

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
UNTUK MENJADI NASABAH BANK SYARIAH
(Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Surabaya)**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

**Miftakhudzikril Lailiya
135020518114005**



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
2017**

FACTORS AFFECTING THE DECISION

**TO BE SHARIA BANK CUSTOMERS (A Case Study at PT
Bank Syariah Mandiri Tbk Branch Surabaya)**

MINOR THESIS

**By:
Miftakhudzikril Lailiya
135020518114005**

**Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Attainment of the Degree of *Bachelor of Economics***



**DEPARTMENT OF ECONOMICS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITY OF BRAWIJAYA
MALANG
2017**

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
MENGAMBIL KEPUTUSAN UNTUK MENJADI NASABAH BANK
SYARIAH
(Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Surabaya)**

Yang disusun oleh :

Nama : Miftakhudzikril Lailiya
NIM : 135020518114005
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 14 Juli 2017

Malang, 14 Juli 2017

Dosen Pembimbing,

Dr. Multifiah, SE.,MS.
NIP. 195505271981032001

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN UNTUK MENJADI NASABAH BANK SYARIAH

(Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Surabaya)

Miftakhudzikril Lailiya

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

mitalailiya@gmail.com

Abstrak

Melalui penelitian ini nantinya dapat diketahui bahwa terdapat faktor-faktor yang mampu mempengaruhi keputusan menjadi nasabah Bank Syariah khususnya pada Bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya. Dalam penelitian ini digunakan sampel sebanyak 100 responden yang berada di Bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya. Melalui penyebaran kuesioner nantinya akan diketahui faktor mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menjadi nasabah Bank Syariah. Berdasarkan hasil estimasi regresi logistik diketahui bahwa diantara keenam variable yakni variable pengetahuan, pelayanan, karakteristik Bank Syariah, harga/biaya, aksesibilitas dan promosi ternyata tidak semua variable yang dijadikan factor dalam penelitian ini berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Faktor pelayanan Bank Syariah, faktor karakteristik Bank Syariah, faktor harga/biaya dan faktor aksesibilitas ternyata yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah Bank Syariah. Sedangkan faktor pengetahuan Bank Syariah dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah Bank Syariah.

Kata Kunci: Faktor Ketertarikan Nasabah, Bank Syariah, Regresi Logistik

Abstract

This study aimed to analyze influencing factors of the decision in choosing Bank Syariah Mandiri Surabaya Branch. 100 customers surveyed to asses which factors that influencing their decision to do transactions with banks. Based on the estimation using logistic regression resulted in finding that the service of the bank itself, the knowledge of sharia banking, and cost factors are significant factors in influencing the decision of the customers. And the factors of sharia banking characteristics, its location and promotion are insignificant to the decision making of the customers on choosing sharia bank.

Aside of that, based on the logistic regression coefficients, the knowledge factor of sharia banking characteristic has the biggest beta values. This indicates that the knowledge of sharia bank is a dominant factor that influence the preference of customers on choosing sharia banking. Thus, in order to increase and attract new customers, sharia banking must be focused on socializing sharia banking to the community, so that the community will understand more about the stuffs and matters regarding sharia banking.

A. Pendahuluan

Secara umum bank mempunyai peran utama yaitu sebagai perantara keuangan (*financialintermediatory*) atau dengan kata lain sebagai penghimpun dana dan menyalurkan kembali dalam bentuk fasilitas pembiayaan kepada pihak-pihak lain yang memerlukan dana. Sebelum kebangkitan kembali sistem ekonomi Islam, kaum muslimin hanya mempunyai satu pilihan bank untuk memenuhi kebutuhan finansialnya yaitu bank konvensional. Kebangkitan Islam di akhir tahun 1960 memberikan inisiatif kepada umat Islam untuk bertransaksi dalam suatu sistem keuangan yang sejalan dengan keyakinan agama mereka, yaitu bank Islam atau bank syariah (Selamat dan Abdul-Khadir, 2012).

