

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MUSLIM MEMILIH BANK KONVENSIONAL DIBANDING BANK SYARIAH (STUDI KASUS MAHASISWA UPI)

Agistia Nurbani Rajaba, Fitriyani Dwi Azzahra, Keisha Azzahra Fauzita, Wini Anisa
Apriliani, Ardhan Mardiant, Edi Suresman
Universitas Pendidikan Indonesia

Email: agsitianrbnrjba@upi.edu, fitriyaniazahararaa@upi.edu, Keishazahraf@upi.edu,
Winianisa@upi.edu, ardhanmardiant@upi.edu, edisuresman@upi.edu

Abstract

This study aims to analyze the factors influencing Muslim students' decisions in choosing between Islamic banks and conventional banks. Although most respondents understand the differences between the two banking systems, they still prefer conventional banks. Previous research suggests that ease of access and advanced service features are the primary factors in bank selection. This study employs a quantitative approach using surveys targeting Muslim students as primary respondents. The findings reveal that the main factors influencing banking preferences include accessibility, service reach, advanced digital features, and attractive promotional programs. Additionally, long-standing habits of using conventional banks and environmental influences play a significant role in customers' decisions. Meanwhile, students who choose Islamic banks are primarily driven by religious awareness and the desire to avoid riba. This study provides insights into the challenges faced by Islamic banking and the need for enhanced digital services and more innovative marketing strategies to compete with conventional banks.

Keywords: *Islamic bank, conventional bank, customer preference, banking services, students.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa Muslim dalam memilih antara bank syariah dan bank konvensional. Meskipun mayoritas responden memahami perbedaan antara kedua jenis bank, mereka tetap lebih memilih bank konvensional. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kemudahan akses dan fitur layanan yang lebih maju menjadi faktor utama dalam pemilihan bank. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap mahasiswa Muslim sebagai responden utama. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi preferensi perbankan adalah kemudahan akses, jangkauan layanan, fitur digital yang lebih matang, serta program promosi yang menarik. Selain itu, kebiasaan penggunaan bank konvensional sejak lama serta pengaruh lingkungan juga berperan penting dalam keputusan nasabah. Sementara itu, mahasiswa yang memilih bank syariah lebih didorong oleh tingkat kesadaran religius dan keinginan untuk menghindari riba. Hasil penelitian ini memberikan wawasan mengenai tantangan yang dihadapi perbankan syariah dan perlunya peningkatan layanan digital serta strategi pemasaran yang lebih inovatif agar dapat bersaing dengan bank konvensional.

Kata kunci: bank syariah, bank konvensional, layanan perbankan, mahasiswa

Article history

Received: April 2025
Reviewed: April 2025
Published: April 2025

Plagiarism checker no 887
Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Perbankan merupakan salah satu sektor penting dalam sistem keuangan negara yang berperan sebagai penggerak utama pertumbuhan perekonomian nasional. Keberadaan dan perkembangan lembaga keuangan, termasuk perbankan, memberikan manfaat besar bagi perekonomian suatu negara, terutama dalam hal meningkatkan akses terhadap layanan keuangan, mempercepat perputaran uang, serta menciptakan stabilitas ekonomi. Selain itu, perbankan juga berperan dalam meningkatkan daya beli masyarakat melalui berbagai produk dan layanan keuangan, seperti kredit konsumsi dan pembiayaan usaha. Tidak hanya itu, perbankan turut mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan memberikan akses permodalan yang lebih luas, serta mendorong peningkatan investasi yang berdampak pada ekspansi bisnis dan penciptaan lapangan kerja (Khairunnisa, D. A, & Nofrianto, N., 2023).

Sebagai lembaga intermediasi keuangan, perbankan memiliki fungsi utama dalam menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan, giro, dan deposito, kemudian menyalurkannya kembali kepada pihak yang membutuhkan, seperti individu, pelaku usaha, maupun pemerintah. Mekanisme ini tidak hanya memastikan kelancaran sirkulasi dana dalam perekonomian, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan likuiditas serta efisiensi dalam alokasi sumber daya keuangan. Dengan kata lain, sistem perbankan yang sehat mampu mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan memastikan dana yang tersedia dapat digunakan secara produktif.

Salah satu faktor utama yang memengaruhi pertumbuhan sektor perbankan di Indonesia adalah Dana Pihak Ketiga (DPK), yaitu dana yang dihimpun dari masyarakat dalam bentuk simpanan. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), DPK tercatat mengalami pertumbuhan sebesar 7,54 persen secara tahunan (year on year/yoy). Pertumbuhan ini mencerminkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sektor perbankan, sekaligus menjadi indikator partisipasi mereka dalam sistem keuangan. Semakin tinggi jumlah DPK, semakin besar pula kontribusi masyarakat dalam mendukung aktivitas perbankan, yang pada akhirnya dapat memperkuat stabilitas keuangan nasional serta mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Pendanaan Dana Pihak Ketiga (DPK) tersebut masih didominasi oleh perbankan konvensional dibandingkan dengan perbankan syariah. Hal ini dapat dilihat dari pangsa pasar perbankan syariah yang masih relatif kecil dibandingkan dengan total aset industri perbankan nasional. Meskipun perbankan syariah terus mengalami pertumbuhan, tercatat sebesar 7,33 persen, kontribusinya terhadap keseluruhan sistem keuangan masih belum sebesar perbankan konvensional.

