



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH PADA PEMBIAYAAN MUDHARABAH DI BPRS BOBATO LESTARI KOTA TIDORE KEPULAUAN

Marfitriyana Sumarjan

Sumarjanmarfitriyana03@gmail

Institut Agama Islam As-Siddiq Kie Raha Maluku Utara

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada pembiayaan mudharabah dan mengetahui pengaruh masing-masing faktor minat nasabah pada pembiayaan mudharabah di BPRS Kota Tidore Kepulauan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis Structural Equation Modeling (SEM), menggunakan uji kelayakan konstruk (Model) dengan aplikasi SPSS. Indeks pengujian dalam analisis SEM, yaitu probabilitas dari uji chi square, RMSEA, RMR, CFI, GFI, AGFI, NFI, IFI, dan RFI. Kriteria pengujian menyebutkan bahwa apabila nilai $t_{statistics}$ lebih besar dari t_{tabel} (1.96) maka dinyatakan terdapat pengaruh signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hasil analisis menunjukkan faktor resiko tinggi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menghasilkan $t_{statistics}$ sebesar $4,163 > 1.96$. Faktor sumber daya insani berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menghasilkan $t_{statistics}$ sebesar $4,272 > 1.96$. Faktor kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menghasilkan $t_{statistics}$ sebesar $3,456 > 1.96$. Faktor pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menghasilkan $t_{statistics}$ sebesar $1,466 < 1.96$. Faktor sosialisasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menghasilkan $t_{statistics}$ sebesar $3,083 > 1.96$. Faktor bagi hasil tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menghasilkan $t_{statistics}$ sebesar $0,438 < 1.96$. Faktor promosi signifikan terhadap minat nasabah menghasilkan $t_{statistics}$ sebesar $2,581 > 1.96$. Faktor religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menghasilkan $t_{statistics}$ sebesar $2,720 > 1.96$. Faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menghasilkan $t_{statistics}$ sebesar $2,366 > 1.96$. Faktor kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menghasilkan $t_{statistics}$ sebesar $2,533 > 1.96$.

Kata Kunci: Faktor Resiko Tinggi, Sumber Daya Insani, kepercayaan, pelayanan, sosialisasi, bagi hasil, promosi, religiusitas, lokasi dan kualitas produk.

1. Latar Belakang

Adanya penurunan transaksi pembiayaan *mudharabah* pada tahun 2016-2020 yaitu, tahun 2016 pembiayaan mudharabah mencapai kepuasan sebanyak 342, sedangkan pada tahun 2017 pembiayaan *mudharabah* mengalami penurunan sekitar 288, selanjutnya tahun 2018 mereka juga mengalami penurunan sekitar 204, pada tahun 2019 pembiayaan mudharabah dibawah sekali dengan 173 orang yang melakukan pembiayaan sampai pertengahan tahun 2020 tetap mengalami penurunan sekitar 162. Hal ini berbeda dengan pembiayaan murabahah yang mengalami peningkatan setiap tahunnya, dikarenakan masyarakat lebih banyak menggunakannya. Sehingga Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan membuat ulang perencanaan pencapaian agar nantinya mencapai kepuasan bersama. Kondisi semacam ini sebenarnya menggambarkan mudharabah belum terpenuhi. Karena masyarakat masih beranggapan bahwa perbankan hanya menggunakan nama bank syariah guna menarik perhatian masyarakat dan bank syariah sendiri adalah bank konvensional yang hanya menggunakan istilah-



istilah dalam Islam, seperti pada pelaksanaan akad di bank syariah masih menggunakan cara-cara yang dilarang oleh Islam.

