

## **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI DAN PEMAHAMAN TENTANG PRODUK PEMBIAYAAN SYARIAH PADA KARYAWAN PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA**

**Masriyanda**

STIE Ahmad Dahlan Jakarta

E-mail: masriezubir@gmail.com

### ***Abstract***

*Research in this paper attempts to examine the influence of knowledge about Islamic bank product, the basic principles of Islamic banking, training and religiosity to perceptions and understanding of Islamic bank financing products. Research conducted on employees in some Islamic banks in Indonesia, the banks participating in this study were Bank Muammalat Indonesia, Bank BNI Syariah, Bank BTN Syariah, Bank BRI Syariah, Bank BPD DIY sharia and Bank Sulselbar Sharia. Quantitative data were processed using SPSS 20.0 statistical software. using multiple linear regression analysis. The results illustrate that the knowledge of Islamic bank products and training influence the perception and understanding of Islamic bank financing products. While the basic principles of Islamic banking and religiosity have no influence on perception and understanding of Islamic bank financing products.*

Kata Kunci: relijiusitas, persepsi, prinsip dasar perbankan syariah

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan perbankan syariah perlu memfokuskan kepada aspek kepuasan yang dirasakan konsumen serta kemampuan sumber daya insani dari perbankan syariah dalam mengembangkan produk-produk pembiayaan perbankan syariah. Dalam meningkatkan kualitas produk pembiayaan perbankan syariah diperlukan adanya tata kelola sebuah perusahaan, kepatuhan atau *compliance* dan standar atau hukum yang telah diatur dengan jelas yang telah diterbitkan oleh lembaga atau organisasi yang berwenang dalam suatu bidang tertentu.

Pada perbankan syariah sendiri yang dimaksud dengan syariah *compliance* yaitu meningkatkan pengetahuan syariah bagi karya-

wan sehingga peluang terjadinya pelanggaran syariah berkurang selain itu menciptakan tawaran-tawaran produk dan layanan yang kreatif dan inovatif, namun tetap patuh pada aspek syariah.

Persepsi dan pemahaman merupakan satu kepercayaan yang diperoleh dari pengetahuan atau informasi dan memanipulasi pengetahuan tersebut yang selanjutnya diterjemahkan, ditafsirkan dan dilakukan peramalan untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

Dalam pengembangan produk pembiayaan syariah banyak faktor yang melatarbelakangi agar produk pembiayaan bank syariah menjadi produk dengan inovasi yang sesuai dengan *compliance* syariah dan mampu bersaing di masyarakat. Penelitian ini mencoba melihat

pengaruh faktor-faktor pengetahuan produk pembiayaan bank syariah, prinsip-prinsip dasar perbankan syariah, pelatihan serta religiusitas terhadap persepsi dan pemahaman karyawan bank syariah terhadap produk bank syariah.

Aslam. *et al.*, (2011 ) mengemukakan bahwa perkembangan saat ini nasabah memiliki pendidikan dan pengetahuan yang lebih baik dalam produk perbankan dan permintaan untuk produk-produk inovatif dan layanan lebih baik, di mana untuk menghadapi kebutuhan nasabah perlu selalu dipertanyakan apakah staf bank syariah mengalami pelatihan dan pengetahuan yang memadai dalam bidang keuangan dan perbankan syariah.

## TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini ditujukan untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan pemahaman karyawan bank syariah terhadap pengembangan produk pembiayaan bank syariah pada beberapa bank syariah di Indonesia.

## METODE

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif-kuantitatif dengan populasi karyawan pada beberapa bank umum syariah dan unit usaha syariah di Indonesia yang dilaksanakan pada medio November 2015 dan Februari 2016.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan *purposive dan accidental sampling*. *Purposive sampling* digunakan pada saat menentukan kriteria bank syariah, untuk *accidental sampling* dilakukan pada saat penyebaran kuesioner terhadap responden. Kuesioner dibagikan kepada karyawan Bank Muamalat Indonesia, BNI Syariah, BRI Syariah, BTN Syariah, BPD DIY Syariah dan Bank Sulselbar Syariah.

Analisis regresi linier ganda yang digunakan pada penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh dengan naik turunnya variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen dengan menggunakan SPSS 20.0.

Analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh antara pengetahuan produk pembiayaan bank syariah, prinsip dasar bank syariah, pelatihan karyawan bank syariah dan religiusitas yang berkaitan dengan persepsi terhadap pemahaman produk pembiayaan bank syariah dengan menggunakan analisis regresi linier ganda untuk mengetahui bagaimana naik turun variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen faktor prediktor dimanipulasi. Dengan demikian regresi ganda akan dilakukan apabila variabel independennya lebih dari dua variabel (Sugiyono, 2014).

Persamaan regresi dengan penggunaan n prediktor atau variabel independen adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan:

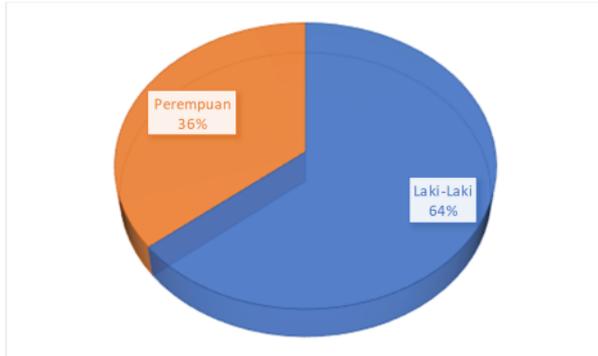
- Y = Persepsi dan pemahaman karyawan bank syariah tentang produk pembiayaan syariah
- X<sub>1</sub> = Pengetahuan tentang produk perbankan syariah
- X<sub>2</sub> = Prinsip-prinsip dasar perbankan syariah
- X<sub>3</sub> = Pelatihan
- X<sub>4</sub> = Religiusitas
- a = Konstanta (nilai Y' apabila X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub> = 0)
- b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Jawaban responden sebagai data primer penelitian ini dapat dikumpulkan 170 kuesioner dari 200 kuesioner yang disebarkan kepada responden dengan tingkat respon sebesar 80 %

Pada penelitian ini respon dari responden yang menjawab kuesioner pada jenis kelamin

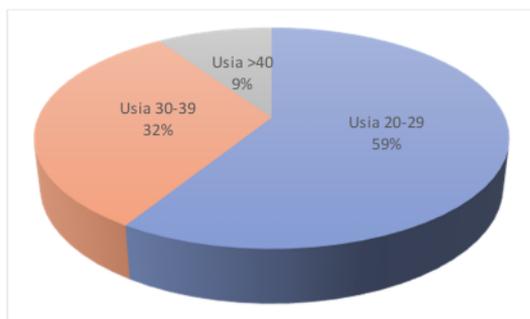
dapat dilihat pada gambar 1. Dengan melihat pada tabel dapat dilihat bahwa lebih banyak responden laki-laki yang berpartisipasi dibandingkan dengan responden perempuan.



Sumber: data diolah, 2016

Gambar 1. Jenis Kelamin Responden

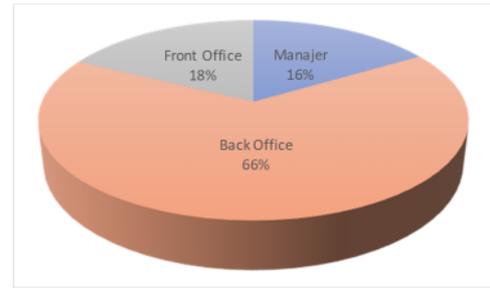
Pada tingkat usia responden respon yang paling banyak menjawab kuesioner adalah pada tingkat usia 20-29 tahun sebesar 59% , partisipasi tingkat usia 30-39 tahun berada pada tingkat 32% sedangkan pada tingkat usia di atas 40 tahun partisipasi terhadap jawaban kuesioner mencapai 9%. Seperti terlihat pada gambar 2 di bawah ini.



Sumber: data diolah, 2016

Gambar 2. Usia Responden

Pada tingkatan manajemen 16% dari level karyawan pada level manajer menjawab memberikan respon atas pertanyaan pada kuesioner, 66% dari responden merupakan karyawan pada bagian *back office* serta 18% merupakan karyawan *front office* yang ikut berpartisipasi dalam menjawab pertanyaan kuesioner seperti yang tergambar pada gambar 3 di bawah ini.