Mengingat bahwa mayoritas penduduk di Indonesia beragama muslim, bank syariah hadir untuk menawarkan produk dan layanan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Namun, meskipun keberadaan bank syariah memberikan alternatif yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, penetrasi dan adopsinya di kalangan masyarakat masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah yang masih rendah. Banyak masyarakat yang masih lebih familiar dengan produk-produk keuangan konvensional dibandingkan dengan produk berbasis syariah, yang pada akhirnya memengaruhi preferensi mereka dalam memilih layanan perbankan.. Hal tersebut didukung dengan data yang ada menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah Muslim masih memilih untuk menggunakan jasa bank konvensional dibandingkan bank syariah (Fatmawati, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh (Firdaus, 2021) menegaskan bahwa pengetahuan masyarakat tentang bank syariah dan perbedaannya dengan bank konvensional masih tergolong rendah. Banyak Masyarakat yang memandang bahwa keduanya sama meskipun terdapat perbedaan yang terletak di sistem bunga, produk, dan kegiatan operasionalnya. Hal ini terlihat dari wawancara yang dilakukan selama waktu penelitian dan menganggap sama tentang perbankan syariah dan bank konvensional, padahal ada perbedaannya yaitu dari sistem

bunga, produk, dan kegiatan operasionalnya. Serupa dengan penelitian (Haryono, 2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan memegang kendali dalam menentukan keputusan menggunakan Bank Syariah. Dari pengetahuan ini membuat masyarakat berminat untuk menabung karena sudah mengetahui tentang bank syariah baik dari akad, perbedaannya dengan bank konvensional, dan pengetahuan lainnya tentang bank syariah.

Banyak masyarakat yang belum memahami perbedaan mendasar antara bank konvensional dan bank syariah, serta manfaat yang ditawarkan oleh sistem keuangan berbasis syariah. Pemahaman yang kurang ini dapat menyebabkan rendahnya partisipasi dalam penggunaan layanan perbankan syariah. Bank konvensional beroperasi berdasarkan sistem bunga, di mana keuntungan diperoleh dari bunga pinjaman dan investasi. Sebaliknya, bank syariah berlandaskan pada prinsip syariah yang menghindari riba dan menerapkan sistem bagi hasil seperti mudharabah serta margin keuntungan seperti murabahah. Dalam hubungan dengan nasabah, bank konvensional berperan sebagai kreditur dengan nasabah sebagai debitur, sementara bank syariah membangun hubungan kemitraan yang didasarkan pada kepercayaan. Selain itu, bank syariah diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Dewan Pengawas Syariah (DPS) untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah (Mukti, 2019).

Berdasarkan data terbaru hingga Agustus 2024 dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), perbankan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Total aset perbankan syariah mencapai Rp845,61 triliun, meningkat 8,1% dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar Rp782,1 triliun. Dari sisi jumlah institusi, per Desember 2024, terdapat 14 Bank Umum Syariah (BUS) dan 18 Unit Usaha Syariah (UUS) yang beroperasi di Indonesia (Laras, 2024). Pertumbuhan pembiayaan yang disalurkan oleh industri perbankan syariah juga mencatat peningkatan sebesar 11,40% secara tahunan (year-on-year) pada September 2024, melampaui pertumbuhan pembiayaan yang disalurkan oleh bank umum konvensional pada periode yang sama. Tingkat pertumbuhan ini secara signifikan lebih tinggi dibandingkan dengan Dana Pihak Ketiga (DPK) di perbankan konvensional, yang hanya mengalami kenaikan sebesar 7,04% year-on-year (yoy), meskipun jumlahnya mencapai Rp8.721,78 triliun (Saputera, 2024). Hal ini merupakan bentuk kepercayaan masyarakat dalam memilih Bank Syariah.

Salah satu manfaat utama dari sistem keuangan syariah adalah kebebasan dari riba, menjadikannya pilihan yang lebih etis sesuai dengan ajaran Islam. Transparansi juga menjadi nilai utama, karena setiap transaksi didasarkan pada akad yang jelas, memungkinkan nasabah memahami sumber keuntungan dan mekanisme keuangan yang digunakan. Selain itu, investasi dalam bank syariah harus sesuai dengan prinsip halal dan tidak boleh terkait dengan bisnis yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, seperti perjudian dan industri haram lainnya. Sistem ini juga berkontribusi terhadap keadilan sosial dengan menyediakan akses keuangan yang lebih merata bagi seluruh lapisan masyarakat. Selain itu, sistem keuangan syariah cenderung lebih stabil karena menghindari spekulasi dan risiko yang berlebihan.

Kajian Pustaka

1. Bank

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang berperan sebagai perantara atau dikenal sebagai financial intermediary. Dengan kata lain, bank adalah institusi yang kegiatannya berkaitan dengan aspek keuangan. Sehingga, operasional bank selalu berhubungan dengan transaksi uang, yang berfungsi sebagai sarana utama dalam kelancaran aktivitas perdagangan (Wilardjo, 2005).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998, bank merupakan suatu badan usaha yang berfungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan serta menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas.

2. Nasabah

Nasabah adalah individu yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank (Kasmir, 2008, hlm. 94).

Lebih lanjut, Basir & Renreng (2021) menjelaskan nasabah adalah individu atau kelompok yang terlibat dalam kegiatan keuangan, baik melalui lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non-bank seperti koperasi.

Hal ini sejalan dengan pendapat Nasution dan Sutisna (2015) menjelaskan Nasabah merupakan pelanggan, baik individu maupun perusahaan, yang menerima manfaat atau produk dan layanan dari sebuah lembaga perbankan, termasuk dalam kegiatan pembelian, penyewaan, dan layanan jasa.

3. Bank Konvensional

Bank konvensional adalah bank yang menjalankan operasionalnya berdasarkan sistem yang telah disepakati bersama dalam suatu perjanjian atau konvensi (Santi, 2015).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2011), bank konvensional terbagi menjadi dua jenis, yaitu Bank Umum Konvensional, yang memberikan layanan keuangan secara luas kepada masyarakat, serta Bank Perkreditan Rakyat, yang berfokus pada pemberian kredit kepada usaha kecil dan menengah. Dalam operasionalnya, bank konvensional menawarkan berbagai produk dan layanan kepada nasabahnya.