Dari perspektif teoritis, perbankan syariah berbeda dengan bank konvensional karena bank syariah menerapkan prinsip-prinsip Syariah (hukum Islam). Dua sumber utama dari hukum Islam adalah Al Quran dan Hadis, sedangkan sumber hukum kedua hukum Islam adalah *Ijma* (kesepakatan para ulama) dan *Qiyas* (analogi). Perbankan Islam memberikan layanan bebas bunga pada nasabahnya. Bunga (riba) dilarang dalam Islam, yaitu bank tidak diperbolehkan melakukan pembayaran maupun penarikan bunga dalam semua bentuk transaksi. Sebuah fitur

unik ditawarkan oleh bank syariah yakni sistem *profit-and-loss-sharing* (bagi-untung-dan-rugi). Meskipun banyak sekali kontrak dalam Islam, namun ada beberapa jenis transaksi yang penting: *mudharabah* (kontrak permodalan); *musyarakah* (kontrak kemitraan atau *partnership*) (Lewis dan Latifa, 2005).

Saat ini, jumlah Bank Umum Syariah (BUS) telah mencapai 11 unit dan Unit Usaha Syariah(UUS) mencapai 23 unit. Memang jumlah ini tidak ada perubahan sejak 2010. Namun, jumlah jaringan kantor mengalami peningkatan yang signifikan. Jika pada bulan Desember 2015 jumlah kantor mencapai 2.870 unit, pada bulan Oktober 2016 jumlah ini bertambah menjadi 3.060 unit. Adanya penambahan jumlah jaringan kantor tentu saja menjadikan jumlah pengguna bank syariah juga meningkat. Hal tersebut dapat dilihat dari peningkatan jumlah total rekening pembiayaan, tahun 2015 jumlah rekening tercatat 19.360.157 rekening, sedangkan pada tahun 2016 ini meningkat menjadi 21.578.578 rekening (Bank Indonesia, 2016).

Salah satu bank syariah yang mempunyai kinerja baik di Indonesia adalah Bank Syariah Mandiri (BSM). Hal tersebut ditunjukkan dari diraihnya beberapa penghargaan kepada BSM, seperti The Best Islamic Bank in Indonesia 2014 dalam pertemuan tahunan *Islamic Finance Summit* ke-13 di London. Kemudian *The Best of Indonesian Bank Loyalty Champion 2014 Category: Saving Account, Islamic Bank* dari Info bank bekerjasama dengan *Markplus Insight* (Bank Syariah Mandiri, 2016).

Semakin berkembangnya perbankan syariah di Indonesia maka membuat semakin banyak nasabah yang mulai percaya dan mulai menggunakan Bank Syariah. Dari segi nasabah, dengan semakin berkembangnya Bank Syariah berarti nasabah yang mulai menggunakan jasa Bank Syariah ini kini juga tidak hanya terbatas pada masyarakat Islam saja melainkan sudah mulai merambat kepada masyarakat non-Islam. Semakin beragamnya jenis nasabah yang ada di Bank Syariah baik yang berasal dari masyarakat yang beragama non-Islam membuktikan bahwa Bank Syariah tidak melakukan diskriminasi terhadap nasabahnya. Dari segi faktor-faktor pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah Bank Syariah, maka dapat dilihat dari beberapa referensi yang ada pada penelitian terdahulu sehingga dapat diambil kesimpulan bahwasannya ada beberapa variabel faktor-faktor pendukung mengenai keputusan nasabah, diantaranya pelayanan, pengetahuan, karakteristik Bank Syariah, harga/biaya, aksesibilitas, dan promosi.

B. Kajian Pustaka

A. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Berikut ini adalah perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional:

Tabel 1: Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank Syariah	Bank Konvensional
1. Melakukan investasi-investasi yang halal saja.	1. Investasi yang halal dan haram.
2. Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual-beli atau sewa.	2. Memakai perangkat bunga.
3. <i>Profit</i> dan <i>falah oriented</i> .	3. <i>Profit oriented</i> .
4. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan.	4. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan debitor-debitor.
5. Penghimpunan dan penyaluran dana harus	5. Tidak terdapat dewan sejenis.

Sumber : Antonio, 2010

B. Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil

Berikut ini adalah perbedaan antara bunga dan bagi hasil:

Bunga	Bagi Hasil
1. Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu menghasilkan keuntungan.	1. Penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil disepakati pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
2. Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah dana/modal yang dipinjamkan.	2. Besarnya rasio pada sistem bagi hasil didasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.