Sumber: data diolah, 2016

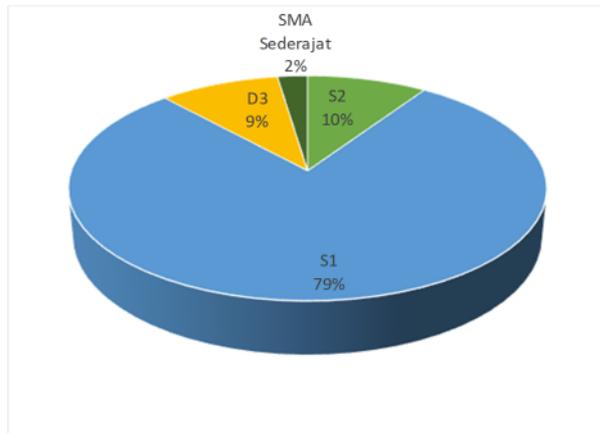
Gambar 3. Jabatan Responden

Tingkat pendidikan karyawan bank syariah yang berpartisipasi dalam menjawab kuesioner terlihat pada gambar 4. Karyawan dengan tingkat pendidikan S2 sebesar 9%, S1 79% dan untuk program D3 9% dan responden yang menjawab kuesioner dengan 3% responden merupakan dengan tingkat pendidikan SMA sederajat.

Pertanyaan diberikan dalam bentuk kuesioner diukur dalam skala likert di mana variasi jawaban akan dihitung dalam skala 1 sampai dengan 5. Hasil jawaban responden bervariasi dalam menjawab pernyataan yang diberikan pada kuesioner. Seperti yang terlihat pada tabel.5. terlihat untuk Variabel Y persepsi dan pemahaman terhadap produk pembiayaan bank syariah terlihat mempunyai nilai rata-rata sebesar 33,0061 dari nilai maksimum 45 yang menggambarkan responden memilih jawaban setuju atas pernyataan pada kuesioner yang diberikan. Selanjutnya pada variabel-variabel X1,X2,X3,X4 menggambarkan jawaban yang hampir sama dengan jawaban untuk variabel Y dimana rata-rata jawaban adalah setuju dengan pernyataan pada kuesioner kecuali pada X4 variabel Religiusitas jawaban yang diberikan responden menjawab pilihan dari sangat tidak setuju.

Uji validitas konstruk dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Dari hasil pengolahan data yang

dilakukan dengan menggunakan SPSS 20.0, instrumen Y-Persepsi dan Pemahaman Produk Pembiayaan Bank Syariah terlihat memiliki nilai  $r$  hitung (Corrected Item Total Correlation)  $> r_{table}$  (0,15), maka bisa disimpulkan bahwa indikator-indikator kuesioner variabel Y dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.



Sumber: data diolah, 2016

Gambar 4. Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 1. Hasil Tabulasi Kuesioner

	N	Nilai Rata-Rata	Standar Deviasi
Y - Persepsi	165	33,0061	3,95169
X <sub>1</sub> - Pengetahuan tentang Produk	168	24,4345	2,38920
X <sub>2</sub> - Prinsip Dasar	169	30,2426	2,85675
X <sub>3</sub> - Pelatihan	164	34,7988	4,43104
X <sub>4</sub> - Religiutas	169	22,6154	2,91343

Sumber: data diolah, 2016

Uji validitas yang dilakukan pada instrumen X<sub>1</sub>-pengetahuan tentang produk bank syariah, X<sub>2</sub>-prinsip-prinsip dasar perbankan Syariah, X<sub>3</sub>-pelatihan dan X<sub>4</sub>-religiutas menunjukkan semua nilai  $r$  hitung (Corrected Item Total Correlation) lebih besar dari angka  $r_{table}$  (0,15), dengan demikian bisa disimpulkan bahwa indikator-indikator kuesioner variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> dan X<sub>4</sub> dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

Realibilitas merupakan keandalan sebagai ukuran kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan

konstruk-konstruk pertanyaan di dalam kuesioner. Hasil jawaban kuesioner dilakukan uji realibilitas dengan menggunakan *software* statistik SPSS.20.0. Ukuran yang digunakan adalah ukuran Cronbach's alpha ( $\alpha$ ), apabila nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )  $> 0,60$  maka bisa disebut reliabel.

