

Survei literatur terhadap faktor adopsi bank syariah 2007-2016 = Literature survey on consumers adoption factors of Islamic banks 2007-2016

Umda Nafia Yasin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20458296&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tujuan dari survei literatur ini adalah untuk meninjau penelitian yang sebelumnya telah dilakukan terkait faktor adopsi bank syariah secara umum selama tahun 2007 sampai dengan 2016 dan untuk mengetahui faktor apa saja yang signifikan memengaruhi adopsi konsumen terhadap bank syariah. 40 artikel jurnal dari pangkalan data yang dilanggan Universitas Indonesia maupun yang tersedia secara bebas di Google Scholar dipilih untuk ditinjau dan dikelompokkan berdasarkan teori difusi inovasi milik Rogers 1983, aspek demografik konsumen dan faktor lainnya seperti aspek syariah maupun kompetitor bank syariah itu sendiri. Dari artikel yang terpilih, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan dilakukan di negara dengan Muslim sebagai mayoritas seperti Malaysia dan Pakistan. Selain itu, religiusitas dan kesadaran konsumen, bersama dengan keunggulan bank, kredibilitas, kenyamanan, biaya dan aspek syariah bank merupakan faktor-faktor yang paling sering dibahas dan terbukti signifikan dalam memengaruhi proses adopsi konsumen terhadap bank syariah.

<hr>

ABSTRACT

The purpose of this literature survey is to review the academic literatures related to consumers's adoption factors of Islamic bank in general that were published within 10 years, from 2007 to 2016 and to identify factors that significantly affect the adoption. In order to do so, 40 journal articles from University of Indonesia subscribed database and Google Scholars were chosen, reviewed and classified according to Rogers's Diffusion of Innovations theory, consumer's demographic and other factors such as sharia value and Islamic banks's competitors. From those articles, it can be concluded that most studies used quantitative approach and conducted in Muslim majority countries such as Malaysia and Pakistan. Consumers's religiosity and awareness along with Islamic banks's relative advantage, credibility, convenience, cost and sharia value are most discussed and proven significant in affecting consumers's adoption of Islamic banks.