

Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Studi Kasus pada Bank Syariah di Kota

Dian Lestari Siregar^{*}, Rio Rahmat Yusran, Tri Agustini

^{abc} Universitas Putera Batam, Batam

^{*} diansir89@gmail.com

Abstract

The development of the banking and financial services industry has experienced rapid progress in recent years as a result of technological advances and deregulation policies. there are many things that encourage a prospective customer to choose a bank and there are still many people who are hesitant to save in Islamic banks this is because people do not know information about Islamic banks, do not know information about Islamic banks and do not understand the system of profit sharing at the expense of Sharia, the analysis approach cohran analysis, research aims, first to find out what factors influence the customer's decision to save in Islamic banks, second to find out how much influence these factors on the customer's decision in choosing an Islamic bank and third to find out which factors the most dominant decision of customers in saving at Islamic banks. Based on the test results obtained asymp sig below 0.05 means that on external indicators obtain significant results this proves the factors that influence customer decisions in saving in Islamic banks in the city of Batam, the conclusion of the results of this study found that the dominant variables that influence customer decisions in saving at Islamic banks, among others, characteristic factors on the indicator, Paying attention to the results, while the service factor and trust in the indicator, Able to provide trust and confidence, fast, appropriate, appropriate and reliable service, polite, friendly service and knowledge factor on indicators, Knowing the Sharia banking system, Knowing Sharia bank information and Influencing the name and image of the bank.

Keywords: *Cohran; Customer Decisions; Islamic Bank.*

Abstrak

Perkembangan industri perbankan dan jasa keuangan telah mengalami kemajuan yang pesat beberapa tahun terakhir ini sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan kebijaksanaan deregulasi. banyak hal yang mendorong seorang calon nasabah yang untuk memilih sebuah bank dan masih banyak masyarakat yang ragu-ragu untuk menabung di bank syariah hal ini dikarenakan masyarakat kurang mengetahui informasi tentang bank syariah, tidak mengetahui informasi bank syariah dan tidak memahami sistem bagi hasil diperbankan Syariah, dengan analisis Pendekatan analisi cohran, Penelitian bertujuan, Pertama untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah, kedua Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah dan ketiga untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah. Berdasarkan hasil Pengujian diperoleh *asymp sig* di bawah 0,05 artinya pada indikator eksternal memperoleh hasil signifikan hal ini membuktikan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah di Kota Batam, kesimpulan dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa variabel yang dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah antara lain Faktor karakteristik pada indikator, Memperhatikan bagi hasil, sedangkan pada Faktor pelayanan dan kepercayaan pada indikator, Mampu memberikan kepercayaan dan keyakinan, Pelayanan cepat, tepat, sesuai dan terpercaya, Pelayanan yang sopan, ramah dan Faktor pengetahuan pada indikator, Mengetahui sistem perbankan Syariah, Mengetahui informasi bank Syariah dan Pengaruh nama dan citra bank

Kata Kunci: *Cohran; Keputusan Nasabah; Bank Islam.*

1. Pendahuluan

Perkembangan industri perbankan dan jasa keuangan telah mengalami kemajuan yang pesat beberapa tahun terakhir ini sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan kebijaksanaan deregulasi. Adanya deregulasi

finansial mengakibatkan fenomena baru yang mengakibatkan iklim persaingan semakin hangat, termasuk didalamnya adalah persaingan dalam perbankan syariah (Maski, 2010). Menurut Menurut Pusat Pendidikan dan studi kebanksentralan Bank Syariah

merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, khususnya yang bebas dari bunga (riba), bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian (maysir), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar), berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal.

Pada awal masa operasinya, keberadaan bank syariah belum memperoleh perhatian yang optimal dalam tatanan sektor perbankan nasional. Landasan hukum operasi bank yang menggunakan sistem syariah, saat itu hanya diakomodir dalam salah satu ayat tentang "bank dengan sistem bagi hasil" pada UU No. 7 Tahun 1992; tanpa rincian landasan hukum syariah serta jenis-jenis usaha yang diperbolehkan (OJK, 2018).

