

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH DALAM
MEMILIH PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH DI
BANK SYARIAH
(Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong,
Kabupaten Bogor)**

JURNAL ILMIAH

Disusun Oleh:

**Ega Adiyasa Nadipurnomo
145020501111012**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2018**

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH DI BANK SYARIAH

(Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong, Kabupaten Bogor)

Yang disusun oleh :

Nama : Ega Adiyasa Nadipurnomo
NIM : 145020501111012
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 04 April 2018

Malang, 04 April 2018

Dosen Pembimbing,



Ajeng Kartika Galuh, SE., ME.
NIP. 2012018512212001

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH
DALAM MEMILIH PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH DI BANK SYARIAH
(Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong, Kabupaten Bogor) Ega Adiyasa
Nadipurnomo**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang

Email : ega.adiyasa@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor religiusitas, produk bank, pelayanan dan pengetahuan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah. Penelitian ini menggunakan sampel 95 responden dari 1778 nasabah tahun 2017 di Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong, Kabupaten Bogor. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Data di uji menggunakan uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS 24.0. Serta untuk mengetahui pengaruh religiusitas, produk bank, pelayanan dan pengetahuan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah digunakan analisis logistik dengan dibantu alat uji yaitu IBM SPSS 24.0, tetapi sebelum uji analisis logistik dilakukan terlebih dahulu dilakukan uji multikolinearitas guna melihat bahwa tidak ada keterkaitan antara variabel bebas yang digunakan. Hasil analisis logistik menunjukkan bahwa faktor religiusitas, produk bank, pelayanan dan pengetahuan berpengaruh terhadap preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah, tetapi terdapat salah satu faktor yaitu produk bank dimana ketika tingkat produk bank meningkat maka justru menurunkan preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong.

Kata Kunci : Perbankan Syariah, Preferensi Menabung, Religiusitas, Produk Bank, Pelayanan, Pengetahuan

A. PENDAHULUAN

Dalam suatu negara, bank memiliki peran yang penting dalam perekonomian. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit ataupun bentuk-bentuk lainnya guna meningkatkan taraf hidup orang banyak. Perbankan di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang amat pesat, khususnya pada perbankan syariah. Perkembangan tersebut salah satunya ditandai dengan banyaknya bank konvensional yang membuka unit-unit syariah serta di setiap daerah sudah mulai muncul bank-bank syariah, keadaan tersebut ditunjukkan data OJK (Otoritas Jasa Keuangan, 2017) sebagai berikut.

Tabel 1 : Jaringan Kantor Perbankan Syariah

Rincian	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
BUS								
Jumlah bank	11	11	11	11	12	12	13	13
Jumlah kantor bank	1,215	1,390	1,734	1,987	2,163	1990	1869	1849

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2017

Dari tabel 1, dapat dilihat bahwa jumlah bank syariah yang ada di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2010 ke tahun 2017, dimana pada tahun 2017 jumlah bank syariah meningkat menjadi 13 bank umum syariah dari yang sebelumnya tahun 2010 hanya sebanyak 11 bank umum syariah saja serta jumlah kantor bank syariah di Indonesia juga mengalami peningkatan dari

sebelumnya sebanyak 1.215 menjadi 1.849 kantor. Bank syariah sendiri memiliki peluang yang sangat besar dari segi pangsa pasarnya karena jumlah Muslim yang ada di Indonesia sangatlah banyak. Dari data BPS (Badan Pusat Statistik, 2010), jumlah seluruh penduduk Indonesia sebesar 237.641.363 jiwa dan sekitar 87,2 %. Penduduk Indonesia yang mayoritas muslim dan adanya larangan riba sebagaimana yang dijelaskan dalam surat An-Nisa ayat 160-161 berpengaruh terhadap perkembangan perbankan syariah dalam memperoleh nasabah.

Walaupun perkembangan bank syariah saat ini sangat pesat dan memiliki peluang yang sangat besar namun pada kenyataannya bank syariah untuk ke depannya juga masih banyak sekali tantangan. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (2017), jumlah rekening nasabah per Mei 2017 hanya sebanyak 23.555.448 rekening saja yang dikelola oleh BUS (Bank Umum Syariah) dan UUS (Unit Usaha Syariah).

Bank Syariah Mandiri merupakan bank syariah yang sudah cukup lama berdiri yaitu sejak tahun 1999 (Jannah, 2011). Tidak hanya itu Bank Syariah Mandiri juga merupakan bank yang perolehan labanya cukup besar yaitu mencapai Rp 90.261.000.000 pada triwulan I 2017 (Bank Syariah Mandiri, 2017). Salah satu kantor cabang yang memiliki aktivitas penghimpunan dana cukup baik ialah Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong. Hal itu ditandai dengan meningkatnya jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) dari Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong yang ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 2 : Total Dana Pihak Ketiga (DPK) Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong

Dalam Jutaan Rupiah

Produk Penghimpunan Dana	Desember 2016	Agustus 2017
Giro	32,556.57	29,586.56
Tabungan	168,756.95	173,080.38
Deposito	66,496.76	77,584.01
Total DPK	267,810.28	280,250.95

Sumber : Bank Syariah Mandiri Cibinong, 2017

Peningkatan total DPK Bank Syariah Mandiri Cibinong tidak lepas dari banyaknya nasabah yang menabung. Disini nasabah dihadapkan pada pilihan lagi, yaitu jenis produk tabungan yang digunakan, Peningkatan total DPK ditandai dengan banyaknya pembukaan rekening berdasarkan jenis tabungan di Bank Syariah Mandiri Cibinong dari tahun 2015 hingga tahun 2017 :

Tabel 3 : Total Pembukaan Rekening Tabungan di Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong

