

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, sikap, norma subjektif, kendali perilaku dan religiusitas terhadap minat masyarakat serta dampaknya terhadap keputusan pembiayaan bank syariah di Provinsi DKI Jakarta. Penelitian ini dilakukan di Provinsi DKI Jakarta. Objek penelitian adalah nasabah bank syariah di wilayah Provinsi DKI Jakarta dan yang menjadi sampel sebanyak 130 responden. Penelitian ini memakai model analisis SEM AMOS, dengan variabel perilaku konsumsi meliputi pengetahuan, sikap, norma subjektif, kendali perilaku dan religiusitas sebagai variabel eksogen, sedangkan variabel interveningnya adalah minat masyarakat dan variabel endogennya yaitu keputusan pembiayaan. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel pengetahuan dan kendali perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk pembiayaan bank syariah. Variabel sikap dan religiusitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk pembiayaan bank syariah. Norma Subjective berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap minat masyarakat. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih produk pembiayaan di bank syariah, sedangkan religiusitas berpengaruh negatif secara signifikan terhadap keputusan memilih produk pembiayaan di bank syariah. Variabel minat masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan. Sedangkan pengaruh tidak langsung variabel minat masyarakat tidak mampu memediasi pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap keputusan pembiayaan secara signifikan.

Kata Kunci : Perilaku Konsumsi, Minat Masyarakat, Keputusan Pembiayaan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of knowledge, attitudes, subjective norms, behavioral control and religiosity on community interests and their impact on Islamic bank financing decisions in DKI Jakarta Province. This research was conducted in DKI Jakarta Province. The object of research is Islamic bank customers in the DKI Jakarta Province and as many as 130 respondents. This study uses SEM AMOS analysis model, with consumption behavior variables including knowledge, attitudes, subjective norms, behavioral control and religiosity as exogenous variables, while the intervening variables are community interest and endogenous variables, namely financing decisions. The results of this study indicate knowledge and behavioral control variables have a positive and significant effect on public interest in using Islamic bank financing products. Attitude and religiosity variables have a positive but not significant effect on people's interest in using Islamic bank financing products. Subjective norms have a negative but not significant effect on people's interests. Knowledge has a positive and significant influence on people's decisions to choose financing products in Islamic banks, while religiosity has a significant negative effect on the decision to choose financing products in Islamic banks. The public interest variable has a positive and significant influence on financing decisions. While the indirect effect of the community interest variable is not able to mediate the influence of knowledge and religiosity on financing decisions significantly.

Keywords: Consumption Behavior, Public Interest, Financing Decisions