Uji reliabilitas yang dilakukan secara bersama-sama terhadap pernyataan-pernyataan Y-persepsi dan pemahaman terhadap produk pembiayaan bank syariah, X<sub>1</sub>-pengetahuan tentang produk bank syariah, X<sub>2</sub>-prinsip-prinsip dasar perbankan syariah, X<sub>3</sub>-pelatihan dan X<sub>4</sub>-religiutas memperlihatkan hasil perhitungan realibilitas semua instrumen variabel memiliki angka reliabilitas yang tinggi (Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )  $> 0,60$ ), dengan demikian bahwa instrumen untuk mengukur konstruk atau variabel adalah reliabel.

Pada tabel di bawah ini, masing-masing variabel mempunyai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) Y-persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan bank syariah sebesar 0,665, X<sub>1</sub>-pengetahuan tentang produk bank syariah adalah 0,724, X<sub>2</sub>-prinsip-prinsip dasar perbankan syariah sebesar 0,791, X<sub>3</sub>-pelatihan adalah 0,882 dan X<sub>4</sub>-religiutas adalah 0,920.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

	Jumlah Pertanyaan	Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )	Ket
Y - Persepsi	8	0,665	Reliabel
X <sub>1</sub> - Pengetahuan tentang Produk	6	0,724	Reliabel
X <sub>2</sub> - Prinsip Dasar	7	0,791	Reliabel
X <sub>3</sub> - Pelatihan	9	0,882	Reliabel
X <sub>4</sub> - Religiutas	5	0,920	Reliabel

Sumber: data diolah, 2016

Dalam tabel 3. yang disajikan terlihat nilai R square = 0.216 menunjukkan bahwa 21.6% dari varians Y atau persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan syariah dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel X<sub>1</sub> (pengetahuan produk bank syariah), X<sub>2</sub> (prinsip-prinsip dasar perbankan syariah), X<sub>3</sub> (pelatihan) dan X<sub>4</sub> (religiutas). Sedangkan 78.4% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Tabel 3. Hasil Ringkasan Regresi

Variabel	Koefisien	Std. Error	Uji t	Signifikansi
Konstanta	1,432	0,365	3,922	0,000
X <sub>1</sub>	0,316	0,094	3,350	0,001
X <sub>2</sub>	0,019	0,097	0,196	0,845
X <sub>3</sub>	0,172	0,069	2,490	0,014
X <sub>4</sub>	0,042	0,064	0,746	0,457
Uji F		0,000		
R		0,465		
R <sup>2</sup>		0,216		
Adjusted R <sup>2</sup>		0,197		
DW		1,396		

Sumber: data diolah, 2016

Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Uji F untuk menguji kelayakan model regresi penelitian atau *goodness of fit*. Jika model signifikan maka model dapat digunakan untuk prediksi/peramalan, sebaliknya jika tidak signifikan maka model regresi tidak baik digunakan untuk peramalan. Dengan kata lain uji F dimaksudkan untuk menguji apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Y atau persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan bank syariah.

Dari hasil pengolahan data seperti yang terlihat pada tabel.8. memperlihatkan nilai *sig* = 0.000 < 0.05, hal ini dapat diartikan bahwa variabel-variabel independen X<sub>1</sub> (pengetahuan produk bank syariah), X<sub>2</sub> (prinsip-prinsip dasar perbankan syariah), X<sub>3</sub> (pelatihan) dan X<sub>4</sub> (religiusitas) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan model penelitian yang digunakan ini baik (*goodness and fit*).

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya/independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat/dependennya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung, proses uji t identik dengan Uji perhitungan dilakukan dengan

menggunakan SPSS 20. Uji t dimaksudkan untuk menguji apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Data hasil pengujian dapat terlihat pada tabel 3.

Pada penelitian ini terdapat beberapa hipotesis yang mencoba melihat pengaruh dari beberapa variabel independen X terhadap variabel independen Y. Hipotesis pertama yang coba diuji adalah "tingkat pengetahuan tentang produk bank syariah berpengaruh terhadap persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan bank syariah".

