

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM
MEMILIH PRODUK SIMPANAN MUDHARABAH PADA BANK SYARIAH
INDONESIA**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)

Zukhruf Dinnisa' Ul Furqana*, Dwiyani Sudaryanti, Junaidi*****

21701083012@unisma.ac.id

Universitas Islam Malang

ABSTRACT

This study aims to determine the analysis of factors that influence customer interest in choosing mudharabah savings products at Bank Syariah Indonesia (a case study on students at the Islamic University of Malang). The population in this study were students majoring in Islamic banking FEB UNISMA class 2017, 2018, 2019, which was opened by 252 students. Samples were taken using purposive sampling method. The type of data used in this study uses multiple linear regression analysis techniques using the SPSS 25 program. The results of data analysis show that simultaneous analysis of factors that influence customer interest in choosing mudharabah savings products at Bank Syariah Indonesia (case study on students at the Islamic University of Malang) . Partially, the effect of profit sharing (X1) and location (X3) has a positive effect on customer interest in choosing mudharabah savings products at Bank Syariah Indonesia, while the effect of promotion (X2) has no effect on customer interest in choosing mudharabah savings products at Banks. Indonesian Sharia (a case study on students at the Islamic University of Malang).

Keywords: *Customer Interest, Mudharabah Savings, Profit Sharing Rate (Nisbah), Promotion, Location.*

PENDAHULUAN

Perkembangan peran perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia secara umum. Sistem perbankan syariah juga diatur dalam Undang-Undang No. 10 tahun 1998 dimana Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Peran bank syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berimbang.

Perbankan syariah ini muncul sebagai akibat dorongan dari adanya kesadaran masyarakat Indonesia akan bahaya riba dan kelemahan dari sistem bunga yang selama ini dianut oleh bank-bank konvensional. Pada saat itu keberadaan bank syariah di Indonesia telah di atur dalam Undang-Undang yaitu UU No.10 tahun 1998 tentang Perubahan UU No.7 tahun 1992 tentang Perbankan (Bank Indonesia,2004:174).

Masyarakat menyadari perlunya simpanan dalam bentuk tabungan, giro dan deposito untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak dan keperluan di masa depan, akan tetapi ada beberapa faktor-faktor yang menjadikan orang mau menyimpan uangnya dalam bentuk deposito dan tabungan yaitu : kekayaan yang terkumpul, suku bunga, sikap berhemat, keadaan perekonomian dan tersedia tidaknya dana pensiun yang mencukupi (Yulianti, 2014).

Pembiayaan dalam Perbankan Syariah tidak bersifat menjual uang yang mengandalkan pendapatan bunga atas pokok pinjaman yang diinvestasikan, tetapi dari pembagian laba yang diperoleh pengusaha. Pola konsumsi dan pola simpanan yang diajarkan oleh islam memungkinkan umat islam mempunyai kelebihan pendapatan yang harus diproduktifkan dalam bentuk investasi, maka bank islam menawarkan tabungan investasi disebut Simpanan Mudharabah (Simpanan Bagi Hasil atas Usaha Bank). (Antonio, 2001:28).

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti akan mengkasi lebih lanjut terkait judul **“Analisis faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih produk simpanan mudharabah di Bank Syariah Indonesia cabang Kota Malang”**.

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah: Apakah Tingkat Bagi Hasil (*Nisbah*), Promosi dan Lokasi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih produk simpanan *Mudharabah* di Bank Syariah Indonesia.

LANDASAN TEORI

Bank Syariah

Perbankan Syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Nasabah

Nasabah adalah seseorang atau badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank. Menurut Pasal 1 ayat (17) UU No. 10 tahun 1998 nasabah adalah “Pihak yang menggunakan jasa bank.”

Minat

Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dengan kata lain ada suatu usaha (untuk mendekati, mengetahui, menguasai dan berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari objek. Pengertian minat adalah seseorang memberikan perhatian terhadap orang, aktifitas, situasi yang menjadi objek dengan memahami pada suatu usaha mengetahui secara dalam dan menguasainya. Dari situlah ada daya tarik dan perasaan senang dari objek tersebut (Shalih dan Wahab, 2004).

Bagi Hasil

Bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana menurut Rofiq (2004:153). Pembagian hasil usaha yang dilakukan oleh kedua belah pihak yaitu antara bank syariah sebagai *shahibul mall* (pemilik dana) dan nasabah sebagai *mudharib* (pengelola dana).