Pada tahun 1998, pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) melakukan penyempurnaan UU No. 7/1992 menjadi UU No. 10 Tahun 1998, yang menjelaskan bahwa terdapat dua sistem dalam perbankan di tanah air (*dual banking system*), yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Peluang ini disambut hangat masyarakat perbankan, yang ditandai dengan berdirinya beberapa Bank Islam lain, yakni Bank IFI, Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank BTN, Bank Mega, Bank BRI, Bank Bukopin, BPD Jabar dan BPD Aceh dll. (OJK, 2018)

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat diminati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali

Indonesia menduduki urutan keempat negara yang memiliki potensi dan kondusif dalam pengembangan industri keuangan syariah setelah Iran, Malaysia dan Saudi Arabia, Akselerasi pertumbuhan perbankan Syariah di Indonesia yang jauh lebih tinggi dari pertumbuhan perbankan nasional berhasil meningkatkan porsi perbankan syariah dalam perbankan nasional namun untuk propinsi kepulauan riau Pertumbuhan asset Bank syariah di Propinsi kepulauan Riau tercatat sebesar Rp2,81 triliun atau lebih rendah bila

dibanding pertumbuhan triwulan sebelumnya sebesar Rp2,88 triliun.

Menurut (Alamsyah, 2015) Terdapat beberapa faktor yang secara signifikan menjadi pendorong peningkatan kinerja industri perbankan syariah di Indonesia antara lain:

- (1) Ekspansi jaringan kantor perbankan syariah mengingat kedekatan kantor dan kemudahan akses menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pilihan nasabah dalam membuka rekening di bank syariah;
- (2) Gencarnya program edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat mengenai produk dan layanan perbankan syariah semakin meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat;
- (3) Upaya peningkatan kualitas layanan (*service excellent*) perbankan syariah agar dapat disejajarkan dengan layanan perbankan konvensional.

Selain itu menurut (Maski, 2010) banyak hal yang mendorong seorang calon nasabah yang untuk memilih sebuah bank seperti apakah bank tersebut dapat memberikan keuntungan dan kemudahan, hal ini dikarenakan Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Selain itu nasabah juga memperhatikan kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakannya. Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dalam menyimpan dananya di bank, karena bagaimanapun konsumen dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya. Untuk itu dari sisi bank syariah harus dapat membaca peluang ini serta dapat segera mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Namun hasil penelitian (Daulay, 2014) menyatakan bahwa masih banyak masyarakat yang ragu-ragu untuk menabung di bank syariah hal ini dikarenakan masyarakat kurang mengetahui informasi tentang bank syariah, tidak mengetahui informasi bank syariah dan tidak memahami sistem bagi hasil diperbankan syariah. Kondisi ini memberikan bank syariah peluang sangat besar sekaligus tantangan untuk dapat meraih pangsa pasar perbankan nasional dimasa mendatang.

Pada Propinsi Kepulauan Riau Pertumbuhan asset Bank syariah tercatat sebesar Rp2,81 triliun atau tumbuh 16,64% (YOY), lebih rendah bila dibanding pertumbuhan triwulan sebelumnya sebesar 18,01% (YOY) Sebesar 95,17% atau senilai Rp2,88 triliun. Untuk DPK perbankan syariah tumbuh melambat signifikan. Total DPK sebesar Rp1,77 triliun, atau hanya tumbuh 1,10% (YOY), jauh lebih rendah dibanding

pertumbuhan pada triwulan sebelumnya sebesar 29,41% (YOY). Selain itu pembiayaan oleh perbankan syariah juga melambat di triwulan I 2014. Total pembiayaan senilai Rp2,31 triliun atau tumbuh 15,36% (YOY), lebih rendah dibanding pertumbuhan pada triwulan IV sebesar 20,20% (YOY). Berdasarkan data tersebut tentunya ada hal-hal yang mempengaruhi masyarakat dalam menabung di bank syariah.

Berdasarkan latar belakang tersebut dengan menggunakan analisis cohran peneliti bertujuan untuk melakukan kajian lebih mendalam berkaitan hal-hal yang melandasi keputusan nasabah menabung studi kasus bank syariah di kota Batam.

2. Kajian Literatur

2.1. Bank

Menurut Undang-undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan menyatakan "Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

2.1.1. Bank Syariah

Menurut Pusat Pendidikan dan studi kebanksentralan, Bank Syariah merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, khususnya yang bebas dari bunga (riba), bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian (maysir), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar), berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal. Bank Syariah sering dipersamakan dengan bank tanpa bunga. Bank tanpa bunga merupakan konsep yang lebih sempit dari bank Syariah, ketika sejumlah instrumen atau operasinya bebas dari bunga. Bank Syariah, selain menghindari bunga, juga secara aktif turut berpartisipasi dalam mencapai sasaran dan tujuan dari ekonomi Islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial. Sedangkan yang dimaksud dengan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah menurut undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain:

- (1) Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*Mudharabah*)
- (2) Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*Musharakah*)
- (3) Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*Murabahah*)

- (4) Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*Ijarah*) atau
- (5) Dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*Ijarah wa iqtina*)

