

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI, PERILAKU, DAN PREFERENSI NASABAH MUSLIM DALAM KEPUTUSAN MEMILIH LAYANAN BANK SYARIAH DI NTB (Studi Kasus pada Bank NTB Syariah Kecamatan Dompu Kabupaten Dompu)

Devi Novita, M. Cholid Mawardi, Ahsani Taqwiem

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Malang

Email: Devinvta08@gmail.com

ABSTRAK:

Perbankan Syariah semakin menjadi pilihan utama masyarakat Muslim, khususnya di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB). Mengingat mayoritas penduduk di NTB beragama Islam, penting untuk memahami elemen-elemen yang mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih Bank Syariah. Penelitian ini bermaksud menganalisis dampak persepsi, perilaku, dan preferensi nasabah Muslim terhadap keputusan memilih layanan Bank NTB Syariah. Penelitian ini memakai metode kuantitatif, dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada nasabah Bank NTB Syariah di Kabupaten Dompu. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dan pengolahan datanya menggunakan program pengolahan data SPSS, penelitian ini telah memenuhi uji Instrumen, uji Normalitas, uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa perilaku dan preferensi nasabah tidak secara signifikan mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih Bank NTB Syariah, sedangkan persepsi dalam penelitian ini secara signifikan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan di Bank NTB Syariah. Ini mengindikasikan bahwa elemen penentu penting dalam keputusan pelanggan ialah memiliki pemahaman yang mendalam tentang produk dan layanan Syariah.

Kata Kunci: Bank NTB syariah, keputusan memilih layanan, perilaku, persepsi, preferensi.

ABSTRACT:

Sharia Banking is increasingly becoming the main choice for Muslim communities, especially in West Nusa Tenggara (NTB) Province. Considering that the majority of the population in NTB is Muslim, it is important to understand the elements that influence their decision to choose a sharia Bank. This research aims to analyze the impact of Muslim customers' perceptions, behavior and preferences on the decision to choose Bank NTB Syariah services. This research uses quantitative methods, by collecting data through questionnaires distributed to Bank NTB Syariah customers in Dompu Regency. The sample in this study was 100 respondents and the data processing used the SPSS data processing program. This research has fulfilled the Instrument Test, Normality Test, multiple linear regression test, classical assumption test, hypothesis test. The research results indicate that customer behavior and preferences do not significantly influence the customer's decision to choose the NTB sharia Bank, while the perceptions in this research significantly influence the customer's decision in choosing services at the NTB sharia Bank. This indicates that an important determining element in customer decisions is having a deep understanding of Sharia products and services

Keywords: NTB sharia banking, decision to choose services, behavior, perception, preferences.

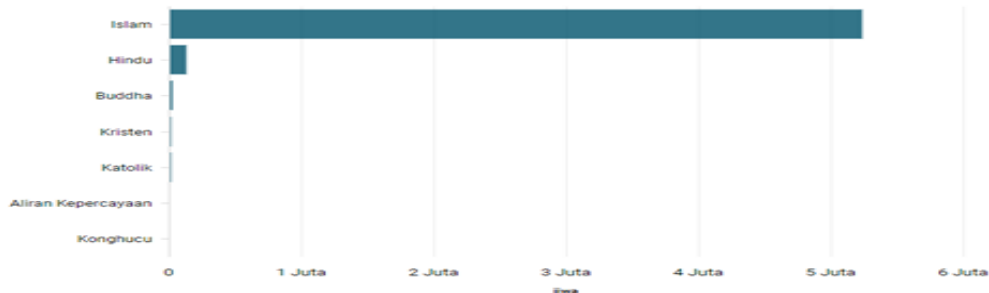
PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perekonomian Indonesia sangat dipengaruhi oleh sektor perbankan konvensional dan Syariah. Peraturan perbankan yang ditetapkan oleh Undang-Undang No. Pasal 10 tahun 1998 mengizinkan Bank konvensional untuk membangun cabang yang sesuai dengan Syariah atau sepenuhnya beralih ke sistem Syariah (Antonio, 2001: 26). Ada perbedaan mendasar antara

dua jenis prinsip operasional Bank yaitu mekanisme bunga di Bank konvensional dan bagi hasil di Bank Syariah, meskipun produk perbankan yang hampir sama namun prinsip operasional keduanya berbeda, terutama dalam hal mengejar keuntungan. (Siregar *et. al.*, 2020: 1).

Berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah, Bank Syariah beroperasi dengan mengutamakan prinsip keadilan dan investasi yang etis. Hal ini diwujudkan melalui larangan terhadap riba (bunga) dan kegiatan spekulatif yang beresiko tinggi, karena keduanya dianggap merugikan dan tidak sesuai dengan ajaran Islam. Prinsip-prinsip ini memastikan bahwa semua transaksi dan kegiatan perbankan berjalan sesuai dengan Syariah, sehingga tetap halal dan menjaga keseimbangan ekonomi yang adil bagi semua pihak.



Sumber: Databoks Katadata, 2022.

Gambar 1. Jumlah Penduduk NTB Menurut Agama/Kepercayaan

Berdasarkan gambar 1 di atas perbankan Syariah di NTB memiliki potensi untuk berkembang, seiring dengan kemajuan zaman dan globalisasi. Dengan populasi Muslim yang mencapai 96,47%, NTB menjadi pasar yang menjanjikan bagi industri perbankan Syariah yang telah menjadi komponen penting dalam sistem keuangan global.

Tabel 1. Kinerja Pertumbuhan Bank NTB Syariah

Indikator	Bank NTB Syariah	Perbankan Nasional	Perbankan Regional	Perbankan Syariah
Aset	15,93%	3,71%	14,19%	8,01%
Kredit/Pembiayaan	17,80%	8,78%	5,11%	16,50%
DPK	20,10%	2,24%	16,04%	6,31%

Sumber: Statistik Perbankan Indonesia, 2022.

Berdasarkan tabel 1.1 diatas Pada tahun 2020, Bank Syariah NTB yang didirikan sesuai dengan Keputusan Daerah No. 1 Tahun 1963 menganut sepenuhnya hukum Syariah. Sejak itu, kinerja Bank telah membaik, terlihat dari asetnya yang tumbuh sebesar 17,80% pada tahun 2022 tingkat yang lebih tinggi dari rata-rata nasional.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah layanan. (A. Taqwiem, 2024). Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan dua hal yang harus diperhatikan perusahaan pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada nasabah yang akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan adanya rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke mulut, sehingga akan tercipta nasabah baru. (C. Mawardi, 2024).

Meskipun mayoritas Masyarakat di NTB beragama Islam, masih banyak yang kurang memahami prinsip dan layanan di Bank Syariah. Khususnya Bank NTB Syariah. Oleh karena itu peneliti tertarik meneliti tentang "Analisis persepsi, perilaku dan preferensi nasabah Muslim dalam memilih layanan Bank Syariah di NTB," penelitian ini diharapkan bisa menjelaskan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah ketika memilih layanan perbankan Syariah, terutama di daerah di mana mayoritas penduduknya beragama Islam.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh persepsi, perilaku, dan preferensi nasabah Muslim terhadap

- keputusan memilih layanan di Bank NTB Syariah?
2. Bagaimana Persepsi nasabah Muslim terhadap keputusan memilih layanan di Bank NTB Syariah?
 3. Bagaimana Perilaku nasabah Muslim terhadap keputusan memilih layanan di Bank NTB Syariah?
 4. Bagaimana Preferensi nasabah Muslim terhadap keputusan memilih layanan di Bank NTB Syariah?

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Persepsi

Untuk terlibat secara efektif dengan benda-benda di sekitar mereka, orang harus bisa memahami dan memahami lingkungan mereka, yang merupakan proses kognitif (Wijaya, 2016: 47). Persepsi memiliki dampak yang signifikan pada kepribadian, perilaku, dan reaksi orang terhadap tugas dan tekanan di tempat kerja baik dalam perilaku organisasi maupun perusahaan (Prasodjo, 2022: 56).

Perilaku

Tindakan membeli, mengonsumsi, dan melarang penggunaan barang atau jasa dianggap sebagai perilaku pelanggan, dan dipengaruhi oleh berbagai variabel, termasuk lingkungan dan keturunan (Razak, 2016: 4). Elemen-elemen ini sangat krusial dalam menentukan bagaimana orang berperilaku, yang pada gilirannya mempengaruhi seberapa baik kinerja organisasi. Maka, mencapai solusi yang efisien dan mengelola aktivitas secara efektif membutuhkan pemahaman tentang bagaimana pelanggan berperilaku, merespons, dan mengomunikasikan keinginan mereka (Prasodjo, 2022: 29).