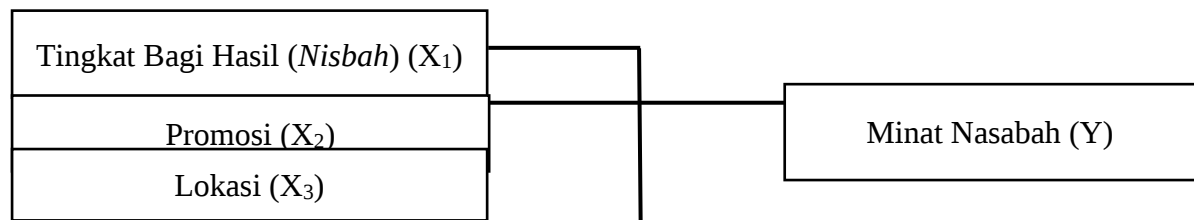
Promosi

Promosi adalah kegiatan yang sangat penting dalam memasarkan produk atau jasa sehingga dapat menarik untuk membeli produk tersebut, kegiatan promosi harus dirancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan harus mudah di mengerti oleh masyarakat agar orang yang membacanya dapat tertarik dan mudah dimengerti.

Lokasi

Lokasi adalah sebagai tempat pengendalian aktivitas perusahaan yang berfungsi sebagai tempat pertemuan antara berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan.

Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1 : Pengaruh faktor tingkat Bagi Hasil (*Nisbah*), Promosi, dan Lokasi yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam memilih produk Simpanan *Mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia.

H1a : Pengaruh faktor tingkat Bagi Hasil (*Nisbah*) yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam memilih produk Simpanan *Mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia.

H1b : Pengaruh faktor tingkat Promosi yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam memilih produk Simpanan *Mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia.

H1c : Pengaruh faktor tingkat Lokasi yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam memilih produk Simpanan *Mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian ini bertempat di Universitas Islam Malang yang berada di JL. Mayjen Haryono No.193, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Waktu penelitian ini dilakukan mulai bulan April sampai dengan Juni 2022.

Populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa aktif Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang angkatan 2017, 2018, dan 2019. Metode sampel yang digunakan *purposive sampling* sebanyak 70 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Total Correlation	r Tabel (5%)	Keterangan
Tingkat Bagi Hasil (X1)	X1.1	0.628	0.1954	Valid
	X1.2	0.556	0.1954	Valid
	X1.3	0.710	0.1954	Valid
	X1.4	0.758	0.1954	Valid
	X1.5	0.642	0.1954	Valid
	X1.6	0.609	0.1954	Valid
Promosi (X2)	X2.1	0.592	0.1954	Valid
	X2.2	0.780	0.1954	Valid
	X2.3	0.757	0.1954	Valid
	X2.4	0.518	0.1954	Valid

Lokasi (X3)	X3.1	0.562	0.1954	Valid
	X3.2	0.817	0.1954	Valid
	X3.3	0.671	0.1954	Valid
	X3.4	0.453	0.1954	Valid
	X3.5	0.712	0.1954	Valid
Minat Nasabah (Y)	Y1.1	0.669	0.1954	Valid
	Y1.2	0.593	0.1954	Valid
	Y1.3	0.728	0.1954	Valid
	Y1.4	0.706	0.1954	Valid
	Y1.5	0.231	0.1954	Valid
	Y1.6	0.280	0.1954	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil uji dari validitas pada tabel 4.4 di atas, maka dapat diketahui sebagai berikut:

1. Tingkat Bagi Hasil (X1) terdiri dari 6 item pertanyaan dengan nilai korelasi person terendah berkisar 0.556 sampai dengan nilai tertinggi berkisar 0.758. (Nilai korelasi terendah) > R tabel sebesar 0.1954 sehingga dapat disimpulkan variabel Bagi Hasil valid.
2. Promosi (X2) terdiri dari 4 item pertanyaan dengan nilai korelasi person terendah berkisar 0.518 sampai dengan nilai tertinggi berkisar 0.780. (Nilai korelasi terendah) > R tabel sebesar 0.1954. sehingga dapat disimpulkan variabel Promosi Valid.
3. Lokasi (X3) terdiri dari 5 item pertanyaan dengan nilai korelasi person terendah berkisar 0.453 sampai dengan nilai tertinggi berkisar 0.817. (Nilai korelasi terendah) > R tabel sebesar 0.1954 sehingga dapat disimpulkan variabel Lokasi Valid.
4. Minat Nasabah (Y) terdiri dari 6 item pertanyaan dengan nilai korelasi person terendah berkisar 0.231 sampai dengan nilai tertinggi berkisar 0.728. (Nilai korelasi terendah) > R tabel sebesar 0.1954, sehingga dapat disimpulkan variabel Minat Nasabah Valid.