4. Bank Syariah

Bank syariah merupakan institusi keuangan yang beroperasi dengan mengikuti prinsip-prinsip syariah Islam, khususnya yang mengatur tentang pelarangan riba (*bunga*), *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (perjudian). Dalam menjalankan operasionalnya, bank syariah menerapkan sistem bagi hasil melalui berbagai produk keuangan. Beberapa di antaranya adalah *mudharabah* (bagi hasil), *musyarakah* (kerja sama), *murabahah* (jual beli), dan *ijarah* (sewa), serta akad-akad lainnya yang sesuai dengan ketentuan syariah.

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah, di dalam pasal 1 ayat 1 dijelaskan bahwa bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip Syariah, agama Islam. Jenis bank ini terbagi menjadi bank umum syariah (BUS) dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS). Sedangkan menurut Listiana (2021) Bank syariah adalah institusi keuangan atau perbankan yang menjalankan kegiatan dan menawarkan produk yang didasarkan pada prinsip syariat Islam (Al-Quran dan Hadist Nabi Saw) serta mengikuti aturan-aturan fiqh. Bank syariah memiliki tiga karakteristik utama (Ascarya, 2011). Pertama, sistem keuangan yang terbebas dari riba. Kedua, transaksi yang berlandaskan pada prinsip keadilan dan kesepakatan bersama. Ketiga, adanya pengawasan oleh Dewan Pengawas Syariah untuk menjamin kepatuhan terhadap hukum Islam. Keuntungan dari bank syariah meliputi keterbukaan dalam transaksi, keadilan dalam pembagian keuntungan, serta pendekatan etis dalam pengelolaan dana nasabah.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa faktor religiusitas menjadi penentu utama dalam keputusan nasabah muslim memilih bank syariah. Namun, terdapat juga faktor lain seperti kualitas layanan, kemudahan akses, dan kepercayaan terhadap sistem perbankan (Ali & Raza, 2021). Studi oleh Sari *et al.* (2022) menemukan bahwa meskipun religiusitas tinggi, beberapa nasabah muslim tetap memilih bank konvensional karena pertimbangan praktis seperti suku bunga yang lebih kompetitif dan jaringan cabang yang lebih luas. Tantangan utama bank syariah dalam menarik nasabah Muslim, khususnya mahasiswa, adalah persaingan dengan bank konvensional yang telah lama beroperasi dan memiliki infrastruktur yang lebih mapan. Menurut penelitian oleh Hasan *et al.* (2023), bank syariah perlu meningkatkan edukasi dan sosialisasi tentang manfaat dan keunggulan produk

syariah. Selain itu, peningkatan kualitas layanan dan pengembangan produk yang inovatif juga menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing bank syariah.

5. Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menjadi fondasi dalam keputusan membeli yang diambil oleh konsumen. Untuk produk dengan harga jual yang rendah, proses pengambilan keputusan cenderung lebih sederhana. Sebaliknya, untuk barang yang memiliki harga jual tinggi, proses ini menjadi lebih teliti dan melibatkan pertimbangan yang mendalam. Secara umum, perilaku konsumen didefinisikan sebagai serangkaian tindakan yang dilakukan oleh individu dalam mencari, memilih, membeli, menggunakan, serta mengevaluasi produk demi memenuhi kebutuhan mereka (Fauziah et al., 2024).

Menurut Kotler dan Keller (2012) perilaku konsumen adalah kajian mengenai cara individu, kelompok, dan organisasi mengambil keputusan dalam memilih, membeli, memanfaatkan, serta menempatkan produk, layanan, gagasan, atau pengalaman demi memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Teori perilaku konsumen mengkaji proses keputusan individu dalam memilih, membeli, dan memanfaatkan barang atau layanan. Salah satu prinsip penting dalam perilaku konsumen adalah *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 2020), yang menyatakan bahwa keputusan yang diambil oleh konsumen dipengaruhi oleh tiga komponen utama yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi mengenai kendali terhadap tindakan tersebut. Solomon (2021) mengemukakan bahwa terdapat berbagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumen di antaranya adalah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor budaya meliputi nilai-nilai, norma, dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen. Sementara itu, faktor sosial melibatkan pengaruh dari lingkungan seperti keluarga, kelompok referensi, dan status sosial. Faktor pribadi juga berperan penting, yang meliputi usia, jenis pekerjaan, dan gaya hidup konsumen. Terakhir, faktor psikologis mencakup aspek-aspek seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap yang dimiliki individu.

Dalam konteks pemilihan bank, penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2018) mengungkapkan bahwa preferensi konsumen terhadap bank syariah atau konvensional dipengaruhi oleh pengalaman nasabah, kemudahan akses layanan, serta upaya promosi yang dilakukan oleh masing-masing bank.

6. Teori Pengambilan Keputusan

Teori pengambilan keputusan melibatkan langkah-langkah yang dilakukan oleh individu dalam memilih opsi terbaik dari berbagai pilihan yang ada. Salah satu model yang sangat relevan adalah Model Pengambilan Keputusan Konsumen yang dikemukakan oleh Schiffman dan Wisenblit (2019). Model ini menjelaskan lima tahap penting dalam pengambilan keputusan konsumen, yaitu: (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan pembelian, dan (5) perilaku pasca pembelian. Selanjutnya, Kahneman (2018) juga mengemukakan teori *bounded rationality*, yang menjelaskan bahwa individu tidak selalu membuat keputusan yang sepenuhnya rasional karena adanya batasan pada informasi, waktu, dan kemampuan kognitif mereka. Hal ini membuat konsumen sering kali menggunakan heuristik atau aturan sederhana untuk membantu mereka dalam proses pengambilan keputusan.