Pada tabel 3 terlihat nilai *sig* variabel pengetahuan tentang produk bank syariah (X<sub>1</sub>) = 0.001 < 0.05 sehingga H<sub>a</sub> diterima, yang berarti variabel pengetahuan tentang produk bank syariah ini secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel persepsi dan pemahaman dalam produk pembiayaan syariah. Nilai positif ditunjukkan koefisien 0,001 yang bertanda positif. Hasil ini menunjukkan makin tinggi nilai koefisien pengetahuan tentang produk bank syariah (X<sub>1</sub>), maka akan juga meningkatkan angka koefisien persepsi atau pemahaman tentang produk pembiayaan syariah sebesar nilai kenaikan koefisien a variabel pengetahuan tentang produk bank syariah (X<sub>1</sub>) yang dikalikan dengan nilai konstanta.

Hipotesis yang kedua pada bagian ini adalah "prinsip-prinsip dasar perbankan syariah berpengaruh terhadap persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan bank syariah". Pada tabel 3 di atas nilai *sig* variabel X<sub>2</sub> = 0.845 > 0.05 sehingga H<sub>a</sub> ditolak, yang berarti variabel prinsip-prinsip dasar perbankan syariah (X<sub>2</sub>) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan syariah.

Hipotesis yang ketiga pada bagian ini adalah "pelatihan berpengaruh terhadap persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan bank syariah". Pada tabel 3 di atas

nilai sig variabel Pelatihan ( $X_3$ ) = 0,014 < 0,05 sehingga  $H_a$  diterima, yang berarti variabel Pelatihan ini secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan syariah. Nilai positif ditunjukkan koefisien 0,014 yang bertanda positif. Hasil ini menunjukkan makin tinggi nilai koefisien latihan ( $X_3$ ), maka akan juga meningkatkan angka koefisien persepsi dan pemahaman dalam produk pembiayaan syariah sebesar nilai kenaikan koefisien a variabel pelatihan ( $X_3$ ) yang dikalikan dengan nilai konstanta.

Hipotesis yang keempat pada bagian ini adalah "religiusitas berpengaruh terhadap persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan bank syariah". Pada tabel 3, nilai sig variabel  $X_4$  = 0.457 > 0.05 sehingga  $H_a$  ditolak, yang berarti variabel religiusitas ini secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan bank syariah.

Pengukuran pengetahuan tentang produk bank syariah terhadap persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan bank syariah menunjukkan bahwa pengetahuan tentang produk bank syariah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap persepsi dan pemahaman dalam produk pembiayaan bank syariah. Hasil ini membuktikan bahwa semakin baik pengetahuan karyawan bank syariah terhadap produk bank syariah, akan semakin baik persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan bank syariah. Hasil pada penelitian ini mendukung penelitian Rehman, *et al.*, (2014) di Rawal Pindi Pakistan, Ahmad & Haron (2002); Zainol *et al.*, (2008) dan Aslam *et al.*, (2011).

Sementara, hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip-prinsip dasar perbankan syariah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan bank syariah. Hasil penelitian mendukung penelitian Abdullah *et al.*, (2007), Dusuki *et al.*, (2007)

Pada penelitian ini didapatkan bahwa pelatihan berpengaruh secara positif terhadap persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan bank syariah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Baba & Amin *et al.*, (2009), dimana survey yang dilakukan menunjukkan ada indikasi positif antara variabel pelatihan dan pengetahuan tentang produk bank syariah. Abdullah *et al.*, (2007) juga menyatakan, dimana hasil penelitian menunjukkan ada korelasi yang signifikan antara variabel pengetahuan dan pemahaman produk pembiayaan bank syariah dengan variabel pendidikan dan pelatihan yang bermanfaat bagi inovasi produk pembiayaan bank syariah dan layanan terhadap nasabah bank syariah.

Hasil pada penelitian ini terlihat bahwa  $H_a$  ditolak atau tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel religiusitas dengan persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan bank syariah. Penelitian ini belum mampu membuktikan bahwa religiusitas seharusnya memiliki pengaruh pada pengetahuan dan pemahaman produk (Ahmad & Haron, 2002; Zainol *et al.*, 2008; dan Aslam *et al.*, 2011).