Uji Reabilitas

Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria Reabilitas	Keterangan
Tingkat Bagi Hasil (X ₁)	0.711	> 0,6	Reliabel
Promosi (X ₂)	0,747	> 0,6	Reliabel
Lokasi (X ₃)	0,757	> 0,6	Reliabel
Minat Nasabah(Y)	0,761	> 0,6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Berdasarkan table 4.5 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tingkat Bagi Hasil (X1) memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0.711, hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,6$, jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Bagi Hasil Reliabel.
2. Promosi (X2) memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0.747, hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,6$, jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi dinyatakan Reliabel.
3. Lokasi (X3) memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0.757, hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,6$, jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi dinyatakan Reliabel
4. Minat Nasabah (Y) memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,761, hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,6$, jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Minat Nasabah dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Resudial
N		70
Normal Parameters ^a	Mean	23.8857143
	Std. Deviation	2.02375653
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.051
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.719
Asymp. Sig. (2-tailed)		.680

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Berdasarkan pada tabel 4.6 menjelaskan hasil dari uji normalitas dapat diartikan bahwa nilai dari uji *kolmogorof-smirnov Test* Menunjukkan *Asymp. Sig.* Memiliki nilai signifikansi $0.680 > 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Asumsi Klasik
 Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas

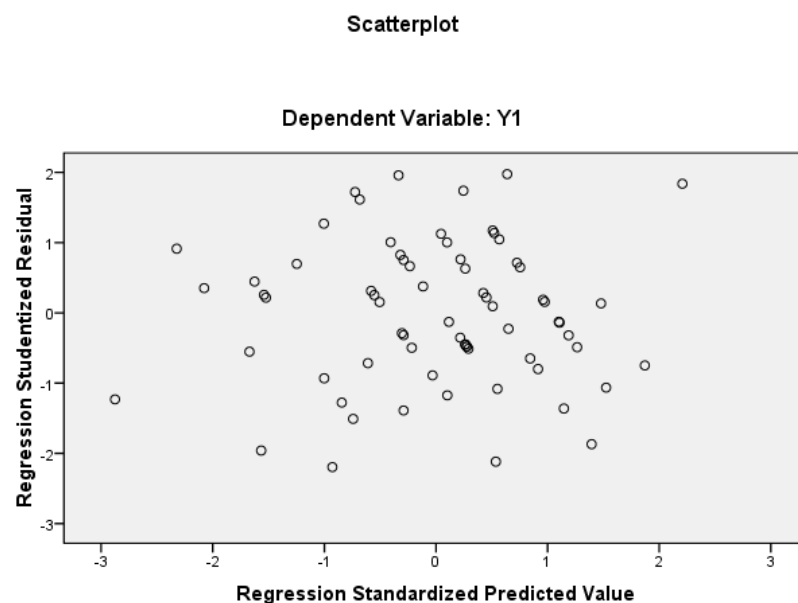
Variabel Bebas	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Bagi Hasil	0.679	1.473	Bebas Multikolinieritas
Promosi	0.661	1.512	Bebas Multikolinieritas
Lokasi	0.587	1.703	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.7 menyatakan bahwa nilai tolerance dan nilai VIF dari variabel Tingkat Bagi Hasil (X_1) sebesar 1.473 dan 0.679, dari variabel Promosi (X_2) sebesar 1.512 dan 0.661, dan dari variabel Lokasi (X_3) sebesar 1.703 dan 0.587. Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel bebas nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. Maka, variabel bebas dalam penelitian ini tidak mengalami gejala Multikolinieritas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Pada gambar di atas dapat dinyatakan bahwa sumbu yang dihasilkan memiliki titik yang tidak beraturan atau tidak membentuk pola, sehingga dapat dinyatakan bahwa data yang digunakan terbebas dari heteroskedastisitas.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.178	1.238		7.411	.000
Tingkat Bagi Hasil	.822	.050	1.014	16.390	.000
Promosi	.029	.076	.024	.379	.706
Lokasi	-.263	.068	-.258	-3.883	.000

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.9 maka bisa diketahui persamaan linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e$$

$$Y = 9.178 + 0.822X_1 + 0.029X_2 + -0.263X_3 + e$$

(sig 0.000) (sig 0.706) (sig 0.000)

Uji Hipotesis

Uji F (Uji Simultan)