Studi oleh Zhang dan Yang (2021) mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan dalam konteks organisasi. Mereka menemukan bahwa budaya organisasi, tekanan waktu, dan ketersediaan informasi merupakan faktor kunci yang memengaruhi kualitas keputusan. Selain itu, bias kognitif seperti *anchoring effect* dan *confirmation bias* masih sering terjadi.

Dalam era digital, pengambilan keputusan semakin bergantung pada data dan analitik. Penelitian oleh Sharma et al. (2022) menunjukkan bahwa penggunaan *big data* dan

machine learning dapat meningkatkan akurasi dan kecepatan pengambilan keputusan. Namun, mereka juga memperingatkan tentang risiko *over-reliance* pada data tanpa mempertimbangkan konteks manusia. Penelitian oleh Tversky dan Kahneman (2019) yang diperbarui oleh Thaler (2023) menunjukkan bahwa pengambilan keputusan dalam situasi ketidakpastian seringkali dipengaruhi oleh *prospect theory*. Individu cenderung lebih takut terhadap kerugian daripada mengejar keuntungan, yang dapat menyebabkan keputusan yang tidak optimal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data yang relevan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah Muslim dalam memilih bank konvensional dibandingkan bank syariah. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran yang objektif dan sistematis terhadap variabel-variabel penelitian, sehingga dapat menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasikan. Sementara itu, metode survei digunakan karena dapat menjangkau jumlah responden yang lebih luas dalam waktu yang relatif singkat, serta memberikan gambaran empiris mengenai preferensi dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perbankan responden.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang akan disebarluaskan secara online menggunakan platform media sosial guna menjangkau responden secara luas dan efisien. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Muslim yang menggunakan layanan perbankan konvensional. Kuesioner akan berisi pertanyaan terstruktur yang dirancang untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi preferensi perbankan mereka, seperti persepsi terhadap produk perbankan, pemahaman terhadap prinsip syariah, kenyamanan layanan, serta faktor ekonomi dan sosial. Data yang diperoleh akan dianalisis secara statistik guna menemukan pola dan hubungan antarvariabel yang dapat menjelaskan kecenderungan pemilihan bank konvensional oleh nasabah Muslim.

Data yang telah diperoleh dari para responden akan dianalisis dan dipelajari terlebih dahulu. Untuk menganalisis data yang telah terkumpul tersebut kami menggunakan Teknik TCR. TCR merupakan alat analisis yang mengukur sebaran nilai rata-rata dari hasil sebaran kuesioner (Riduwan, 2006). Teknik TCR tersebut memiliki rumus sebagai berikut:

$$TCR =$$

Keterangan:

TCR : Tingkat Capaian Responden

Rs : Rata-rata skor jawaban responden

N : Nilai skor jawaban

Untuk menafsirkan jawaban responden atas pernyataan yang diajukan, kami menggunakan pendapat dari Riduwan (2011:89) dengan kriteria persentase sebagai berikut :

- a. 81-100 % = Sangat Tinggi
- b. 61-80 % = Tinggi
- c. 41-60 % = Sedang
- d. 21- 40 % = Rendah

Kemudian setelah data tersebut dipelajari dan dianalisis kami akan mengolah dan mengumpulkannya berdasarkan kategori pengelompokannya. Data yang telah diperoleh nanti akan dimasukkan kedalam tabel yang dikenal dengan istilah tabulasi. Setelah itu data yang berada dalam tabel tersebut akan dianalisis dan ditafsirkan agar memudahkan untuk memahami hasil dari data tersebut. Dan yang terakhir adalah membahas hasil dari data yang

telah diteliti supaya dapat menghasilkan informasi dan pemahaman yang akurat terhadap fenomena yang sedang diamati.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dari data yang diperoleh melalui penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, didapatkan responden sebanyak 101. Adapun karakteristik responden dikategorikan menurut jenis kelamin, usia dan program studi yang ditempuh. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

No	Karakteristik Responden	Kategori	F	%
1	Jenis Kelamin	Laki - Laki	42	41,6%
		Perempuan	59	58,4%
2	Usia	18	5	5%
		19	40	40,6%
		20	35	35,6%
		21	9	8,9%
		22	9	8,9%
		23	1	1%
3	Fakultas	FPEB	51	50,5%
		FPBS	11	10,89%
		FIP	10	9,9%
		FIPS	10	9,9%
		FPMIPA	6	5,94%
		FPOK	4	3,96%
		FPTK	6	5,94%
		FPSD	3	2,97%

Berdasarkan data karakteristik responden yang terdapat dalam dokumen, mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 59 orang atau sekitar 58,4%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 42 orang atau 41,6%. Dari segi usia, sebagian besar responden berada dalam rentang usia 19 hingga 20 tahun, dengan rincian 40 orang (40,6%) berusia 19 tahun dan 35 orang (35,6%) berusia 20 tahun. Sementara itu, kelompok usia lainnya lebih sedikit, yaitu 5 orang (5%) berusia 18 tahun, 9 orang (8,9%) berusia 21 tahun, 9 orang (8,9%) berusia 22 tahun, dan hanya 1 orang (1%) yang berusia 23 tahun.

Jika dilihat berdasarkan program studi, para responden berasal dari berbagai disiplin ilmu dengan dominasi dari program studi Pendidikan Akuntansi yang mencapai 33 orang atau 33% dari total responden. Selain itu, terdapat 5% responden dari program studi Akuntansi serta 4% dari Pendidikan Ekonomi. Beberapa program studi lainnya memiliki jumlah responden yang lebih sedikit, seperti Psikologi, PJKR, dan Manajemen yang masing-masing berjumlah 3% dari total responden. Program studi lainnya, seperti Bahasa Arab, Bahasa dan Sastra Indonesia, Ilmu Komunikasi, Keperawatan, Kimia, Teknik Sipil, Teknik Otomotif, Seni Tari, dan beberapa

lainnya, memiliki jumlah responden berkisar antara 1% hingga 2%. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan yang berusia 19 hingga 20 tahun dan berasal dari program studi Pendidikan Akuntansi.