<p>3. Bunga dalam hal ini dapat mengambang/variabel, serta dalam besarnya naik turun sesuai dengan naik turunnya bunga patokan atau kondisi ekonomi.</p> <p>4. Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah usaha yang dijalankan oleh peminjam untung atau rugi.</p> <p>5. Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun keuntungan naik berlipat ganda.</p> <p>6. Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama.</p>	<p>3. Rasio bagi hasil tidak berubah selama akad masih berlaku, kecuali diubah atas kesepakatan bersama.</p> <p>4. Bagi hasil bergantung pada besarnya keuntungan usaha yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama.</p> <p>5. Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan keuntungan.</p> <p>6. Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.</p>
--	--

Sumber : Ascarya, 2007

C. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2008) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan metode penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2003). Metode analisis statistik yang digunakan adalah metode *Logistic Regression* atau Analisis Model Logistik (LOGIT). Menurut Gudono (2012) analisis logit dipilih karena dalam penelitian ini variabel dependen dan independen bersifat kategorikal (non metrik). Setelah mengumpulkan data dari kuesioner, input data terakhir akan diolah menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS 17).

D. Pembahasan dan Hasil

A. Interpretasi Model dan Parameter

$$\ln \left[\frac{p_1}{1-p} \right] = -33.065 + 0.464 x_1 + 0.407 x_2 + 0.812 x_3 + 0.778 x_4 + 0.905 x_5 + 0.023 x_6$$

1. Variabel Pelayanan

Slope untuk variabel pelayanan mempunyai parameter = 0.464. Artinya proporsi responden yang puas terhadap pelayanan Bank Syariah lebih besar apabila dibandingkan dengan responden yang tidak puas terhadap pelayanan Bank Syariah. Besaran $\ln \left[\frac{p_1}{1-p} \right] = 0.464$; perbandingan risiko sebesar $e^{0.302} = 1.591$. Artinya kecenderungan responden yang puas terhadap pelayanan Bank Syariah adalah 1.591 kali bila dibandingkan responden yang tidak puas terhadap pelayanan Bank Syariah.

Menurut Slamet (2012) nasabah akan memperhatikan pada pelayanan yang diberikan oleh bank, karena antara satu bank dengan bank yang lain menawarkan produk dan jasa yang hampir serupa, seperti tabungan maupun pinjaman. Kunci perbedaan antara satu bank dengan bank yang lain adalah bagaimana kecepatan dan efisiensi pelayanan yang diberikan sebagai salah satu keunggulan. Pelayanan yang diberikan oleh suatu bank sangat berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih suatu bank. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan bank untuk memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan akurat, pelayanan yang cepat dan tepat, pelayanan yang ramah dan bersahabat akan memberikan kepuasan tersendiri kepada nasabah supaya nasabah mau menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan oleh bank.

2. Variabel Pengetahuan

Slope untuk variabel pengetahuan mempunyai parameter = 0.407. Artinya proporsi responden yang mengetahui informasi Bank Syariah dengan baik lebih besar dari pada responden yang tidak mengetahui informasi Bank Syariah dengan baik. Besaran $\ln \left[\frac{p_1}{1-p} \right] = 0.407$; perbandingan risiko sebesar $e^{0.407} = 1.503$. Artinya kecenderungan responden yang mengetahui informasi Bank Syariah dengan baik untuk menabung di Bank Syariah adalah 1.503 kali bila dibandingkan responden yang tidak mengetahui Bank Syariah dengan baik.

Menurut Maski (2010) responden yang terbuka terhadap informasi dan mengetahui tentang Bank Syariah dengan baik cenderung akan tetap menjadi nasabah Bank Syariah. Informasi atau pengetahuan yang lebih tentang Bank Syariah sangat diperlukan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap Bank Syariah. Serta sosialisasi kepada masyarakat tentang bagaimana operasional maupun sistem Bank Syariah sangatlah penting, karena apabila masyarakat mengetahui dengan baik tentang Bank Syariah maka kecenderungan untuk menjadi nasabah Bank Syariah lebih besar.