Itulah salah satu reaksi masyarakat tentang hadirnya bank syariah karena memang tidak dapat dihindari bahwa perbankan sejak dahulu memang terpisah secara nyata dengan syariah sehingga pada awal mula terbentuknya bank syariah, para ekonom Islam telah berhasil dalam menyatukan institusi bank-bank dengan prinsip syariah. Akad yang masih sedikit adanya transaksi ialah salah satunya akad mudharabah, yaitu akad dengan prinsip bagi hasil. Karena tidak paham dan tidak keingintahuan akan hal tersebut dan hanya bermodal informasi dari pihak satu ke pihak lain sehingganya membuat minat mudharabah tersebut masih sangatlah minim.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada pembiayaan mudharabah dan mengetahui pengaruh masing-masing faktor minat nasabah pada pembiayaan mudharabah di BPRS Kota Tidore Kepulauan.

2. Kajian Teoretis

Menurut Sofjan, minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Ada beberapa tahapan minat antara lain:

1. Informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah
2. Pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah
3. Keputusan menjadi nasabah.

Nasabah pada lembaga perbankan sangat penting. Nasabah, ibarat nafas yang sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu bank. “Nasabah adalah seseorang ataupun badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank.” Perlindungan terhadap nasabah perbankan dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan dengan dasar hukum ketentuan Undang-Undang No. 24 Tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Pembiayaan Mudharabah

1. Faktor Resiko Tinggi

Menurut wibowo, risiko pembiayaan yang diukur dengan *Non Performing Financing* (NPF) merupakan kondisi yang sering terjadi dalam bank syariah. NPF digunakan untuk mengukur besarnya risiko keuangan yang dihadapi khususnya dari dana yang disalurkan. pengelola modal. Maka dari itu sebagian besar nasabah yang hendak menggunakan transaksi mudharabah hanyalah coba-coba dan tidak serius apa yang dijadikan untuk usaha.

2. Faktor Kualitas SDI (Sumber Daya Insani)

Menurut Hakim mengatakan dalam penelitiannya dikarenakan kurang terciptanya suasana persaudaraan ataupun kerjasama yang kondusif serta karena termasuk kontrak yang tidak alami, maka pihak mudharib tidak bisa memberikan kepastian pendapatan baik dari segi jumlah maupun waktunya menyebabkan pihak investor menjadi ragu untuk menyalurkan pembiayaan mudharabah. Perusahaan di Indonesia yang mayoritas SDI adalah beragama Islam dan menjalankan sholat, apakah sudah mampu membentuk budaya unggul dalam menghasilkan kinerja yang diharapkan dalam jangka panjang.

3. Kepercayaan



Menurut Hariri kepercayaan merupakan unsur terpenting dalam transaksi pembiayaan, oleh karena itu, menjadi sangat penting bagi bank syariah (shahibul maal), sebelum transaksi dimulai untuk meneliti dan menepoh unsur watak atau karakter dari calon mudharib. Untuk dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabahnya, pihak bank perlu menganut konsep kepuasan pelanggan. Agar menarik minat masyarakat diluar sana pihak bank harus mempunyai pelanggan loyal yang percaya terhadap produk-produk yang ditawarkan. Faktor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting bagi nasabah dalam transaksi di perbankan. Konsep kepercayaan ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank dapat menjamin keamanan. Seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya seperti yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam memegang amanah. Saat menjadi pedagang, Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun sisa barang.

4. Pelayanan

Menurut Kotler mendefinisikan pelayanan sebagai aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain dengan tidak berwujud, tidak tersimpan, tidak menghasilkan kepemilikan serta bervariasi dan dapat dirubah. Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Ayat al-Quran dan hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Eksistensi manusia sebenarnya ditentukan oleh kemanfaatannya pada orang lain. Setiap perbuatan maka akan kembali kepada orang yang berbuat

5. Sosialisasi

Menurut Aberchrombie sosialisasi merupakan sebuah proses yang memungkinkan masyarakat tetap bertahan, proses dimana orang belajar untuk menyesuaikan diri dan terjadi transmisi budaya antar generasi. Sosialisasi berpengaruh terhadap produk, agar produk kita ingin dikenal oleh banyak orang maka dilakukannya sosialisasi dan promosi semenarik mungkin kepada masyarakat.