Tabel 2. Pemahaman dan Pengetahuan Bank Syariah

No	Pertanyaan	Kategori	F	%
1	Apakah Anda pernah mendengar tentang bank syariah?	Ya	98	98%
		Tidak	2	2%
2	Dari mana Anda pertama kali mengetahui tentang bank syariah?	Media Sosial	62	61.4%
		Keluarga/Teman	64	63.4%
		Iklan/Promosi	41	40.6%
		Lainnya	6	5.9%
3	Menurut Anda, apa perbedaan utama antara bank syariah dan bank konvensional?	Bank syariah menggunakan prinsip syariah (bebas riba, gharar, dan maysir), sedangkan bank konvensional menggunakan sistem bunga.	96	95%
		Bank syariah dan bank konvensional sama-sama menggunakan sistem bunga.	1	1%
		Bank syariah hanya melayani nasabah Muslim, sedangkan bank konvensional untuk semua orang.	4	4%
		Bank syariah tidak diawasi oleh lembaga apa pun, sedangkan bank konvensional diawasi oleh otoritas perbankan.	0	0%
		Tidak ada perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional.	0	0%
4	Apakah Anda mengetahui bahwa bank syariah beroperasi tanpa sistem bunga (riba)?	Ya	99	98%
		Tidak	2	2%
5	Prinsip utama dalam perbankan syariah meliputi (boleh memilih lebih)	Larangan riba (bunga)	81	80.2%
		Sistem Bagi Hasil	68	67.3%
		Larangan investasi pada sektor haram	19	18.8%
		Keuntungan tetap seperti bunga bank	4	4%
6	Produk bank syariah mana yang pernah Anda dengar	Tabungan Syariah	72	71.3%
		Deposito Syariah	34	33.7%

atau gunakan? (Boleh memilih lebih dari satu)	KPR Syariah	20	19.8%
	Kartu Pembiayaan Syariah (setara kartu kredit)	20	19.8%
	Asuransi Syariah	31	30.7%
	Sukuk (Obligasi Syariah)	12	11.9%
	Tidak tahu	22	21.8
7. Apakah Anda mengetahui bahwa bank syariah memiliki produk pembiayaan yang berbeda dengan kredit konvensional?	Ya	84	83.2%
	Tidak	17	16.8%
8. Menurut Anda, apakah layanan bank syariah sudah sesuai dengan prinsip Islam?	Sangat Sesuai	38	37.6%
	Cukup Sesuai	60	59.4%
	Kurang Sesuai	3	3%
	Tidak Sesuai	0	0%

Berdasarkan hasil survei yang telah dikumpulkan pada table diatas, diperoleh beberapa temuan terkait pemahaman dan persepsi responden terhadap bank syariah. Mayoritas responden (98%) menyatakan bahwa mereka pernah mendengar tentang bank syariah. Informasi tersebut sebagian besar mereka peroleh dari media sosial dan keluarga/teman. Media sosial, dengan kemudahannya dalam mengakses informasi, memiliki peran yang signifikan dalam penyebaran informasi tentang bank syariah. Hal ini sejalan dengan temuan Fitriani (2017), yang menyatakan bahwa media sosial merupakan sarana efektif dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Selain itu, lingkungan sosial dan kemajuan teknologi informasi terbukti dapat mempermudah masyarakat dalam memperoleh pemahaman mengenai perbankan syariah. Namun, meskipun informasi tersebar luas, masih ada sebagian kecil responden (2%) yang belum mengenal bank syariah, yang menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk meningkatkan literasi keuangan syariah di kalangan tertentu.

Dalam hal pemahaman mengenai perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional, sebanyak 95% responden menyadari bahwa perbedaan utama antara keduanya terletak pada sistem dan prinsip yang diterapkan. Bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip syariah yang bebas dari riba, sedangkan bank konvensional menggunakan sistem bunga yang bertentangan dengan prinsip tersebut. Selain itu, responden juga memahami bahwa bank syariah tidak hanya menghindari riba, tetapi juga menerapkan konsep keadilan dan transparansi dalam setiap transaksinya. Kesadaran terhadap prinsip bebas riba dalam bank syariah juga cukup tinggi, dengan 98% responden mengetahui bahwa bank syariah tidak menerapkan sistem bunga. Namun, pemahaman mengenai larangan investasi pada sektor haram masih rendah (18,8%), menunjukkan bahwa masih ada aspek dalam perbankan syariah yang kurang dipahami oleh masyarakat dan memerlukan sosialisasi lebih lanjut.

Adapun produk bank syariah yang paling dikenal oleh responden adalah tabungan syariah (71,3%). Temuan ini dapat dikaitkan dengan status mayoritas responden yang merupakan mahasiswa. Mahasiswa cenderung lebih akrab dengan produk tabungan karena sifatnya yang lebih sederhana dan sesuai dengan kebutuhan finansial mereka, seperti menerima uang saku, beasiswa, atau melakukan transaksi sehari-hari. Hal ini sejalan dengan temuan Fathurrahman & Azizah (2018), yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi preferensi mahasiswa dalam menabung adalah pemasukan, kemudahan bertransaksi, dan fasilitas yang ditawarkan. Sementara itu, produk-produk lain seperti deposito syariah (33,7%), asuransi syariah (30,7%), dan KPR syariah (19,8%) masih belum begitu dikenal oleh sebagian

besar responden. Bahkan, 21,8% responden menyatakan tidak mengetahui berbagai produk bank syariah, yang menegaskan perlunya edukasi lebih lanjut mengenai variasi layanan yang tersedia.