Jenis Tabungan	Desember 2015	Desember 2016	November 2017
Tabungan Mudharabah	2297 Rekening	1268 Rekening	1088 Rekening
Tabungan Wadiah	137 Rekening	983 Rekening	681 Rekening
Jumlah	2434	2249	1778

Sumber : Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong, 2017

Adapun dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terdapat hasil yang beragam mengenai faktor yang berpengaruh dan yang tidak berpengaruh terhadap preferensi menabung di bank syariah, pada penelitian Padmaninggar (2016) dan Lestari (2015) mengatakan bahwa faktor religiusitas, pengetahuan dan produk bank berpengaruh positif terhadap minat/preferensi nasabah (mahasiswa) dalam menabung di bank syariah sedangkan pada penelitian Mukromin (2017) mengatakan dalam penelitiannya bahwa faktor religiusitas, pengetahuan dan produk bank itu tidak berpengaruh terhadap preferensi nasabah untuk menabung di bank syariah. Begitu pun pada Januar (2016), pada penelitiannya faktor pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah (mahasiswa) dalam menabung di bank syariah. Adanya perbedaan hasil tersebut sehingga penulis merumuskan faktor religiusitas, produk bank serta pengetahuan untuk diteliti lebih lanjut dimana fokus pada penelitian ini ialah dari segi produk tabungan di bank syariah. serta penulis juga

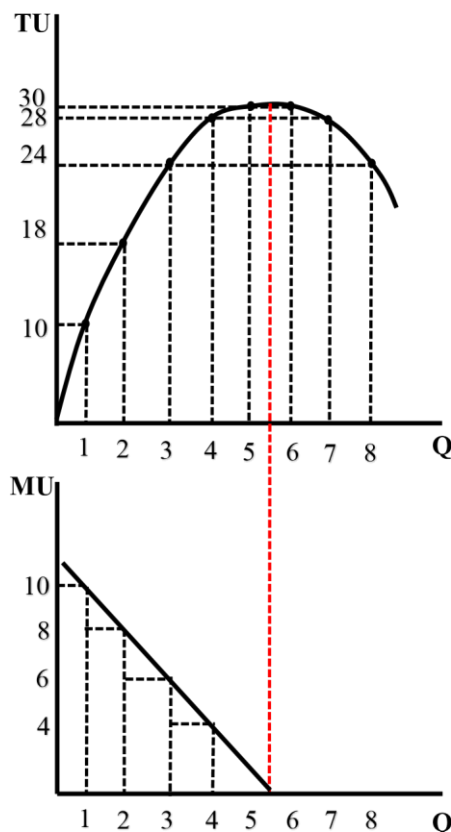
memasukkan faktor pelayanan dalam penelitian ini karena bank merupakan sebuah lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa sehingga penulis ingin melihat apakah faktor pelayanan ini juga menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah.

Pada penelitian ini, penulis memilih nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong per November 2017 sebagai objek penelitian karena penulis ingin mengetahui faktor apa yang mempengaruhi preferensi nasabah yang baru menabung di bank syariah. Oleh sebab itu, berdasarkan penjabaran latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong)”.

B. KAJIAN PUSTAKA Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen ialah suatu tindakan individu secara nyata yang dipengaruhi oleh berbagai aspek dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa yang diinginkan. Dalam perilaku konsumen, yang mempengaruhi tingkah laku konsumen dalam memuaskan diri dapat dijelaskan dengan teori kegunaan/*utility*. Teori kegunaan ini didasari dengan dua pendekatan yaitu (Rusmijati, 2017) : Teori *utility*/kepuasan itu dapat diukur. Teori ini disebut sebagai *Cardinal Utility*. *Cardinal Utility* adalah suatu pendekatan terkait tingkat kepuasan konsumen yang dapat diukur dengan angka. Dalam teori ini terdapat dua pengertian yaitu *Total Utility* dan *Marginal Utility*. Adapun *Total Utility* dan *Marginal Utility* dapat dilihat pada kurva berikut ini.

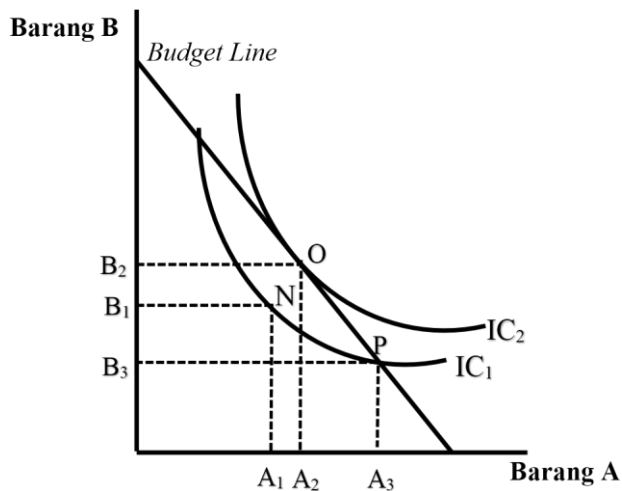
Gambar 1 : *Total Utility dan Marginal Utility*



Sumber : Multifiah, 2011

Teori kegunaan/*utility* yang diukur secara urutan-urutan. Teori ini disebut sebagai teori *ordinal*. Dalam memahami pendekatan teori *ordinal* ini dapat menggunakan *indifference curve*.