6. Bagi Hasil

Menurut Ascarya menjelaskan ekonomi Islam menawarkan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*) ketika pemilik modal (*surplus spending unit*) bekerja sama dengan pengusaha (*deficit spending unit*) untuk melakukan kegiatan usaha. Apabila kegiatan usaha menghasilkan, keuntungan dibagi berdua, dan apabila kegiatan usaha menderita kerugian, kerugian ditanggung bersama. Sistem bagi hasil menjamin adanya keadilan dan tidak ada pihak yang tereksploitasi (di dzolimi). Sistem bagi hasil dapat berbentuk musyarakah atau mudharabah dengan berbagai variasinya.

7. Promosi

Menurut Laksana mengatakan promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Menurut Yogiarto dalam penelitiannya mengatakan bahwa bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mudharabah.

8. Religiusitas



Menurut Mangunwijaya religiusitas merupakan aspek yang telah dihayati oleh individu di dalam hati, getaran hati nurani pribadi dan sikap personal. Rukun melaksanakan sholat lima waktu ini menawarkan beberapa kaitan terhadap konsep rangkaian kesehatan Islami. Dari tahap tidak langsung, unsur psikodinamis dari ritual, dalam pelaksanaan sholat menawarkan “meditasi” rutin, yang mana menghasilkan rasa tenang, penuh harapan, kepuasan hati dan emosi positif yang kesemuanya dianggap sebagai pembentuk “*sense of coherence*.”¹ Dalam hal ini, kaum Muslim terikat oleh kewajiban untuk membersihkan diri mereka sendiri sedikitnya paling tidak lima kali dalam sehari, menandakan secara jelas tentang pentingnya higienitas atau kebersihan didalam Islam.

9. Lokasi

Menurut Longnecker lokasi ialah tempat dimana perusahaan dapat dilihat dan dikenal oleh konsumen, sehingga penentuan lokasi yang tepat akan memberikan kontribusi yang baik untuk jalannya suatu usaha. Pentingnya keputusan akan menaikkan taruhan dan menjalankan bisnis yang telah dijalankan, jika pilihan lokasi tersebut tidak bagus, bisnis mungkin tidak akan pernah berkembang, bahkan dengan pendanaan dan mencukupi kemampuan manajerial yang lebih baik.

Penentuan lokasi harus diperhatikan oleh para pelaku wirausaha karena tidak akan pernah lepas dari tanggungjawab lingkungan sekitarnya, dengan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya dan melakukan kerusakan. Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek di muka bumi dan salah satunya adalah bagaimana manusia melindungi dan menjaga lingkungan, serta tidak diperhatikan oleh para pelaku wirausaha karena tidak akan pernah lepas dari tanggungjawab lingkungan sekitarnya, dengan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya dan merusaknya. Hal ini merupakan salah satu ajaran Islam, yakni melarang melakukan kerusakan lingkungan.

10. Kualitas Produk

Menurut Kresnamukti dan Putri kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk pada keseluruhan yang durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi juga atribut produk lainnya. Menurut Suryati kualitas produk adalah keseluruhan corak dan karakteristik barang yang dapat ditawarkan kepada para pelanggan dalam memenuhi keinginan ataupun kebutuhan pelanggan.

Jika dilihat dalam perspektif syariah, suatu produk yang akan dipasarkan atau ditukarkan haruslah produk yang halal dan memiliki mutu atau kualitas yang terbaik, bukan sebaliknya demi mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya untuk laku menurunkan kualitas suatu produk. Dan kualitas mutu produk yang akan dipasarkan itu juga harus mendapat persetujuan bersama antara kedua belah pihak, antara penjual dan pembeli produk tersebut.

3. Metode

¹ Maulana, “Islam and Health Dimension in 20th Century,” hlm. 89.



Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. *Explanatory research* yaitu untuk menjaga hubungan kausal dan pengujian hipotesa. Penelitian eksplanatory dalam penelitian ini guna untuk menjelaskan hubungan faktor resiko tinggi, sumber daya insani, kepercayaan, pelayanan, sosialisasi, bagi hasil, promosi, religiusitas, lokasi dan kualitas produk terhadap minat masyarakat (nasabah) pada pembiayaan mudharabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bobato Lestari.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Proporsional Random Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana semua anggota mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel sesuai dengan proporsinya, banyak atau sedikit populasi.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor yang digunakan untuk menganalisis hipotesis konseptual dengan memasukkan semua total nilai dari masing-masing faktor terhadap total skor item dari masing-masing faktor. Dalam pengolahan data peneliti menggunakan model analisis faktor dengan metode *Confirmatori Factor Analysis* (CFA).

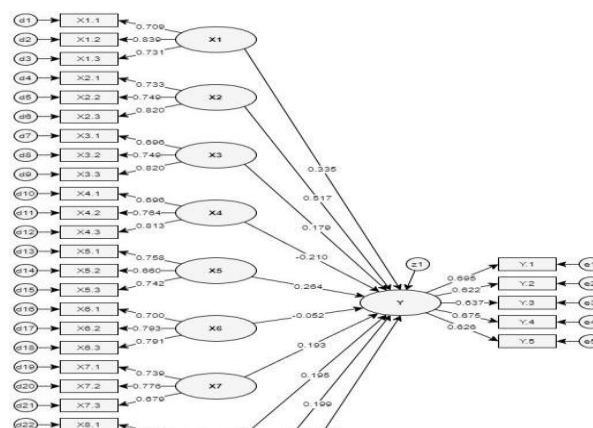
4. Pembahasan

Evaluasi Model Struktural

1. Uji Kelayakan Konstruk (Model)

Pengujian kelayakan konstruk (model) dimaksudkan untuk mengetahui apakah konstruk yang terbentuk telah sesuai (layak) atau tidak. Ada beberapa indeks pengujian dalam analisis SEM, yaitu probabilitas dari uji chi square, RMSEA, RMR, CFI, GFI, AGFI, NFI, IFI, dan RFI. Kriteria pengujian menggunakan chi square menyebutkan apabila nilai probabilitas dari chi-square $\geq$ level of significant (alpha) maka konstruk yang terbentuk telah sesuai (layak). Kriteria menggunakan RMSEA menyebutkan apabila nilai RMSEA $\leq$ nilai *cut off* (sebesar 0.08) maka konstruk yang terbentuk telah sesuai (layak).

Kriteria menggunakan RMR menyebutkan apabila nilai RMR $\geq$ nilai *cut off* (sebesar 0.05) maka konstruk yang terbentuk telah sesuai (layak). Kriteria CFI, GFI, AGFI, NFI, IFI, dan RFI menyebutkan apabila nilai goodness of fit tersebut $\geq$ nilai *cut off* (sebesar 0.90) maka konstruk yang terbentuk telah sesuai (layak). Adapun hasil pengujian kelayakan konstruk yang telah diringkas dalam gambar berikut:





Gambar : Analisis SEM

Goodness of Fit	Nilai Uji	Kriteria	Keterangan
Chi-square	470.751	Kecil	Good fit
P-value	0.716	≥ 0.05	Good fit
CMIN/DF	0.963	≤ 2.00	Good fit
GFI	0.873	≥ 0.90	Marginal fit
AGFI	0.836	≥ 0.90	Marginal fit
NFI	0.895	≥ 0.90	Good fit
RFI	0.872	≥ 0.90	Good fit
TLI	1.006	≥ 0.95	Good fit
CFI	1.000	≥ 0.95	Good fit
RMSEA	0.000	≤ 0.08	Good fit

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan ringkasan *goodness of fit* tersebut dapat diketahui bahwa indeks RMSEA, RMR, CFI, GFI, NFI, IFI, dan RFI memiliki kriteria yang sesuai dengan nilai *cut off*-nya, sehingga ketujuh indeks tersebut telah terpenuhi. Dengan demikian konstruk yang telah terbentuk dinyatakan sesuai (layak). Sementara indeks chi square hasil ujinya tidak sesuai dengan nilai *cut off*-nya sehingga konstruk yang terbentuk dinyatakan tidak sesuai (layak). Kemudian berdasarkan indeks AGFI hasil uji tidak sesuai nilai *cut off*-nya dan dapat dinyatakan bahwa konstruk yang terbentuk dinyatakan cukup sesuai (cukup layak).

