teknik untuk tidak perlu keseluruhannya diobservasi atau diamati dengan menggunakan teknik sampling (Qamar dan Rezah, 2020). Dalam pengambilan sampel penelitian diharapkan dapat mewakili populasi yang ada dengan teknik menentukan sampel menggunakan rumus slovin (Jaya, 2020) dengan rumusnya :

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

Dimana n merupakan ukuran sampel, N adalah populasi dan e^2 sebagai nilai presisi yaitu 5%.

Jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengambil data di lapangan (Riyanto & Hatmawan, 2020). Pendekatan penelitian menggunakan metode kuantitatif, metode kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang bersifat induktif, objektif dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka-angka atau pernyataan yang dinilai dan dianalisis dengan analisis statistik. (Siyoto & Sodik, 2015).

3.11 Referensi Tambahan dari Pernyataan Diatas

- Jaya, I.M.L.M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Teori, Penerapan Dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Qamar, N., & Rezah, F.S (2020). *Metode Penelitian Hukum Doktrinal Dan Non Doktrinal*. Makasar: CV. Sosial Politik Genius
- Riyanto , S., & Hatmawan, A.A. (2020). “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif Peneliti di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*”. Surakarta: CV. Budi Utama.
- Siyoto, S., & Sodik, M.A. (2015). “*Dasar Metodologi Penelitian*”. Yogyakarta:Literasi Media.
- Kern, Richard (2000). *Literacy & Language Teaching*. Oxford : Oxford University Press.
- Lopez, Fernando Lera (1995) , *The influence of age on household saving behaviours and motives : Evidence from spain*. Pampioen, Spain : Department of Economics, Public University of Navarre.
- Collins, Susan M (1991)*Saving behavior in 10 development countries*.Chicago : University of Chicago Press
- Solmon, Luis C (1975). *The Relation between Schooling and Saving Behavior : An Example of the Indirect Effect of Education*. National Bureau of Economic Research.