Gambar 2 : *Indifference Curve*



Sumber : Pindyck dan Rubinfeld, 2012

Pada gambar 2, dapat di lihat bahwa ketika seseorang mengonsumsi barang A dan B dan titik kepuasannya berada pada titik N dan P, tingkat kepuasan yang diperoleh seseorang tersebut sama karena terletak dalam satu garis kurva yaitu garis IC_1 . Sedangkan ketika seseorang tersebut dalam mengonsumsi barang A dan B dan mencapai titik kepuasannya di titik O, maka tingkat kepuasannya mengalami peningkatan dan mencapai titik maksimum karena dibersinggungan dengan budget line.

Preferensi

Menurut Pindyck (2012), terkait hubungan antara pilihan rasional terhadap preferensi dalam membuat serta menyusun ranking terdapat tiga sifat dasar diantaranya : 1) Kelengkapan, ketika seseorang dihadapkan pada dua pilihan barang/jasa yaitu A dan B dan seseorang tersebut lebih menyukai A dibandingkan dengan B maka seseorang itu akan memilih A daripada B dan begitupun sebaliknya; 2) Transitivitas, transivitas berarti bahwa jika seseorang konsumen lebih memilih A daripada B dan memilih B daripada C, maka seseorang tersebut memilih A karena A lebih disukai daripada C; 3) Banyak lebih baik daripada sedikit, konsumen akan menyukai banyak barang, karena konsumen tidak pernah merasa terpuaskan, semakin banyak jumlah dari barang yang dikonsumsi maka barang atau jasa tersebut akan menjadi pilihan konsumen untuk dikonsumsi.

Preferensi Menabung Menurut Ekonomi Islam

Terkait penjelasan mengenai pilihan konsumen dalam ekonomi konvensional, seseorang cenderung memilih untuk memperoleh kepuasan pada kegiatan konsumsinya. Berbeda dengan ekonomi konvensional, dimana dalam Ekonomi Islam yang menjadi tujuan atas kegiatan konsumsinya ialah kecenderungan agar mendapatkan kemashlahatan.

Perbankan Syariah

Bank syariah adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasionalnya dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadist (Muhamad, 1987). Adapun menurut Ascarya (2003), produk penghimpunan dana (tabungan) yang disediakan oleh bank syariah tersebut didasarkan atas dua prinsip diantaranya ialah prinsip *wadi'ah* (titipan), ialah titipan murni dari pihak penitip (*muwaddi*) yang mempunyai barang/aset kepada pihak penyimpan dan prinsip *mudharabah* (bagi hasil), penyerahan modal uang kepada orang yang berniaga sehingga ia mendapatkan persentase keuntungan/nisbah bagi hasil.

Risiko Dalam Investasi

Adapun secara umum motif seseorang memegang uang adalah sebagai berikut (Boediono, 1988) : 1) Motif Transaksi dan Berjaga-Jaga, dalam teorinya, Keynes mengatakan bahwa orang memegang uang bertujuan untuk memenuhi dan melancarkan transaksi-transaksi yang dilakukan. Selain itu, Keynes juga membedakan bahwa permintaan akan uang bertujuan untuk melakukan pembayaran suatu keperluan yang diluar dari rencana transaksi normal; 2) Motif Spekulasi, menurut Keynes, unsur yang ketiga dari permintaan akan uang yaitu permintaan uang untuk tujuan spekulasi. Sesuai dengan namanya bahwa pada motif ini pemegang uang memiliki tujuan dalam memegang uang tersebut guna memperoleh keuntungan dari uang tersebut.

Uang tidak akan memberikan manfaat jika tidak digunakan untuk kegiatan ekonomi salah satunya dengan Investasi. Terkait dengan investasi, jika seseorang menginvestasikan dananya untuk memperoleh keuntungan/bagi hasil, maka ia harus siap menerima risiko. Tabungan mudharabah yang merupakan produk tabungan yang sifatnya Natural Uncertainty Contracts, dimana bagi hasil yang diberikan tidak pasti baik dari jumlah maupun waktu, sehingga ia harus siap menanggung risiko dari dana yang dialokasikan kepada suatu usaha tersebut.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah

Terkait penjabaran yang telah dijelaskan sebelumnya maka dari itu penulis menetapkan fokus penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah yaitu faktor religiusitas, produk bank, pelayanan dan pengetahuan. Berikut penjabaran mengenai keterkaitan antara teori dengan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di perbankan syariah ialah 1) Religiusitas, adalah suatu bentuk hubungan manusia dengan penciptanya melalui ajaran agama yang sudah diwujudkan atau dihayati dalam diri seseorang dan tercermin dalam sikap dan perilaku sehari-hari. Adapun dalam *religiusitas* terdapat lima dimensi di dalamnya, yaitu: dimensi keyakinan atau Ideologis, dimensi praktik agama atau ritualistic, dimensi pengalaman atau eksperiensial, dimensi pengetahuan agama atau intelektual, dan dimensi konsekuensi. 2) Produk Bank, produk ialah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk memenuhi kebutuhan serta keinginannya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator dalam faktor produk bank yang mempengaruhi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di perbankan syariah ialah prinsip atas produk, biaya administrasi, keuntungan dan besaran keuntungan. 3) Pelayanan, bank syariah adalah lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa dan nasabah adalah tujuan/target utama, karena bank tidak akan pernah hidup tanpa adanya nasabah, sehingga pihak bank harus memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya. Adapun dalam faktor pelayanan ini, untuk mengukur pelayanan peneliti menggunakan indikator diantaranya ialah *security* (aman dari bahaya, risiko dll), *tangibles* (bukti fisik/fasilitas), ciri-ciri/keistimewaan tambahan (*features*), kesesuaian dengan spesifikasi, dan kualitas yang dipersepsikan (reputasi produk). 4) Pengetahuan, seseorang dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa harus melalui beberapa tahapan salah satunya ialah pencarian informasi. Adapun pengetahuan produk dibedakan menjadi 3 jenis yaitu pengetahuan atribut produk, pengetahuan manfaat produk, dan pengetahuan sebagai pemuas nilai.