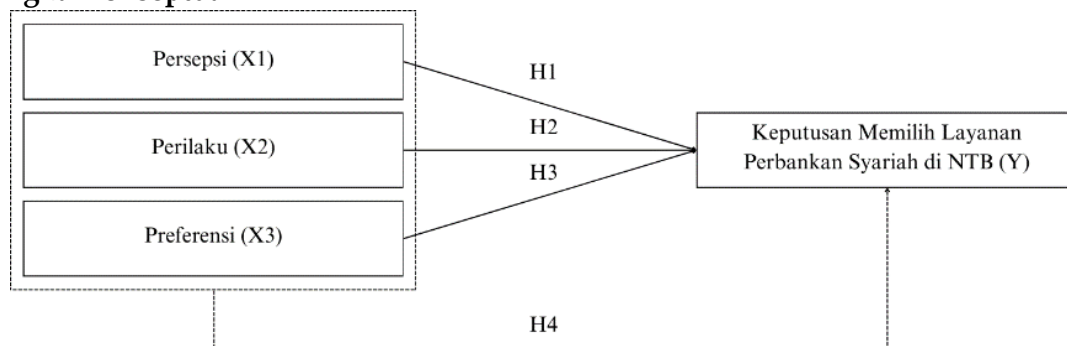
Preferensi

Aspek perilaku pelanggan yang dikenal sebagai preferensi mewakili pilihan utama atau sesuatu yang disukai tergantung pada bagaimana barang atau layanan dirasakan. Preferensi ini seringkali berbeda, stabil, dan berdampak besar pada apa yang diputuskan pelanggan. Secara umum, pelanggan memilih merek dan barang berdasarkan bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri (Supriyanto, 2023).

Keputusan Memilih

Membuat keputusan adalah memilih tindakan dari antara kemungkinan yang tersedia sambil mempertimbangkan fakta, tujuan, dan preferensi untuk meraih hasil terbaik dalam keadaan tertentu (Cand, 2023: 5).

Kerangka Konseptual



Sumber: Data diolah, 2024.

Gambar 2. Kerangka Konseptual

- H1: Persepsi, Perilaku Dan Preferensi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan memilih layanan Bank NTB Syariah
- H1a : Persepsi nasabah berpengaruh secara parsial terhadap keputusan memilih layanan di Bank NTB Syariah
- H1b : Perilaku nasabah berpengaruh secara parsial terhadap keputusan memilih layanan di

Bank NTB Syariah
H1c : Preferensi nasabah berpengaruh secara parsial terhadap keputusan memilih layanan di Bank NTB Syariah

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang dilakukan di Bank NTB Syariah, Kecamatan Dompu, pada April 2024 hingga selesai. Populasi penelitian adalah masyarakat Kecamatan Dompu yang merupakan nasabah Muslim Bank NTB Syariah. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling*, menggunakan *purposive sampling*, dengan pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner melalui *google form*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Responden

Sebanyak 115 kuesioner diterbitkan, dan 100 nasabah Bank NTB Syariah berpartisipasi dalam survei tersebut. Dengan penyebaran kuesioner menggunakan *google form* digunakan untuk mengumpulkan data, yang kemudian dievaluasi sesuai dengan usia, jenis kelamin, dan jawaban partisipan atas pertanyaan tentang persepsi, perilaku, dan preferensi dalam keputusan memilih layanan. Mayoritas responden ialah perempuan 57%, dan 35 % berusia di atas 50 tahun. Skor rata-rata yang sangat baik terlihat dalam tanggapan terhadap faktor keputusan layanan, dengan skor terbesar diberikan kepada manfaat layanan. Skor rata-rata untuk kategori persepsi, perilaku, dan preferensi pilihan juga positif, dengan skor terbesar adalah kesesuaian dengan hukum Islam dan kenyamanan transaksi. Gambaran luas tentang preferensi dan pengalaman pelanggan dengan layanan Bank NTB Syariah.

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	Keputusan layanan (Y)	Y1.1	0,509	0,196	Valid
		Y1.2	0,659	0,196	Valid
		Y1.3	0,582	0,196	Valid
2	Persepsi(X2)	X1.1	0,587	0,196	Valid
		X1.2	0,455	0,196	Valid
		X1.3	0,527	0,196	Valid
3	Perilaku (X3)	X2.1	0,449	0,196	Valid
		X2.2	0,250	0,196	Valid
		X2.3	0,344	0,196	Valid
4	Preferensi(X1)	X3.1	0,336	0,196	Valid
		X3.2	0,408	0,196	Valid
		X3.3	0,376	0,196	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2024.