3. Variabel Karakteristik Bank Syariah

Slope untuk variabel karakteristik mempunyai parameter= 0.812. Artinya proporsi responden yang menyetujui bahwa Bank Syariah diterapkan berdasarkan syariat Islam, pembagian laba menggunakan bagi hasil, pendanaan dan pembiayaan layanan Bank Syariah hanya untuk bisnis yang halal dan hubungan nasabah bank bersifat kemitraan, keadilan, transparansi dan universal lebih besar bila dibandingkan dengan responden yang tidak menyetujui karakteristik Bank Syariah tersebut. Besaran $\ln \left[\frac{p_1}{1-p} \right] = 0.812$; perbandingan risiko sebesar $e^{0.812} = 2.253$. Artinya kecenderungan responden yang menyetujui bahwa Bank Syariah diterapkan berlandaskan syariat islam, pembagian laba menggunakan bagi hasil, pendaan dan pembiayaan layanan Bank Syariah hanya untuk bisnis yang halal dan hubungan nasabah bersifat kemitraan, keadilan, transparansi dan universal adalah 2.253 kali bila dibandingkan responden yang tidak menyetujui karakteristik Bank Syariah.

Responden yang berpendapat bahwa Bank Syariah dilaksanakan berlandaskan syariat Islam akan cenderung memilih Bank Syariah, responden yang yakin akan penerapan sistem bagi hasil akan cenderung menjadi nasabah Bank Syariah. Pendanaan dan pembiayaan layanan bank Syariah yang hanya digunakan untuk bisnis halal dan baik akan meningkatkan kecenderungan untuk bergabung dengan Bank Syariah, kemudian adanya hubungan antara pihak bank dengan nasabah yang bersifat kemitraan, keadilan, transparansi, dan universal akan menjadi salah satu pendorong kecenderungan untuk menjadi nasabah Bank Syariah.

4. Variabel Harga atau Biaya

Slope untuk variabel harga/biaya mempunyai parameter= 0.778. Artinya proporsi responden yang mempertimbangkan harga atau biaya di Bank Syariah seperti penerapan sistem bagi hasil yang lebih adil dan menguntungkan, biaya simpan-pinjam yang rendah dan biaya administrasi bulanan yang rendah lebih kecil bila dibandingkan dengan nasabah yang tidak mempertimbangkan harga atau biaya di Bank Syariah. Besaran $\ln \left[\frac{p_1}{1-p} \right] = 0.778$; perbandingan risiko sebesar $e^{0.778} = 2.176$. Artinya kecenderungan responden yang mempertimbangkan harga atau biaya sebelum menjadi nasabah Bank Syariah adalah 2.176 kali bila dibandingkan responden yang tidak mempertimbangkan harga atau biaya dari Bank Syariah.

Variabel harga atau biaya ini berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah. Hal ini disebabkan karena harga atau biaya berupa biaya administrasi bulanan di Bank Syariah cenderung lebih kecil dibandingkan dengan biaya administrasi bulanan di Bank konvensional.

5. Variabel Aksebilitas

Slope untuk variabel aksebilitas Bank Syariah mempunyai parameter = 0.905. Artinya proporsi responden yang memperhatikan aksebilitas seperti fasilitas ATM, *internet banking*, dan *sms banking*, lebih besar bila dibandingkan dengan nasabah yang tidak memperhatikan aksebilitas Bank Syariah. Besaran $\ln \left[\frac{p_1}{1-p} \right] = 0.905$; perbandingan risiko sebesar $e^{0.905} = 2.471$. Artinya kecenderungan responden yang memperhatikan aksebilitas Bank Syariah sebelum menjadi

nasabah Bank Syariah adalah 2.471 kali bila dibandingkan responden yang tidak memperhatikan aksesibilitas Bank Syariah.

Dengan adanya penyediaan aksesibilitas yang baik maka akan meningkatkan peluang seseorang untuk menabung di Bank Syariah. Karena dengan adanya fasilitas seperti ATM, *internet banking*, dan *sms banking* maka nasabah akan merasakan kemudahan dalam mengakses pelayanan Bank Syariah.

6. Variabel Promosi

Slope untuk variabel promosi Bank Syariah mempunyai parameter = 0.023. Artinya proporsi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah berdasarkan pemberian hadiah, pengiklanan dan promosi-promosi produk bank lebih kecil bila dibandingkan dengan nasabah yang tidak mempertimbangkan promosi di Bank Syariah. Besaran $\ln \left[\frac{p_1}{1-p} \right] = 0.023$; perbandingan risiko sebesar $e^{0.023} = 1.023$. Artinya kecenderungan responden yang memperhatikan promosi Bank Syariah sebelum menjadi nasabah Bank Syariah adalah 1.023 kali bila dibandingkan responden yang tidak memperhatikan promosi di Bank Syariah. Dengan adanya promosi yang semakin menarik maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.

E. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil dari penelitian tentang Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Untuk Memilih Jasa Perbankan Syariah adalah sebagai berikut:

1. Faktor pelayanan bank syariah, faktor karakteristik bank syariah, faktor harga/biaya, dan faktor aksesibilitas masing-masing secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa bank syariah. Sedangkan faktor pengetahuan bank syariah dan faktor promosi secara simultan dan parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa bank syariah.
2. Faktor yang dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah adalah faktor pelayanan bank syariah. Adanya pelayanan bank syariah yang sangat baik dan mumpuni terhadap konsumen/nasabah merupakan strategi yang diberikan oleh bank syariah dengan tujuan untuk meningkatkan minat konsumen/nasabah terhadap perbankan syariah.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil dari penelitian mengenai Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Untuk Memilih Jasa Perbankan Syariah, sebagai berikut:

1. Meskipun faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah adalah faktor pelayanan, faktor-faktor lain seperti faktor pengetahuan bank syariah, faktor karakteristik bank syariah, faktor harga/biaya, faktor aksesibilitas, dan faktor promosi dari bank syariah juga perlu diperbaiki dan lebih ditingkatkan lagi agar jumlah nasabah pada bank syariah terus bertambah serta mampu bersaing dengan bank konvensional.
2. Perlunya sosialisasi dan edukasi tentang pengetahuan bank syariah yang masih minim, dampaknya masyarakat luas masih banyak yang belum mengerti dan memahami tentang bagaimana prinsip-prinsip, produk, serta keuntungan dan keunggulan bank syariah. Sehingga kedepan perlu adanya peningkatan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat baik melalui media *massa* seperti koran, internet, buku, majalah, maupun dialog atau seminar. Sosialisasi dan edukasi ini tentu saja bukan hanya masalah halal dan haram mengenai riba atau lebel syariah saja, tetapi juga mengedepankan aspek rasional dan obyektif.
3. Dalam usaha meningkatkan pemahaman serta minat masyarakat terhadap Bank Syariah diperlukan adanya kerjasama dengan berbagai pihak seperti pemerintah, Dewan Pengawas Syariah (DPS), Majelis Ulama Indonesia (MUI), Bank Indonesia serta Bank Syariah guna memperkenalkan serta meningkatkan minat nasabah terhadap Bank Syariah.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih penulis disampaikan kepada Asosiasi Dosen Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya dan Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang memungkinkan menerbitkan jurnal ini.

Daftar Pustaka

- Antonio, Syafi'i, M. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ascarya. 2007. *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta : PT Raja GrafindoPersada.
- Bank Indonesia. 2016. *Statistik Perbankan Syariah 2015*. www.bi.go.id. Diakses tanggal 08 Oktober 2016.
- Bank Syariah Mandiri. *Penghargaan*. <http://www.syariahmandiri.co.id/category/penghargaan/>. Diakses pada tanggal 20 September 2016.
- Lewis, Mervyn, K. Dan Latifa, M, Algaoud. 2005. *Perbankan Syariah: Prinsip,Praktek dan Prospek*. Terjemahan Burhan Wirasubrata. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Maski, Ghozali. 2010. Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*. Volume 4 Nomor 1 Mei 2010, 43-57.
- Selamet, Zarehan, dan Khadir, Abdul. 2012. Attittude and Patronage Factors of Bank Costumers in Malaysia: Muslim and non-Muslim Views *Journal of Islamic Economics, banking and financing*, Vol.8, (No.4):87-100.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.