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2009). Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini ialah:

Diduga religiusitas, produk bank, pelayanan, dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di perbankan syariah.

C. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random begitu juga pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2009). Penelitian ini akan dilaksanakan kepada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cibinong yang berada di Jalan Raya Bogor No.8, Cirimekar, Cibinong, Bogor, Jawa Barat. Sedangkan waktu penelitian dimulai pada bulan Januari 2018, sampai dengan terpenuhinya jumlah kuota sampel yang dibutuhkan.

Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah nasabah baru produk Tabungan Mudharabah dan Tabungan Wadiah tahun 2017 di Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong dengan jumlah 1778 nasabah. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah teknik *Insidental Sampling* (Sugiyono, 2009). Salah satu rumus yang sering digunakan adalah rumus Slovin (Wijaya, 2013):

$$N n = \frac{N^2}{1 + Ne^2}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang harus diteliti adalah 95 nasabah, untuk mewakili jumlah populasi dan akurasi data yang didapat.

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber dan bersifat mentah atau belum diolah (Wijaya, 2013). Data primer ini belum mampu memberikan informasi dalam pengambilan keputusan maka dari itu perlu diolah lebih lanjut. Untuk mendapatkan data primer, penulis menggunakan teknik kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009). Adapun selanjutnya dalam melakukan pengukuran sikap, pendapat serta persepsi sekelompok orang atau seseorang maka penulis menggunakan skala *Likert* (Sugiyono, 2009). Sedangkan data sekunder ini diperoleh secara tidak langsung dari objek yang diteliti. Data sekunder ini diperoleh melalui kajian pustaka yang bersumber dari buku, jurnal, ataupun dari penelitian lainnya yang terkait dengan tema penelitian ini. Data di uji menggunakan uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan IBS SPSS 24.0

Metode analisis yang digunakan adalah metode logistik, sebelum melakukan analisis regresi logit, untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan linear yang sangat kuat antar variabel bebas maka dilakukan terlebih dahulu uji multikolinearitas. Setelah diperoleh hasil bahwa data tidak terjadi multikolinearitas maka peneliti melakukan pengujian dengan menggunakan metode analisis logistik. Regresi logit ialah teknik statistika yang digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independent. Berikut model logit dalam penelitian ini ialah sebagai berikut (Arief, 2006):

$$\ln \frac{p}{1-p} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \mu_i$$

Dimana, P_1 merupakan preferensi memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah; β_0 , ialah konsanta; $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$, merupakan koefisien regresi; X_1 ialah Faktor Religiusitas; X_2 ialah Faktor Produk Bank; X_3 ialah Faktor Pelayanan; X_4 adalah Faktor Pengetahuan dan μ_i merupakan error. Untuk mendapatkan hasil yang lebih valid dari hasil analisis regresi logistik diatas maka

penulis akan melakukan beberapa pengujian terhadap model diantaranya ialah Uji Signifikansi Parsial, Uji Koefisien Determinasi, Uji Tabel Klasifikasi, Uji Kelayakan Model (*Hosmer and Lameshow*) serta Uji *Overal Model Fit/Omnibus*.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN Sejarah Bank Syariah Mandiri Cibinong

Pasca terjadinya krisis Ekonomi pada tahun 1997-1998, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia. Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya merger dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Pada tanggal 31 juli 1999 PT. Bank Susila Bakti pun dimiliki PT. Mandiri (Persero) Tbk.. Para perintis bank syariah pada bank tersebut memandang pentingnya kehadiran bank syariah di lingkungan PT Bank Mandiri (Persero). Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik (Jannah, 2011).

Dalam rangka perluasan jaringan layanannya, maka Bank Syariah Mandiri membuka Cabang di Cibinong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Bank Syariah Mandiri Cibinong mulai berdiri sejak 19 Mei 2003 yang berlokasi di jalan Mayor Oking, Cibinong, Kabupaten Bogor. Pada awal berdiri tahun 2003, BSM Cibinong masih berstatus sebagai Kantor Cabang Pembantu (KCP). BSM Cibinong memutuskan untuk pindah ke Graha Cibinong, Jl. Raya Bogor No.8, Cirimekar, Cibinong, Bogor, Jawa Barat. Setelah beroperasi dilokasi baru tersebut selama 3 tahun, BSM Cibinong berubah statusnya menjadi Kantor Cabang hingga saat ini (Susanto, 2018).

Data Responden Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong

Data yang dikumpulkan menunjukkan dari 95 responden nasabah Bank Syariah Mandiri Cibinong diantaranya ialah berjenis kelamin perempuan sebanyak 48 responden (50,53%) dan lakilaki sebanyak 47 (49,47%). Mayoritas usia responden ialah 26-32 tahun yaitu sebanyak 29 responden (30,53%). Serta mayoritas dari 95 responden tersebut memiliki tingkat pendidikan yaitu S1 sebanyak 47 responden (49,47%). Adapun dari data yang dikumpulkan dari 90 responden nasabah Bank Syariah Mandiri Cibinong yang memilih produk tabungan mudharabah sebanyak 71 responden (74,7%) dan yang tidak memilih produk tabungan mudharabah (memilih tabungan wadiah) sebanyak 24 responden (25,3%).