Berdasarkan tabel 2 di atas bahwa 12 pertanyaan dipecah menjadi empat kategori berdasarkan analisis uji validitas menggunakan perangkat lunak SPSS 2.0: tiga pertanyaan untuk masing-masing variabel berikut: Y, X1, X2, dan X3. Poin pertanyaan setiap variabel semuanya dianggap sah karena skor r yang dihitung adalah 0,196 lebih tinggi dari tabel r. Akibatnya, setiap tanda tanya dalam penelitian ini bisa dianggap sah.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Instrumen	Cronbach's alpha	Taraf Cronbach's alpha	Keterangan
Y	Keputusan Layanan(Y)	0,751	>0,60	Reliabel
X1	Persepsi (X1)	0,633	>0,60	Reliabel
X2	Perilaku (X2)	0,637	>0,60	Reliabel
X3	Preferensi(X3)	0,606	>0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS, 2024.

Berdasarkan tabel 3 di atas bahwa setiap variabel memiliki skor *Alpha Cronbach* variabel, seperti yang bisa dilihat dari temuan analisis uji reliabilitas menggunakan perangkat lunak SPSS 2.0. Temuan analisis mengindikasikan bahwa variabel untuk preferensi (X2), persepsi (X1), keputusan layanan (Y), dan preferensi (X3) semuanya memiliki skor *Alpha Cronbach* lebih dari 60, mengindikasikan bahwa mereka bisa ditanggapi dengan serius.

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^b	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.00705880
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.058
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah SPSS, 2024.

Berdasarkan tabel 4 di atas bahwa hasil *Asymp.* diperoleh dengan menggunakan temuan analisis uji normalitas SPSS 2.0. hingga 0,088, atau lebih dari 0,05, pada tes *Kolmogorov-Smirnov*. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dianggap memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.604	4.579		2.097	.039		
PERSEPSI	.499	.196	.256	2.550	.012	.955	1.047
PERILAKU	.193	.268	.071	.721	.472	.983	1.018
PREFERENSI	.070	.247	.028	.285	.777	.966	1.035

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN LAYANAN

Sumber: Data diolah SPSS, 2024.

Berdasarkan tabel 5 di atas bahwa dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS 2.0 untuk melakukan analisis uji multikolinearitas, ditentukan bahwa setiap variabel X dalam penelitian memiliki skor toleransi > 0,10 dan skor VIF < 10. Ini mengindikasikan bahwa variabel X tidak secara signifikan menyerupai satu sama lain atau mengindikasikan multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.144	2.440		2.518	.013		
PERSEPSI	-.057	.104	-.056	-.542	.589	.955	1.047
PERILAKU	-.017	.143	-.012	-.123	.903	.983	1.018
PREFERENSI	-.157	.132	-.123	-1.195	.235	.966	1.035

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data diolah SPSS, 2024.

Berdasarkan tabel 6 di atas bahwa hasil uji heteroskedastisitas mengindikasikan bahwa setiap variabel X memiliki skor signifikan (*sig.*) > 0,05, yang didasarkan pada analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 2.0. Ini mengindikasikan bahwa variabel X penelitian tidak mengindikasikan tanda-tanda heteroskedastisitas, sehingga data dianggap homogen.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.604	4.579		2.097	.039
PERSEPSI	.499	.196	.256	2.550	.012
PERILAKU	.193	.268	.071	.721	.472
PREFERENSI	.070	.247	.028	.285	.777

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN LAYANAN

Sumber: Data diolah SPSS, 2024.

Berdasarkan tabel 7 di atas bahwa hasil analisis regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak SPSS 2.0 memberikan persamaan yang bisa ditafsirkan sesuai data yang diberikan. Temuan tes mengungkapkan informasi mengenai korelasi antara variabel yang sedang diselidiki.

Uji F (Simultan)

Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	135.714	3	45.238	2.732	.048 ^b
Residual	1589.596	96	16.558		
Total	1725.310	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN LAYANAN

b. Predictors: (Constant), PREFERENSI, PERILAKU, PERSEPSI

Sumber: Data diolah SPSS, 2024.

Berdasarkan tabel 8 di atas bahwa sesuai hasil analisis regresi uji berganda menggunakan perangkat lunak SPSS 2.0, variabel X mempengaruhi variabel Y pada saat yang bersamaan. Hipotesis pertama (H1) diterima karena ini didukung oleh nilai makna 0,048 < 0,05.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.280 ^a	.079	.050	4.069

a. Predictors: (Constant), PREFERENSI, PERILAKU, PERSEPSI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN LAYANAN

Sumber: Data diolah SPSS, 2024.

Berdasarkan tabel 9 di atas bahwa nilai R^2 yang dikoreksi, sebagaimana ditentukan oleh skor analisis koefisien uji pengaturan menggunakan program SPSS 2.0, adalah 0,050. Ini mengindikasikan bahwa variabel X bisa menyumbang 5% dari variasi variabel Y, dengan 5% lainnya dijelaskan oleh elemen-elemen yang tidak diperiksa dalam penelitian ini.