Mayoritas responden juga menilai bahwa layanan bank syariah telah sesuai dengan prinsip Islam, dengan 37,6% menilai sangat sesuai dan 59,4% menilai cukup sesuai. Sebagian besar responden memiliki persepsi positif terhadap bank syariah, terutama dalam aspek bebas riba, transparansi, dan akad-akad yang sesuai dengan syariat. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat percaya terhadap implementasi prinsip syariah dalam layanan perbankan. Namun, masih ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki, terutama dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai prinsip-prinsip keuangan Islam secara lebih menyeluruh serta memperkenalkan berbagai produk syariah yang masih kurang dikenal. Bank syariah dan pemangku kepentingan terkait dapat memanfaatkan media sosial serta jaringan keluarga dan teman sebagai sarana utama dalam meningkatkan literasi keuangan syariah.

Tabel 3. Faktor -Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Bank

No	Pertanyaan	Kategori		F	%	TCR
1.	Saya memahami dengan baik tentang perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional	a. Sangat Sesuai	Tidak	5	5%	76.49%
				1	9.9%	
		b. Tidak Sesuai		0	50.4%	
		c. Sesuai		6	25.7%	
		d. Sangat Sesuai		2		
				6		
2.	Saya mengetahui bahwa bank syariah beroperasi tanpa sistem bunga dan menggunakan prinsip bagi hasil.	a. Sangat Sesuai	Tidak	3	3%	84.16%
				6	5.9%	
		b. Tidak Sesuai		4	42.6%	
		c. Sesuai		3	48.5%	
		d. Sangat Sesuai		4		
				9		
3.	Menurut saya, kurangnya edukasi tentang perbankan syariah menjadi alasan utama mengapa masyarakat lebih memilih bank konvensional	a. Sangat Sesuai	Tidak	5	5%	77.97%
				1	13.9%	
		b. Tidak Sesuai		4	45.5%	
		c. Sesuai		4	35.6%	
		d. Sangat Sesuai		6		
				3		
				6		
4.	Saya sering melihat atau mendengar iklan/promosi tentang bank syariah di media sosial, TV, atau platform lainnya	a. Sangat Sesuai	Tidak	4	4%	65.84%
				4	46.5%	
		b. Tidak Sesuai		7	43.6%	
		c. Sesuai		4	5.9%	
		d. Sangat Sesuai		4		
				6		
5.	Menurut saya strategi pemasaran	a. Sangat Sesuai	Tidak	3	30.84%	
				3	29.91%	

	bank syariah sudah cukup menarik dibandingkan bank konvensional	b. Tidak Sesuai	3	33.64%	62.87%
		c. Sesuai	2	5.61%	
		d. Sangat Sesuai	3		
			6		
			6		
6.	Menurut saya dan branding berpengaruh terhadap keputusan pemilihan bank	a. Sangat Sesuai	3	3%	''
		b. Tidak Sesuai	8	7.9%	
		c. Sesuai	5	55.4%	79.95%
		d. Sangat Sesuai	6	33.7%	
			3		
			4		
7.	Menurut saya, jaringan ATM dan cabang bank syariah sudah cukup luas dibandingkan bank konvensional.	a. Sangat Sesuai	6	5.9%	
		b. Tidak Sesuai	4	46.5%	
		c. Sesuai	7	36.6%	62.87%
		d. Sangat Sesuai	3	10.9%	
			7		
			1		
			1		
8.	Saya merasa layanan digital dan mobile banking bank syariah sudah setara dengan bank konvensional	a. Sangat Sesuai	5	5%	
		b. Tidak Sesuai	2	24.8%	
		c. Sesuai	5	61.4%	68.56%
		d. Sangat Sesuai	6	8.9%	
			2		
			9		
9.	Saya akan mempertimbangkan untuk beralih ke bank syariah, Jika bank syariah memiliki aksesibilitas dan layanan yang sama dengan bank konvensional	a. Sangat Sesuai	2	2%	
		b. Tidak Sesuai	2	20.8%	
		c. Sesuai	1	50.5%	75.50%
		d. Sangat Sesuai	5	26.7%	
			1		
			2		
			7		
10	Keluarga atau teman saya lebih banyak menggunakan bank konvensional dibandingkan bank syariah	a. Sangat Sesuai	4	4%	
		b. Tidak Sesuai	1	18.8%	
		c. Sesuai	9	47.5%	75.74%
		d. Sangat Sesuai	4	29.7%	
			8		
			3		
			0		
11	Menurut lingkungan sosial saya,	a. Sangat Sesuai	4	4%	
		b. Tidak Sesuai	1	12.9%	

	(keluarga, teman, dan komunitas) berpengaruh terhadap keputusan dalam memilih bank	b. Tidak Sesuai	3	52.5%	77.48%
		c. Sesuai	5	30.7%	
		d. Sangat Sesuai	3		
			3		
			1		
12	Menurut saya, stigma atau persepsi masyarakat masih lebih mendukung bank konvensional dibandingkan bank syariah	a. Sangat Sesuai	Tidak 3	3%	
		b. Tidak Sesuai	7	6.9%	
		c. Sesuai	6	61.4%	93.81%
		d. Sangat Sesuai	2	28.7%	
			2		
			9		

Berdasarkan data yang telah diolah pada tabel 3, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban dengan kategori sesuai pada variabel memahami dengan baik tentang perbedaan bank syariah dan bank konvensional.

Sesuai dengan hasil dari rata rata keseluruhan tingkat capaian responden (TCR) yang menunjukkan hasil sebesar 75,10%, dan hal itu menunjukkan kedalam kategori tinggi. Artinya, terdapat faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan bank, baik faktor pengetahuan, promosi dan branding, kemudahan aksesibilitas, dan lingkungan.