Uji Validitas dan Reliabilitas Tabel 4 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Item	r_{hitung}	Signifikansi	Keterangan	Alpha Cronbach
X ₁ (Religiusitas)	1	0.700	0,000	Valid	0.858
	2	0.729	0,000	Valid	
	3	0.806	0,000	Valid	

	4	0.861	0,000	Valid	
	5	0.907	0,000	Valid	
X₂ (Produk Bank)	1	0.902	0,000	Valid	0.920
	2	0.907	0,000	Valid	
	3	0.932	0,000	Valid	
	4	0.852	0,000	Valid	
Variabel	Item	r_{hitung}	Signifikansi	Keterangan	Alpha Cronbach
X₃ (Pelayanan)	1	0.851	0,000	Valid	0.951
	2	0.915	0,000	Valid	
	3	0.940	0,000	Valid	
	4	0.936	0,000	Valid	
	5	0.932	0,000	Valid	
X₄ (Pengetahuan)	1	0.922	0,000	Valid	0.950
	2	0.850	0,000	Valid	
	3	0.946	0,000	Valid	
	4	0.925	0,000	Valid	
	5	0.922	0,000	Valid	

Sumber : Data primer diolah, 2018

Dari nilai r hitung dan nilai alpha Cronbach menyatakan bahwa seluruh faktor dan indikator valid dan reliable, akrena nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,202) serta nilai alpha Cronbach lebih besar dari 0,7. Setelah itu, data dilakukan uji multikolinearitas terlebih dahulu guna memastikan bahwa tidak ada hubungan yang linear antar variabel bebas pada penelitian ini. Adapun hasil uji multikolinearitas sebagai berikut :

Uji Multikolinearitas Tabel 5 : Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Collinearity Statistic
	VIF
Religiusitas	1.628
Produk Bank	3.577
Pelayanan	4.774
Pengetahuan	5.606

Sumber : Data primer diolah, 2018

Dari hasil pengujian yang dilakukan didapat nilai VIF untuk masing-masing variabel bebas sebesar 1,628 (Religiusitas), 3,577 (Produk Bank), 4,774 (Pelayanan) dan 5,606 (Pengetahuan), dimana semua nilai VIF tersebut < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji Kelayakan Model Regresi Tabel 6 : Hasil Uji Hosmer dan Lameshow

Hosmer and Lemeshow Test			
Step	Chi-square	df	Sig.
1	5.786	7	.565

Sumber : Data primer diolah, 2018

Dari hasil uji *hosmer and lemeshow* guna melihat apakah model tersebut baik atau tidak (*goodness of fit*). Model dikatakan layak/memenuhi fit model jika nilai signifikansinya diatas 0,05. Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian ini besarnya nilai signifikansinya yaitu 0,565 > 0,05 maka dari itu dari hasil uji *hosmer and lemeshow* model tersebut dinyatakan layak dan bisa diterima

(fit).

Uji Koefisien Determinasi (Nagelkerke R Square) Tabel 7 : Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	29.761 ^a	.558	.825
a. Estimation terminated at iteration number 8 because parameter estimates changed by less than .001.			

Sumber : Data primer diolah, 2018

Uji koefisien determinasi berguna untuk melihat kemampuan variabel independen secara keseluruhan dalam menjelaskan variabel dependen. Dari hasil pengujian yang dilakukan mendapatkan hasil *Nagelkerke R Square* adalah sebesar 0,825 dimana artinya variabel preferensi memilih produk tabungan mudharabah dalam penelitian ini mampu dijelaskan oleh seluruh variabel independen sebesar 82,5%, sementara 17,5% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya diluar model penelitian.

Uji Tabel Klasifikasi Tabel 8 : Hasil Prediksi Model

Classification Table ^a					
	Observed		Predicted		
			y		Percentage Correct
			0	1	
Step 1	Y	0	21	3	87.5
		1	2	69	97.2
	Overall Percentage				94.7
a. The cut value is .500					

Sumber : Data primer diolah, 2018

Seperti yang telah disinggung sebelumnya bahwa uji tabel klasifikasi ini berguna untuk melihat bahwa tidak ada perbedaan yang sangat signifikan antara prediksi model dengan data observasi atau melihat seberapa besar ketepatan prediksi jawaban atas penelitian yang telah dilakukan tersebut. Dari tabel klasifikasi diperoleh hasil bahwa ketepatan prediksi dalam penelitian ini adalah sebesar 94,7%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketepatan antara model dengan data observasi sebesar 94,7% dan tingkat *error*/tingkat kesalahannya sebesar 5,3%.

Uji Keseluruhan Model (overall model fit) Tabel 9 : Hasil Uji Omnibus

Omnibus Tests of Model Coefficients				
		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	77.628	4	.000
	Block	77.628	4	.000
	Model	77.628	4	.000

Sumber : Data primer diolah, 2018

Dari hasil uji omnibus diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya bahwa seluruh variabel bebas dalam penelitian ini secara bersama-sama mampu menjelaskan model dengan baik atau dapat dikatakan memiliki pengaruh secara serempak terhadap model.

Uji Parsial Tabel 10 : Hasil Uji Parsial

Variables in the Equation							
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	x1	1.131	.444	6.486	1	.011	3.099
	x2	-.671	.297	5.081	1	.024	.511
	x3	.580	.253	5.247	1	.022	1.786
	x4	.508	.244	4.352	1	.037	1.663
	Constant	-24.921	8.910	7.823	1	.005	.000
a. Variable(s) entered on step 1: x1, x2, x3, x4.							