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel eksogen secara langsung terhadap variabel endogen. Pengujian hipotesis dapat diketahui melalui nilai *tstatistics*. Kriteria pengujian menyebutkan bahwa apabila nilai *tstatistics* lebih besar dari *t*-tabel (1.96) maka dinyatakan terdapat pengaruh signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hasil analisis dapat diketahui melalui ringkasan pada tabel berikut:

Tabel : Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh	Koef Jalur	S.E.	C.R.	P
1	Resiko Tinggi → Minat Nasabah	0.407	0.060	4.163	0.000
2	Sumber Daya Insani → Minat Nasabah	0.418	0.058	4.272	0.000
3	Kepercayaan → Minat Nasabah	0.317	0.057	3.456	0.000
4	Pelayanan → Minat Nasabah	-0.122	0.047	-1.466	0.143



5	Sosialisasi → Minat Nasabah	0.282	0.051	3.083	0.002
6	Bagi Hasil → Minat Nasabah	0.035	0.050	0.438	0.661
7	Promosi → Minat Nasabah	0.226	0.057	2.581	0.010
8	Religiusitas → Minat Nasabah	0.244	0.060	2.720	0.007
9	Lokasi → Minat Nasabah	0.212	0.057	2.366	0.018
10	Kualitas Produk → Minat Nasabah	0.228	0.065	2.533	0.011

Tabel : Ringkasan Pengujian Hipotesis

No.	Rumusan Masalah	Hasil Analisis	Indikator
1.	Pengaruh Faktor Resiko Tinggi terhadap Minat Nasabah	Terdapat pengaruh yang signifikan	Ho ditolak karena $t_{statistics} \geq t_{table}$
2.	Pengaruh Sumber Daya Insani terhadap Minat Nasabah	Terdapat pengaruh yang signifikan	Ho ditolak karena $t_{statistics} \geq t_{table}$
3.	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Nasabah	Terdapat pengaruh yang signifikan	Ho ditolak karena $t_{statistics} \geq t_{table}$
4.	Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Nasabah	Tidak terdapat pengaruh yang signifikan	Ho diterima karena $t_{statistics} < t_{table}$
5.	Pengaruh Sosialisasi terhadap Minat Nasabah	Terdapat pengaruh yang signifikan	Ho ditolak karena $t_{statistics} \geq t_{table}$
6.	Pengaruh Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah	Tidak terdapat pengaruh yang signifikan	Ho diterima karena $t_{statistics} < t_{table}$
7.	Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah	Terdapat pengaruh yang signifikan	Ho ditolak karena $t_{statistics} \geq t_{table}$
8.	Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Nasabah	Terdapat pengaruh yang signifikan	Ho ditolak karena $t_{statistics} \geq t_{table}$
9.	Pengaruh Lokasi terhadap Minat Nasabah	Terdapat pengaruh yang signifikan	Ho ditolak karena $t_{statistics} \geq t_{table}$
10.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah	Terdapat pengaruh yang signifikan	Ho ditolak karena $t_{statistics} \geq t_{table}$

Sumber: Data primer diolah 2021

5. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana pengaruh faktor resiko tinggi, faktor sumber daya insani, faktor kepercayaan, faktor pelayanan, faktor sosialisasi, faktor bagi hasil, faktor promosi, faktor religiusitas, faktor lokasi, dan faktor kualitas produk terhadap minat nasabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan dan hasil penelitian ini disimpulkan bahwa :

1. Faktor resiko tinggi, Sumber daya insani, Kepercayaan, Sosialisasi, Promosi, Religiusitas, Lokasi dan Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat nasabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan.
2. Bagi hasil dan Pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah di BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan

Saran



Berdasarkan kesimpulan dan data yang diperoleh di lapangan, ada beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak-pihak yang berkompeten di dalamnya.