Pada 12 pertanyaan yang diajukan, menunjukkan bahwa sebagian besar responden memahami perbedaan antara bank syariah dan konvensional (76,49%) serta mengetahui prinsip tanpa bunga yang digunakan bank syariah (84,16%). Namun, kurangnya edukasi masih menjadi faktor utama yang membuat masyarakat lebih memilih bank konvensional (77,97%). Dengan demikian, faktor pengetahuan berada dalam kriteria persentase Sangat Tinggi dan Tinggi.

Dari segi promosi dan branding, meskipun iklan bank syariah cukup terlihat (65,84%), hanya 62,87% yang menilai strateginya lebih menarik dibandingkan bank konvensional. Selain itu, layanan digital bank syariah dinilai cukup baik (68,56%), tetapi jaringan ATM dan cabangnya masih dianggap kurang luas (62,87%). Dengan demikian, faktor promosi dan kemudahan aksesibilitas berada dalam kriteria persentase Tinggi.

Faktor lingkungan juga berpengaruh signifikan, di mana mayoritas responden menyatakan keluarga dan teman mereka lebih banyak menggunakan bank konvensional (75,74%), serta lingkungan sosial berperan dalam keputusan memilih bank (77,48%). Persepsi masyarakat yang masih lebih mendukung bank konvensional (93,81%) menjadi tantangan besar bagi bank syariah. Sehingga, faktor lingkungan berada di kriteria persentase Tinggi.

Secara keseluruhan, meskipun bank syariah memiliki keunggulan dalam prinsip dan sistem operasionalnya, masih ada kendala dalam edukasi, pemasaran, aksesibilitas layanan, serta stigma masyarakat yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan minat nasabah.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden memahami perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional. Namun, meskipun memiliki pemahaman tersebut, banyak dari mereka yang tetap memilih menggunakan bank konvensional. Mayoritas responden menunjukkan bahwa kemudahan fitur dalam layanan perbankan konvensional dan Islam memiliki peran penting dalam keputusan mereka. Faktor-faktor seperti kenyamanan, aksesibilitas, dan fitur digital menjadi penentu utama bagi mahasiswa muslim dalam memilih bank. Temuan ini sejalan dengan penelitian Andriani et al. (2024), yang menemukan bahwa 80% responden memahami perbedaan antara bank syariah dan konvensional, namun 83% tetap

memilih bank konvensional karena alasan serupa. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor nasabah muslim dalam memilih bank yang digunakan.

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa kemudahan akses dan jangkauan layanan menjadi pertimbangan utama. Bank konvensional memiliki jaringan ATM dan kantor cabang yang lebih luas, sehingga memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Bank konvensional juga lebih mudah ditemukan di berbagai lokasi, termasuk di sekitar kampus, serta memiliki layanan digital yang lebih matang dengan berbagai fitur yang memudahkan transaksi sehari-hari. Selain itu, promosi dan program loyalitas yang ditawarkan oleh bank konvensional dianggap lebih menarik, banyak bank konvensional menawarkan program cashback, diskon, dan insentif lainnya yang menarik bagi mahasiswa dan juga mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan perbankan. Hal ini didukung oleh penelitian Latifa et al. (2024), yang menyatakan bahwa promosi dan reputasi bank memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank konvensional.

Kebiasaan dan pengaruh lingkungan juga memainkan peran penting. Banyak nasabah yang telah terbiasa menggunakan bank konvensional sejak lama, baik karena pengaruh keluarga maupun lingkungan sekitar. Faktor ini menjadikan transisi ke bank syariah terasa sulit bagi sebagian besar responden. Selain itu, meskipun bank syariah menawarkan prinsip yang sesuai dengan syariat Islam, masih terdapat persepsi bahwa bank konvensional lebih stabil dan aman dalam hal investasi dan transaksi keuangan. Penelitian Mukti dan Tulasmi (2021) menemukan bahwa popularitas dan hubungan dengan orang terdekat mempengaruhi keputusan nasabah untuk tetap menggunakan bank konvensional meskipun telah memiliki akun di bank Syariah.

Meskipun bank konvensional lebih banyak digunakan, terdapat sejumlah mahasiswa yang memilih bank Syariah. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan ini meliputi tingkat kesadaran religius, serta pemahaman terhadap sistem keuangan Islam. Mahasiswa yang menggunakan bank syariah cenderung untuk menghindari riba dan transaksi yang bertentangan dengan ajaran Islam.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa kemudahan fitur dan aksesibilitas menjadi faktor utama dalam keputusan mahasiswa dalam memilih bank konvensional dibandingkan bank syariah seperti penelitian oleh Mu'awwanah et al. (2019), yang menekankan pentingnya literasi keuangan syariah dan persepsi masyarakat terhadap kemudahan layanan dalam menentukan keputusan perbankan. Namun, terdapat beberapa perbedaan dalam aspek persepsi mahasiswa terhadap sistem perbankan syariah, di mana layanan digital bank Islam masih dianggap kurang optimal. Oleh karena itu, peningkatan layanan digital dan fitur yang lebih menarik menjadi langkah penting bagi bank Islam agar dapat bersaing dengan bank konvensional.

Berdasarkan hasil responden juga, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan bagi bank Syariah, diantaranya perlu adanya peningkatan layanan digital dan fitur yang lebih inovatif agar dapat menarik lebih banyak nasabah, terutama dari kalangan mahasiswa. Bisa diselenggarakan kegiatan edukasi seperti seminar tentang bank syariah agar mahasiswa bisa mengetahui secara lebih jauh. Bagi pihak Bank Syariah juga, bisa menerapkan promosi melalui media sosial, mengadakan seminar di kampus. selain itu, diharapkan mahasiswa untuk mempertimbangkan faktor-faktor lain dalam memilih bank.