Sumber : Data primer diolah, 2018

Seperti yang telah disinggung sebelumnya, bahwa uji parsial ini untuk melihat dan menjelaskan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dan jika dimasukkan kedalam model menjadi sebagai berikut:

$$\ln Y = -24,921 + 1,131 \text{ Religiusitas} + (-0,671 \text{ Produk Bank}) + 0,580 \text{ Pelayanan} + 0,508 \text{ Pengetahuan} + \mu_i (e)$$

1-P

Hasil Penelitian

Preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong adalah :

Religiusitas

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap preferensi memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah dengan nilai signifikansi sebesar 0,011 yaitu lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis dapat diterima. Adapun menurut Glock & Stark (Dalam Ancok, 2008) menambahkan bahwa dalam *religiusitas* terdapat lima dimensi yang mempengaruhinya yaitu dimensi keyakinan atau Ideologis, dimensi praktik agama atau ritualistic, dimensi pengalaman atau eksperiensial, dimensi pengetahuan agama atau intelektual, dan dimensi konsekuensi

Tingkat hubungan antara manusia dengan penciptanya atau religiusitas ini berkaitan juga dengan kecenderungan nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah, jadi semakin baik religiusitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cibinong, maka tingkat kecenderungan untuk memilih produk tabungan mudharabah juga akan semakin meningkat, karena ia (nasabah) akan berhati-hati dan selektif dalam memilih apa yang akan dia lakukan agar tidak menyimpang dari ajaran agama islam. Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2015) yang memberikan kesimpulan bahwasannya tingkat religiusitas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya berpengaruh terhadap preferensi menabung di bank syariah.

Produk Bank

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel produk bank berpengaruh signifikan terhadap preferensi memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah dengan nilai signifikansi sebesar 0,024 yaitu lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis dapat diterima. Menurut Simamora (2003), produk ialah segala sesuatu (jasa atau barang) yang ditawarkan kedalam

pasar untuk dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhannya. Sebagai suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, bank syariah tentu juga menawarkan produk-produk yang dimilikinya baik produk yang berupa tabungan (simpanan) maupun pembiayaan. Dalam penelitian ini untuk mengukur variabel produk bank, peneliti menggunakan indikator prinsip atas produk, biaya administrasi, keuntungan dan besaran keuntungan, yang menjadi bahan pertimbangan bagi responden dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah.

Adapun dari hasil penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa variabel produk bank ini mempunyai pengaruh signifikan yang negatif terhadap preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong yang berarti apabila tingkat produk bank meningkat maka justru menurunkan preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong. Hasil tersebut juga terjadi pada penelitian Mukromin (2017) dimana variabel produk bank ini juga berkorelasi negatif tetapi pada penelitian Mukromin selain berkorelasi negatif, variabel produk bank ini juga tidak berpengaruh terhadap preferensi mahasiswa (nasabah) menabung di bank syariah.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel produk bank justru berpengaruh negatif terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk mudharabah disebabkan oleh tidak semua responden setuju terkait alasan memilih produk tabungan mudharabah karena besaran bagi hasil yang ditetapkan oleh pihak bank yaitu sebanyak 31 responden tidak setuju atau sekitar 32,6%. Hal itu disebabkan besaran bagi hasil yang ditetapkan oleh pihak bank sangatlah kecil padahal besaran bagi hasil merupakan salah satu hal yang menarik minat nasabah seperti yang dipaparkan oleh Yogiarto (2015) bahwa dengan nisbah bagi hasil yang tinggi masyarakat akan tertarik untuk menitipkan dananya pada bank dengan harapan mendapatkan imbalan yang diterima, adapun besaran bagi hasil yang ditetapkan oleh Bank Syariah Mandiri Cibinong adalah sebagai berikut :

Tabel 11 : **Besaran Bagi Hasil Bank Syariah Mandiri Cibinong**

Saldo	Nasabah	Bank
<Rp 100 juta	15	85
≥Rp 100 juta	22	78

Sumber : Bank Syariah Mandiri Cibinong, 2017

Adapun sampel pada penelitian ini ialah menggunakan *Insidental Sampling* (kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dan cocok sebagai sumber data), maka rata-rata nasabah yang menabung tersebut adalah nasabah yang memiliki saldo tabungan dibawah 100 Juta sehingga bagi hasil yang diberikan kepada nasabah sangatlah kecil dan lebih banyak bagi hasil yang diterima oleh pihak bank sehingga membuat faktor produk bank ini menjadi memiliki pengaruh yang negatif terhadap preferensi memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah.

Pelayanan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwasannya variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah dengan nilai signifikansi sebesar 0,022 yaitu lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis dapat diterima. Menurut Moenir (1995), pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu dimana tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan penggunanya. Dalam penelitian ini untuk mengukur variabel pelayanan, peneliti menggunakan indikator yaitu keamanan (*security*), *tangibles* (bukti fisik), ciri-ciri/keistimewaan tambahan dan kesesuaian dengan spesifikasi yang menjadi bahan pertimbangan bagi responden dalam memilih produk tabungan mudharabah.

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan ini berpengaruh signifikan dan positif terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah, jadi semakin baik pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Cibinong maka akan meningkatkan kecenderungan nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri

Cibinong. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Januar (2016), dimana pada penelitiannya diperoleh hasil bahwa variabel pelayanan berpengaruh terhadap perilaku konsumen menabung dalam menggunakan perbankan syariah.

Pengetahuan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap preferensi memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah dengan nilai signifikansi sebesar 0,037 yaitu lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis yang disusun dapat diterima. Menurut Simamora (2007), dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa seseorang harus melalui beberapa tahapan salah satunya ialah pencarian informasi. Dalam tahap pencarian informasi ini, nasabah dituntut memiliki pengetahuan yang cukup dalam mengonsumsi suatu produk atau jasa. Menurut Peter dan Olson (1999) pengetahuan produk dibagi menjadi 3 jenis yaitu pengetahuan atribut produk, pengetahuan manfaat produk dan pengetahuan sebagai pemuas nilai.