Uji t (Parsial)

Tabel 10. Hasil Uji t (Parsial)

Hipotesis	Pengaruh	Tingkat sig	A	Keterangan
H2	Persepsi	0,012	0,05	Diterima
H3	Perilaku	0,472	0,05	Ditolak
H4	Preferensi	0,777	0,05	Ditolak

Sumber: Data diolah SPSS, 2024.

Berdasarkan tabel 4.9 di atas bahwa. Data yang ditunjukkan pada tabel adalah hasil dari analisis uji-t SPSS 2.0. Tes ini menawarkan penjelasan lengkap tentang hasil, meskipun hanya sebagian, sesuai grafik.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Persepsi, Perilaku, dan Preferensi terhadap Keputusan Memilih Layanan Bank Syariah di NTB

Menurut uji F dengan nilai sig $0,048 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel persepsi, perilaku dan preferensi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan memilih layanan di Bank NTB Syariah. Secara bersamaan atau terpisah. Hal ini menunjukkan cara nasabah melihat dan menilai layanan berdasarkan pengalaman, informasi, dan pendapat mereka tentang Bank NTB Syariah. Pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh. Nisa (2018), Oktaviano & Elu (2018), Rahayu dkk (2021) dan Amri dkk (2022).

Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Memilih Layanan Bank Syariah di NTB

Menurut hasil uji t, dengan nilai sig $0,012 < 0,05$ Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi dapat berpengaruh secara parsial terhadap keputusan memilih layanan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviano & Elu, (2018) yang menyatakan persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih dan kepuasan nasabah *cash management system*.

Pengaruh Perilaku terhadap Keputusan Memilih Layanan Bank Syariah di NTB

Hasil uji t dengan nilai sig $0,472 > 0,05$ menunjukkan bahwa perilaku dapat dinyatakan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih layanan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dkk, (2021) yang menyatakan perilaku konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

Pengaruh Preferensi terhadap Keputusan Memilih Layanan Bank Syariah di NTB

Menurut hasil uji t, dengan nilai sig $0,777 > 0,05$, hasil uji menunjukkan bahwa preferensi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih layanan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amri dkk, (2022) yang menyatakan pelayanan tidak berpengaruh terhadap preferensi nasabah pada PT Bank Syariah Kantor Cabang Pembantu Alas.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi, perilaku dan preferensi nasabah Muslim secara simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih layanan di Bank NTB Syariah. Namun, secara parsial, hanya variabel persepsi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan tersebut, sedangkan variabel perilaku dan preferensi tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial. Hal ini dapat memberikan wawasan penting bagi Bank NTB Syariah untuk lebih memilih faktor-faktor mempengaruhi keputusan nasabah Muslim, serta menjadi landasan untuk meningkatkan strategi pemasaran dan pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, Rian Aditya. 2022. "Analisis Elemen-Elemen yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah pada PT Bank NTB Syariah Kantor Cabang Pembantu Alas." *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(9): 951-964.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Gema Insani Press.
- Bank NTB Syariah. 2022. "Website Bank NTB Syariah." Retrieved from <https://www.BankntbSyariah.co.id/>.
- A. Taqwiem.2024 " Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah.(Studi Pada BSI KCP Malang Singosari 1)." *Warta Ekonomi*. Vol.7 (01)
- C.Mawardi.2024 "Pengaruh Keunggulan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Malang).vol.(7) E-ISSN: 1829-8567. *Warta Ekonomi*
- Undang-Undang No 10 Tahun 1998 terkait Perbankan. Indonesia.
- Nisa, Nurul Khoirun. 2018. "Persepsi, Perilaku, dan Preferensi Masyarakat Kecamatan Margoyoso terhadap Keputusan Memilih BMT di Wilayah Margoyoso Pat."
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). 2022. "Website OJK." Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/>.
- Siregar, Onan Marakali, Dkk. 2020. *Persepsi Masyarakat terhadap Bank Syariah*. Puspantara.
- Prasodjo, Tunggul. 2022. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Razak, Masyhur. 2016. *Perilaku Customer*. Makassar: Alauddin University Press.
- Supriyanto, Stanny Sicilia Rawung. 2023. *Buku Ajar Ekonomi Mikro Menengah: Kajian Perilaku Customer dan Teori Permainan*. Jambi: Softpedia Publishing Indonesia.
- Wijaya, Candra. 2016. *Perilaku Organisasi*. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI).