



## **FAKTOR-FAKTOR PEMBEDA PEMILIHAN BANK SYARIAH PADA KONSUMEN MAHASISWA**

### Abstrak

Peranan bank sangatlah penting bagi perekonomian suatu negara dalam konteks mendukung pembangunan. Hal tersebut dikarenakan pembangunan ekonomi di suatu negara sangat bergantung kepada dinamika perkembangan dan kontribusi nyata dari sektor perbankan. Salah satu bentuk perkembangan sektor perbankan adalah hadirnya Bank Syariah di Indonesia. Sebagai alternatif perbankan yang menawarkan jasa keuangan lebih sehat dan berbasis prinsip syariah, pertumbuhan Bank Syariah masih kalah dibanding Bank Konvensional meskipun mayoritas penduduk Indonesia merupakan pemeluk agama Islam.

Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu faktor-faktor pembeda pemilihan Bank Syariah di kalangan mahasiswa. Mahasiswa dipilih sebagai subjek pada penelitian ini karena mahasiswa adalah *agent of change* yang nantinya akan menjadi penerus bangsa. Subjek pada penelitian ini berjumlah 261 mahasiswa (107 laki-laki dan 154 perempuan) yang termasuk dalam angkatan 2013-2016. Penelitian kuantitatif ini melibatkan tiga variabel yaitu *product knowledge*, *reference group*, dan religiusitas. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis diskriminan. Hasil analisis menunjukkan nilai Wilk's Lamda variabel *product knowledge* 0,981 dengan  $p < 0,05$ , sedangkan kedua variabel lainnya memiliki nilai  $p > 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa *product knowledge* merupakan faktor pembeda pemilihan Bank Syariah di kalangan mahasiswa.

**Kata Kunci:** perilaku konsumen, *product knowledge*, bank syariah



## ***THE DIFFERENTIATING FACTORS OF SHARIA BANK SELECTION AMONG UNIVERSITY STUDENT***

*Bank is very important for a country's economy in the context of supporting development, because economic development in a country depends on the dynamics of development and the real contribution of the banking sector. One of the development of banking sector is the existence of Sharia Bank in Indonesia. As an alternative banking that offers syariah-based financial services, the growth of Sharia Banks is still less than conventional banks although the majority of Indonesians are Muslim.*

*This study aims to find out the factors that differentiate the selection of Bank Syariah among university students. University students are chosen as the subject of this research because the student is the "agent of change" which will become the nation's successor in the future. Two hundred and sixty one university student (107 males and 154 females) belonging batch 2013 -2016 have accomplished three scales online. This quantitative research involves three variables: product knowledge, reference group, and religiosity. The data was analyzed by discriminant analysis. The result of analysis shows that Wilk's Lamda of product knowledge is 0,981 with  $p < 0,05$ , while the other two variables have  $p > 0,05$ . These shows indicate that product knowledge is a differentiating factor in the selection of Sharia Bank among students.*

**Keywords:** *consumer behavior, product knowledge, sharia bank*