Alam *et al.*, (2012) menjelaskan agama sebagai salah satu institusi sosial yang paling universal yang dapat mempengaruhi sikap, nilai-nilai dan perilaku individu dan masyarakat. Pendapat lain menyatakan bahwa religiusitas dapat mempengaruhi keyakinan etis masyarakat dan dapat mencerminkan perilaku dan komitmen dalam aktivitas manusia (Conroy & Emerson, 2004).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap karyawan pada beberapa bank syariah di Indonesia dengan 170 orang responden dan pembahasan yang telah dibuat maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan terhadap produk bank syariah berpengaruh positif terhadap persepsi dan

- pemahaman karyawan bank syariah tentang produk pembiayaan bank syariah. Selanjutnya, pengetahuan yang baik dan relevan dengan produk bank syariah berdampak positif terhadap perkembangan bank syariah itu sendiri. Dengan demikian diharapkan karyawan bank syariah meningkatkan pengetahuan terhadap produk-produk bank syariah yang bersaing yang bisa dimanfaatkan masyarakat pengguna jasa bank syariah.
2. Prinsip-prinsip dasar perbankan syariah tidak berpengaruh terhadap persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan bank syariah. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini kurang sesuai dengan tujuan agar supaya bank syariah mempunyai produk pembiayaan yang tidak terkontaminasi dengan budaya bank konvensional. Kurangnya pemahaman akan prinsip-prinsip dasar bank syariah akan menyebabkan degradasi produk-produk pembiayaan bank syariah di masa depan.
  3. Pelatihan berpengaruh secara positif terhadap persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan bank syariah. Peranan dari kualitas sumber daya insani yang kompeten diperlukan agar supaya produk pembiayaan bank syariah bisa berkembang tanpa harus melanggar syariah *compliance* itu sendiri. Dengan demikian pelatihan yang memadai terhadap karyawan bank syariah diperlukan agar perkembangan produk pembiayaan bank syariah bisa menghasilkan produk-produk yang inovatif dengan layanan yang lebih baik.
  4. Religiusitas tidak berpengaruh terhadap persepsi dan pemahaman tentang produk pembiayaan bank syariah. Hasil ini bertolak belakang serta belum dapat menyimpulkan bahwa kewajiban agama merupakan faktor penting terhadap persepsi dan pemahaman produk bank syariah.
- DAFTAR PUSTAKA**
- Aslam *et al.*, (2011) A Comparative Analysis Of bankers Perception On Islamic Banking in Pakistan. *Int. J. Eco. Res.*, 2011 2(4), 1-12.
- Ahmad, N., & Haron, S., (2002). Perception of Malaysian Corporate Customers Towards Islamic Banking Products & Services. *International Journal of Islamic Financial Services*, Volume 3, Number 4.
- Baba, R., & Amin, H. (2009). Offshore Bankers' Perception on Islamic Banking Niche for Labuan: An Analysis. *International Journal of Commerce and Management* Vol.19 No.4.
- Conroy, S. & Emerson, T. (2004). Business Ethics and Religion: Religiosity as a Predictor of Ethical Awareness among Students. *Journal of Business Ethics*, 50(4), 383-396.
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Why Do Malaysian Customers Patronise Islamic Banks? *International Journal of Bank Marketing*, 142-160.
- Rehman, *et al.*, (2014) .Employee Perception, Knowledge and Potential of Islamic Banking in Pakistan. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, Vol. 10, No. 4, Oct. - Dec. 2014.
- Alam, *et al.*, (2012). Is Religiosity an Important Factor in Influencing the Intention to Undertake Islamic Home Financing in Klang Valley?. *World Applied Sciences Journal*.
- Seah *et al.*, (2007). Factors Influencing Knowledge of Islamic Banking Services: The Case of Malaysian Bank Managers. *Review of Islamic Economics*, Vol. 11. No.2. International Association for Islamic Economics.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta Bandung.
- Zainol, Z., *et al.*, (2008). A Comparative Analysis of Bankers' Perceptions on Islamic Banking. *International Journal of Business and Management*, April 2008.