1. Bagi Umum

Semua keterbatasan yang dimiliki penelitian ini ke depan dibutuhkan penelitian yang dapat menjangkau wilayah Tidore Kepulauan Maluku Utara. Kedepan perlu dilakukan kajian/ penelitian untuk pengujian variabel yang diteliti ini pada lokasi daerah lain yang berada di luar Kota Tidore Kepulauan atau Kota Ternate bahkan Maluku Utara. Faktor penyebab rendahnya minat nasabah yang menjadi orisinalitas penelitian adalah faktor rendahnya minat nasabah.

2. Bagi BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan

Dengan melihat hasil penelitian minat nasabah termasuk rendah karena beberapa faktor, maka bagi pihak BPRS Bobato Lestari Kota Tidore Kepulauan harus lebih selektif terutama dalam pelayanan dan promosi karena dari dua segi ini bisa mewakili semua variabel yang bisa menarik minat nasabah. Ditambah lagi dengan BPRS Bobato Lestari harus membuka ataupun menambah cabangnya lagi di wilayah-wilayah yang susah untuk menjangkau BPRS Bobato Lestari.

3. Bagi Peneliti

Dengan melihat hasil penelitian dan analisis SEM, besaran pengaruh variabel laten endogen terhadap variabel laten eksogen masih lemah dari dengan menggunakan variabel-variabel yang berbeda dari penelitian yang mempengaruhi minat nasabah. Pengaruh variabel lain di luar penelitian ini. Maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan maupun menambahkan variabel-variabel yang berbeda dari penelitian yang mempengaruhi minat nasabah seperti aksesibilitas dan kepuasan nasabah.

Daftar Pustaka

- Aberchrombie, Nicholas., dkk. *Kamus Sosiologi*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2010).
- Ansori, Abdul Ghofur. *Perbankan Syariah di Indonesia*. (Yogyakarta: UGM Press, 2007).
- Arikunto, Suharsimi. *Metodologi Penelitian*. (Jakarta: Rineka Cipta. 2002).
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta. 2010).
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018).
- Crow D, Leater & Crow, Alice. *Psikologi Pendidikan*. (Yogyakarta: Nur Cahaya. 1989).
- Danupranata, Gita. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah* (Jakarta: Salemba Empat, 2013).
- Hariri, Wawan Muhwan. *Hukum Perikatan Dilengkapi Hukum Perikatan Dalam Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2016).
- Hasanuddin, Maulana. & Jaih Mubarak, *Perkembangan Akad Musyarakah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012).
- Huda, Nurul. dan Mohamad Heykal. *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*. (Jakarta : Kencana 2010).
- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankansyariah/Default.aspx#>



- Indriyono, *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. (Yogyakarta : BPFE, 2000).
- Karim, Adiwarman. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013),
- Kashmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2005).
- Kashmir. *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2010).
- Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008).
- Latan, Hengky. *Structural Equation Modelling. Konsep dan Aplikasi*. (Bandung : Elfabeta. 2012).
- Mangunwijaya Y.B, *Menumbuhkan Sikap Religius Anak*, (Jakarta: Gramedia, 1986).
- Moenir, H. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2010).
- Muhammad. *Lembaga Ekonomi Syariah*. Edisi Pertama-Yogyakarta; Graha Ilmu. 2007.
- Nanang, Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori & Aplikasi*. (Jakarta: Rajawali Pers. 2015).
- Nor, Dumairi, Dkk. *Ekonomi Syariah Versi salaf*. (Pasuruan; Pustaka Sidogiri. 2008).
- Quatro, SA. 2002. Organizational Spiritual Normativity as Influence on Organizational Culture and Performance in Fortune 500 Firms. Dissertation at Iowa State University, Iowa.
- Riadi, Edi. *Statistic SEM Structural Equation Modeling dengan LISREL*. (Yogyakarta: ANDI
- Sani, Achmad Supriyanto & Vivin Maharani, *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia : Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. Malang: Uin Press. 2013.
- Sarjono, Haryadi & Winda Julianita. *Structural Equation Modelling (SEM)*. (Jakarta : Salemba Empat. 2015).