Hasil penelitian ini memberikan gambaran mengenai faktor utama yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih layanan perbankan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi peningkatan layanan perbankan syariah di masa depan, sehingga dapat lebih kompetitif dan memenuhi kebutuhan generasi muda.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, kesimpulan yang dapat diperoleh adalah bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah muslim lebih memilih bank konvensional dibanding bank syariah yakni pengetahuan, promosi dan branding, kemudahan dan aksesibilitas, dan lingkungan. Meskipun nasabah muslim memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional dari sudut pandang agama islam, tetapi faktor praktis seperti ketersediaan layanan yang lebih luas, jaringan ATM yang lebih banyak, serta fleksibilitas dalam transaksi perbankan menjadi alasan utama dalam pengambilan keputusan mereka. Selain itu, kebiasaan dan preferensi yang telah terbentuk sejak lama dalam menggunakan layanan bank konvensional membuat nasabah enggan untuk beralih. Pengaruh lingkungan sosial yang kuat, seperti rekomendasi dari keluarga, teman yang mayoritas menggunakan bank konvensional, juga turut mendorong mereka untuk melakukan hal yang sama. Kemudian, adanya promosi serta branding yang baik juga menciptakan citra positif terhadap bank konvensional, membuat nasabah merasa lebih yakin dan nyaman dalam menggunakan layanannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agni Andriani, Devina Febrianti Mulyana, Rianisa Yusrihaniz Altydar, Sitoh Sitoh, & Muhammad Rindu Fajar. (2024). Analisis Perbandingan Preferensi Nasabah dalam Memilih Bank Syariah dan Bank Konvensional. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak*, 2(1), 01-08. <https://doi.org/10.61132/jieap.v2i1.710>
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human behavior and emerging technologies*, 2(4), 314-324.
- Ali, S., & Raza, A. (2021). Factors Influencing Muslim Customers' Decision in Choosing Islamic Banks: A Study in Indonesia. *Journal of Islamic Finance*, 10(2), 45-60.
- Basir, M., & Renreng, M. (2021). Analisis Pembiayaan Produktif Terhadap Jumlah Nasabah Pada Koperasi Karyawan Samudera Tonasa Lines Kabupaten Pangkep. *PAY Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 3(1), 16-20.
- Dewi, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah Di Kota Palopo. *Jurnal Akuntansi STIE Muhammadiyah Palopo*, 4(2).
- Fathurrahman, A., & Azizah, U. (2018). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 1(2), 99-122.
- Fauziah, A. R., Nurmalasari, A., Robbani, B., Saputri, D. E., Aini, H. K., & Wardiyah, M. L. (2024). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH JENIS BANK (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Syariah). *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(7), 51-58.
- Firdaus, Dicky. (2021). ANALISIS PENGETAHUAN MASYARAKAT TENTANG PERBANKAN SYARIAH. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6, 654-664.
- Fitriani, Y. (2017). Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. *Paradigma*, 19(2), 148-152.
- Haryono, Rudi. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1 (1)
- Hasan, R., Ahmad, A. U. F., & Hossain, M. S. (2023). Challenges and opportunities for Islamic banking in the digital era. *Journal of Financial Services Marketing*, 28(1), 45-58.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi 2008. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persadal
- Laras, Arlina. (2024). Klasemen Bank Syariah di Indonesia BSI Terbesar, Siapa Pesaing Paling Dekat? Dilansir dari

<https://finansial.bisnis.com/read/20240329/231/1753718/klasemen-bank-syariah-di-indonesia-bsi-terbesar-siapa-pesaing-paling-dekat?m>

- Latifa, E., Amir, A. ., & Hodijah, S. . (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih bank konvensional dan Bank Syariah di Kota Jambi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 19(1), 131-142.
- Listiana, D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Memilih Bank Konvensional Dari Pada Bank Syariah (Studi Kasus Kecamatan Benai). *JUHANPERAK*, 2(2), 306-320.
- Mukti, T., & Tulasmi, T. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Bank Syariah Tetap Menggunakan Bankkonvensional (Dualisme Akun). *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 2(2), 502-524.
- Mu'awwanah, R., Yasin, M., & Sahri, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Berpindah Ke Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Mediating (Studi Kasus pada Nasabah Bank Konvensional yang sudah berpindah ke Bank Syariah di Wilayah Kota Mataram). *JURNAL LENTERA : Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, 18(2), 236-251.
- Nasution, M. H., & Sutisna, S. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 62-73
- Otoritas Jasa Keuangan. (2011). Booklet perbankan Indonesia 2011. Retrieved from https://ojk.go.id/Files/201401/BookletPerbankanIndonesia2011_1390364364.pdf
- Santi, M. (2015). Bank konvensional vs bank syariah. *EKSAR: Ekonomi Syari'ah dan Bisnis Islam (e-Journal)*, 2(1), 1-22
- Saputera, Jemmy. (2024). Pertumbuhan Industri Perbankan Syariah Ungguli Bank Umum Konvensioanal Tahun 2024. Dilansir dari <https://assajidin.com/2024/11/03/pertumbuhan-industri-perbankan-syariah-ungguli-bank-umum-konvensioanal-tahun-2024/>
- Schiffman, L. G., Wisenblit, J., & Kumar, S. R. (2019). *Consumer Behavior* | By Pearson. Pearson Education India.
- Sharma, R., Mithas, S., & Kankanhalli, A. (2022). Transforming Decision-Making Processes: A Research Agenda for Understanding the Impact of Business Analytics. *Information Systems Research*, 33(1), 1-20.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Pearson.
- Thaler, R. H. (2023). Behavioral Economics: Past, Present, and Future. *American Economic Review*, 113(2), 1-15.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. (1998). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1998 Nomor 182. Retrieved from <https://bphn.go.id/data/documents/98uu010.pdf>
- Wilardjo, S. B. (2005). pengertian, peranan dan perkembangan bank syari'ah Di Indonesia. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1)
- Zhang, Y., & Yang, K. (2021). Decision-Making in Organizations: A Review of Factors Influencing the Process. *Journal of Management Studies*, 58(3), 567-589