Tahapan pencarian informasi atau pengetahuan ini berkaitan juga dengan kecenderungan nasabah memilih produk tabungan di bank syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan dan positif terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah, jadi semakin baik/tinggi tingkat pengetahuan nasabah Bank Syariah Mandiri Cibinong, maka tingkat kecenderungan memilih produk tabungan mudharabah juga semakin tinggi pula. Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Padmaninggar (2016), dimana pada penelitiannya diperoleh hasil bahwa faktor pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Brawijaya di perbankan syariah.

Implementasi Penelitian

Perbankan syariah adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasionalnya dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadist (Muhamad, 1987). Dimana dalam aktifitasnya, perbankan syariah ini menggunakan akad yang sesuai dengan syariat islam seperti *mudharabah* (bagi hasil), *musyarakah*, dan lain sebagainya. Seperti yang telah di singgung sebelumnya bahwa dalam aktifitas perbankan itu terdapat salah satu aktifitasnya ialah menerima simpanan uang (menghimpun dana). Dalam menghimpun dana, pihak bank khususnya di Bank Syariah Mandiri Cibinong memiliki jenis produk tabungan diantaranya ialah Tabungan BSM (Tabungan Mudharabah) dan Tabungan Simpatik (Tabungan Wadiah). Adapun pada kesempatan ini, peneliti telah melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri mengenai faktor apa yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah (Tabungan BSM), hal ini dilakukan guna mengetahui apa saja yang membuat nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah sehingga nantinya peneliti dapat memberikan saran kepada pihak bank guna meningkatkan kecenderungan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cibinong khususnya dalam memilih produk tabungan mudharabah.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa kecenderungan nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh faktor religiusitas, pelayanan dan pengetahuan sedangkan faktor produk bank juga ikut mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah tetapi memiliki pengaruh signifikan yang negatif, sehingga untuk meningkatkan kecenderungan nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah, pihak bank seharusnya senantiasa terus memberikan penyuluhan, sosialisasi, bazaar dan lain sebagainya guna menarik minat masyarakat untuk lebih prefer menabung di bank syariah khususnya di Bank Syariah Mandiri Cibinong ini. Dengan semakin banyaknya nasabah yang memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong, nantinya membuat Bank Syariah Mandiri Cibinong memperoleh dana lebih banyak guna menyalurkan pembiayaan atau memberikan pinjaman modal (tentunya dengan akad yang sesuai syariat islam) kepada masyarakat (nasabah) yang membutuhkan suntikan dana guna memproduksi barang atau produknya, dengan semakin banyaknya masyarakat (nasabah) yang

membuat suatu usaha maka akan menyebabkan perekonomian Indonesia menjadi meningkat, seperti yang dipaparkan oleh Darwanto (2012) bahwa *entrepreneur* (wirausaha) memiliki peran penting dalam kegiatan produktif yang mendorong pertumbuhan suatu negara. Tidak hanya itu, dengan usaha baru yang dibangunnya tersebut akan membuka lapangan pekerjaan, mengurangi pengangguran serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Semakin tinggi jumlah wirausahawan maka semakin tinggi juga pertumbuhan ekonomi suatu negara. Sehingga secara tidak langsung, dengan meningkatnya kecenderungan nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong akan mempengaruhi peningkatan perekonomian negara Indonesia, mengurangi pengangguran serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

E. KESIMPULAN Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui apakah variabel Religiusitas, Produk Bank, Pelayanan dan Pengetahuan dapat mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor religiusitas, pelayanan dan pengetahuan memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong, semakin tinggi tingkat religiusitas nasabah, pelayanan dari pihak bank dan pengetahuan nasabah maka kecenderungan untuk memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong juga akan meningkat. Sedangkan pada faktor produk bank ini memiliki pengaruh, dimana jika tingkat/kualitas produk bank meningkat maka justru menurunkan preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong.

Saran

Dari hasil, pembahasan serta kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya pada penelitian ini, peneliti ingin menyampaikan beberapa saran terkait penelitian yang telah dilakukan, diantaranya adalah sebagai berikut 1) Dari segi pelayan diharapkan Bank Syariah Mandiri Cibinong senantiasa terus meningkatkan pelayanan kepada nasabahnya agar nasabah lebih prefer memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah khususnya pada penjelasan mengenai karakteristik produk tabungan mudharabah agar nasabah lebih memahami terkait produk tabungan mudharabah di bank syariah; 2) Dari segi pengetahuan, Bank Syariah Mandiri Cibinong perlu lebih aktif lagi dalam memberikan penjelasan, penyuluhan atau sosialisasi terkait produk tabungan yang terdapat di bank syariah, akad yang digunakannya, penyaluran dana diberikan kemana, risiko apa yang diperoleh nasabah dan lain sebagainya agar masyarakat lebih memahami semua hal terkait perbankan syariah, khususnya produk mudharabah di bank syariah; dan 3) Dari segi faktor produk bank dimana diperoleh hasil apabila tingkat produk bank meningkat maka justru menurunkan preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong maka dari itu pihak bank perlu meningkatkan besaran bagi hasil yang diberikan kepada nasabah agar nasabah tertarik/prefer memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada Asosiasi Dosen Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya dan Jurusan Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya yang memungkinkan jurnal ini bisa diterbitkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Komaruddin. 1996. *Dasar-Dasar Manajemen Investasi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Ajija, Shochrul R. 2011. *Cara Cerdas Menguasai EVIEWS*. Jakarta: Salemba Empat.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya. 2013. Departemen Agama RI. Klaten : Sahabat.
- Ancok, Jamaludin; Suroso, Nashoni, Fuat. 1994. *Psikologi Islami Atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Anto, Hendrie. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta : Ekonisia.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Arief, Sritua. 2006. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Jakarta : Universitas Indonesia (UI-Press).
- Ascarya. 2013. *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- 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.
- Bank Indonesia. *Kamus*. <http://www.bi.go.id/id/Kamus.aspx?id=B>. Diakses 04 Januari 2017.
- Bank Syariah Mandiri. 2017. *Laporan Keuangan PT Bank Syariah Mandiri*. https://www.syariahmandiri.co.id/assets/pdf/laporan-triwulan/Laporan_Keuangan_BSM__TRIWULAN_I_2017.pdf. Diunduh pada 10 November 2017.
- Bank Syariah Mandiri. 2017. *Jaringan PT Bank Syariah Mandiri*. <https://www.syariahmandiri.co.id/layanan-nasabah/jaringan>. Diakses pada 10 November 2017.
- Bank Syariah Mandiri Cibinong. 2017. *Laporan Keuangan PT Bank Syariah Mandiri Cibinong*. Kabupaten Bogor.
- Bank Syariah Mandiri Cibinong. 2017. *Sales Kit PT Bank Syariah Mandiri Cibinong*. Kabupaten Bogor.
- Bank Syariah Mandiri Cibinong. 2017. *Laporan Pembukaan Rekening PT Bank Syariah Mandiri Cibinong*. Kabupaten Bogor.
- Boediono. 1988. *Ekonomi Moneter*. Yogyakarta : BPFY-Yogyakarta.
- Darwanto. 2012. *Peran Entrepreneurship dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Dwiastuti, Rini, Agustina Shinta, Riyanti Isaskar. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang : UB Press.
- Erik Purnama Putra. 2016. *Persentase Umat Islam di Indonesia Jadi 85 Persen*.