Hasil Uji Simultan F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	282.596	3	94.199	106.294	.000 ^a
	Residual	58.490	66	.886		
	Total	341.086	69			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Tingkat Bagi Hasil

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa Tingkat Bagi Hasil (X_1), Promosi (X_2) dan Lokasi (X_3) mempengaruhi Minat Nasabah (Y) dengan hasil analisis uji F sebesar 106.294 dengan F tabel sebesar 2,94 dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yakni sebesar 0,000.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil Uji Koefisien Determinasi *Adjusted* (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.910 ^a	.829	.821	.94139

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Tingkat Bagi Hasil

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan pada Tabel 4.11 hasil uji koefisien determinasi *adjusted* R^2 sebesar 0.821. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Bagi Hasil (X_1), Promosi (X_2) dan Lokasi (X_3) mampu memprediksi variabel dependen Minat Nasabah (Y) adalah sebesar 82,1%, sedangkan 29,6% lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Hasil Uji Parsial (t)

Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.178	1.238		7.411	.000
	Tingkat Bagi Hasil	.822	.050	1.014	16.390	.000
	Promosi	.029	.076	.024	.379	.706
	Lokasi	-.263	.068	-.258	-3.883	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

1. Pengaruh Variabel Tingkat Bagi Hasil terhadap Variabel Minat Nasabah

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas dapat dilihat jika Variabel Tingkat Bagi Hasil (X_1) memiliki statistik uji t sebesar 16,390 dengan signifikan sebesar 0,000 kurang dari α (0,05) pengujian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 (Tingkat Bagi Hasil) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

2. Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas dapat dilihat jika Variabel X_2 (Promosi)

mempunyai statistik uji t sebesar 0,379 dengan signifikansi sebesar 0,379, kurang dari α (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua tidak diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X2 (promosi) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Nasabah.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Nasabah

Variabel X3 (Lokasi) mempunyai statistik uji t sebesar -3,883 dengan signifikansi sebesar 0,000, kurang dari α (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X3 (Lokasi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Secara simultan Tingkat Bagi Hasil dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan sedangkan Promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih produk simpanan Mudharabah di Bank Syariah Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh Tingkat Bagi Hasil berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan simpanan mudharabbah dengan nilai signifikan dari hasil uji simultan (uji F) sebesar $0,000 < 0,05$.

1. Berdasarkan hasil uji secara parsial variabel Promosi tidak berpengaruh negatif terhadap minat nasabah maka hipotesis kedua tidak diterima. Kesimpulan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan simpanan mudharabah pada Bank Syariah Indonesia.
2. Berdasarkan hasil uji secara parsial variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Kesimpulan hipotesis ketiga diterima bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk simpanan mudharabah di Bank Syariah Indonesia

Saran

1. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode pengumpulan data seperti wawancara dan lain sebagainya.
2. Peneliti selanjutnya, untuk menambah sampel penelitian seperti seluruh fakultas, seluruh kampus atau nasabah Bank Syariah wilayah Malang Kota dan Kabupaten.
3. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menambah sampel penelitian di bidang lain agar hasil yang diperoleh lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Qur'an, dan Terjemahannya*. 1999. (Revisi Terbaru) Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya. 2013. Departemen Agama RI. Klaten : Sahabat. CV. Asyifa. Semarang.
- Antonio, M. Syafi'i. 2001. *Bank Islam Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Ascarya, *Akaq dan produk Bank Syariah*. 2011. Jakarta: PT. Jasa Grafindo Persada.
- Arif, M. N. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Ernawati, Rani. 2012. *Analisis Akad Pembiayaan Mudharabah Pada Bmt Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat*. Semarang: Skripsi IAIN Walisongo Jurusan Ekonomi Islam.
- Ernawati, Tatik. 2015. *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Terhadap*

- Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah (Survey pada BTM Syariah Cabang Surakarta). Skripsi. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Diponogoro.
- Amelia, E. (2005). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: Pustaka Asatruss.
- Fika Rima, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah", Skripsi pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta : 2012. Tidak dipublikasikan.
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut*. <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321>. Diakses 18 Oktober 2017.
- Rangkuti, F. (2010). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Munthe, Safaruddin. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balai Kota. Thesis. Sumatera Utara: Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara.
- Sholihin, A. I. (2010). *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramed Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bilson. 2007. *Paduan Riset Perilaku Konsumen* . Jakarta : PT Garmedia.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 1988. *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT Eresco.
- Moenir, AS. 1995. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Muhamad. 1987. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.