<http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/01/09/o0ow4v334-persentaseumat-islam-di-indonesia-jadi-85-persen>. Diakses 18 Oktober 2017.

- 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.
- Firdaus, Muhammad. 2011. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hendra, dkk. 2013. *Ruang Lingkup Ekonomi Mikro Islam*. IAIN Bengkulu: Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Hosen, Muhammad Nadrattuzaman. 2005. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah (PKES Publishing).
- Jannah, Tsarwatul. 2011. Bank Syariah Mandiri Dalam Pemberdayaan Masyarakat Kota Cilegon. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Januar, Andriano. 2016. Keputusan Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang). Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Arti kata preferensi. (Online). <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/preferensi>. Diakses pada 10 November 2017.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Arti kata produk. (Online). <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/produk>. Diakses pada 10 November 2017.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Arti kata risiko. (Online). <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/produk>. Diakses pada 10 November 2017.
- Karim, Adiwarmanto. 2010. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Lestari, Alfi Muflikhah. 2015. Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.
- 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.
- Mukromin, Muhammad. 2017. Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta). Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Multifiah. 2011. *Teori Ekonomi Mikro*. Malang : UB Press.
- 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.
- Nachrowi, Nachrowi Djalal, Hardius Usman. 2002. *Penggunaan Teknik Ekonometrika*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

- Ningrum, Diska Afilia Warsa. 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus : Kabupaten Sleman). Skripsi. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Nopirin. 1986. *Ekonomi Moneter I*. Jakarta : Karunika.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2016. *Industri Jasa Keuangan Syariah*. Jakarta : Otoritas Jasa Keuangan
- Otoritas Jasa Keuangan. 2017. *Statistik Perbankan Syariah*. <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankansyariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Juli-2017.aspx>. Diakses 19 Agustus 2017.
- Padmaninggar, Adindara. 2016. Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Jumlah Uang Saku Terhadap Minat Menabung di Bank Umum Syariah (Studi Pada Mahasiswa S1 Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.
- Peter, J.Paul, Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- Pindyck, Robert S, Daniel L Rubinfeld. 2012. *Mikroekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2015. *Ekonomi Islam*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Syariah. Lembaran Negara RI Tahun 2008. Sekretariat Negara RI. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Lembaran Negara RI Tahun 2008. Sekretariat Negara RI. Jakarta.
- Rusmijati. 2017. *Teori Ekonomi Mikro I*. Yogyakarta : Graha Cendekia.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis : Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta : Salemba Empat.
- Saputra, Herwono Indradan Njo Anastasia. 2013. *Jenis Investasi Berdasarkan Profil Risiko*. Surabaya : Universitas Kristen Petra. (jurnal)
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bilson. 2007. *Paduan Riset Perilaku Konsumen* . Jakarta : PT Gramedia.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Susanto, Andri Interview. 2018. *Interview of Bank Syariah Mandiri Cibinong History*. Bogor.
- Taufiqurrohman. 2017. *RELIGIUSITAS*. <https://bdkpalembang.kemenag.go.id/religiualitas/>, Diakses 29 Oktober 2017.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wahab, Wirdayanti. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*. STIE Mahaputra Riau. Diakses pada 10 November 2017.
- Wahyudi, Imam dkk. 2013. *Manajemen Risiko Bank Islam*. Jakarta : Salemba Empat.

- Widarini, Falih. 2013. Hubungan Pelayanan Prima (Service Excellence) dengan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Genteng Banyuwangi. Skripsi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Widarjono, Agus. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Yogiartha, Atanasius. 2015. *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yudhiartha, Chrisna Very. 2012. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah*. <http://eprints.ums.ac.id/23799/>, Diakses 07 November 2017.
- Zubaidah, Siti. 2004. Analisis Potensi dan Preferensi Masyarakat Terhadap Pengembangan Bank Syariah di Wilayah Jawa Timur. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Zulganef. 2013. *Metode Penelitian Sosial & Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.