2.2. Perilaku Konsumen

Menurut (Kotler, 2012) Perilaku konsumen dimaksudkan sebagai perilaku konsumen akhir. Konsumen akhir yaitu baik individu maupun rumah tangga yang berinteraksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka, dengan membeli produk atau jasa untuk konsumsi personal, Lebih lanjut menurut (Kotler, 2012) unsur-unsur dari perilaku konsumen adalah antara lain:

- (1) Bahwa perilaku konsumen menyoroti perilaku individu;
- (2) Bahwa perilaku konsumen menyangkut proses keputusan memakai dan menghabiskan produknya;
- (3) Mengetahui perilaku konsumen meliputi perilaku yang dapat diamati seperti kapan, dengan siapa, oleh siapa dan bagaimana barang yang telah dibeli dikonsumsi, juga termasuk variabel-variabel yang tidak dapat diamati seperti nilai-nilai yang diinginkan konsumen.

2.3. Teori Pengambilan Keputusan

Dalam (Maski, 2010) Keputusan adalah pemilihan di antara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian, yaitu: (1) Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan; (2) Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik; dan (3) Ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini makin mendekati pada tujuan tersebut. Lebih lanjut, keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. Sejalan dengan perilaku konsumen, maka pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Menurut (Stoner & Charles, 2012) Pengambilan keputusan adalah suatu kelanjutan dari cara pemecahan masalah yang memiliki fungsi antara lain sebagai berikut: (1) Pangkal permulaan dari semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual maupun secara kelompok, baik

secara institusional maupun secara organisasional; (2) Sesuatu yang bersifat *futuristic*, artinya bersangkutan paut dengan hari depan, masa yang akan datang, di mana efeknya atau pengaruhnya berlangsung cukup lama.

2.4. Keputusan Memilih Bank

Menurut (Maski, 2010) keputusan nasabah pemilihan bank didasarkan kepada: (1) Karakteristik Bank; (2) Pemberian bobot pada kepentingan pada ciri-ciri yang relevan di mana banyak calon nasabah lebih mementingkan pada tingkat kesehatan suatu bank; (3) Kepercayaan akan merk bank; (4) Fungsi utilitas; (5) Prosedur evaluasi.

Lebih lanjut (maski, 2010) menjelaskan Ada lima determinan kualitas jasa yang dapat dijadikan pijakan dalam memilih penyedia jasa, meliputi: (1) Keandalan, yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat; (2) Daya tanggap, yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa yang cepat; (3) Kepastian, yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan; (4) Empati, yaitu kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan; (5) Berwujud, yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan personil dan materi komunikasi.

2.5. Penelitian Terdahulu

Peneliti	Hasil Penelitian
(Ahmad & Omar, 2016)	Terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi di antara non-Muslim yang ditunjukkan oleh keyakinan dan kriteria seleksi bank, dalam penerimaan sistem perbankan Islam di Malaysia
(Lujja, Mohammed, & Hassan, 2018)	Masyarakat islam lebih memiliki pengetahuan tentang bank syariah namun memiliki kesadaran rendah tentang terminologi bank syariah
(Umair Riaz, Musafar Khan, 2017)	Tingkat kesadaran, pengetahuan dan religiusitas memiliki nilai positif pengaruh pada persepsi konsumen tentang produk dan layanan pembiayaan syariah

3. Metode Penelitian

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan alat analisis *Cochran Q test*. Alat analisis ini dilakukan secara bertahap yaitu:

- (1) Mulai dari 12 variabel kemudian pengujian 11 variabel dan jumlah terkecil tidak ikut perhitungkan sampai di peroleh variabel yang menunjukkan hasil tidak ada hubungan yang cukup signifikan antara variabel yang di pilih responden.
- (2) Berdasarkan semua jawaban kuesioner yang masuk, kemudian dilakukan tabulasi dan membuat tabel pengujian variable
 - (a) Pengujian pertama dengan menggunakan seluruh variabel ,masing-masing 12 variabel dengan rumus *Cochran Q test* dan pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan tabel X2 (df = K-1 dan a = 0,005) apabila nilai q lebih besar dari pada X2 tabel maka hipotesis ditolak.
 - (b) Pengujian tahap kedua dengan menggunakan 11 variabel. Untuk memperoleh variabel yang paling menonjol dilakukan pengujian tahap ke 3 yaitu dengan menggunakan 10 variabel, variabel yang nilai totalnya paling kecil tidak ikut perhitungan, kemudian dilanjutkan dengan tahap ke empat dan seterusnya sampai di peroleh nilai Q lebih kecil dari X2 tabel maka hipotesis di terima.

Selanjutnya untuk menganalisis data dengan uji statistik maka persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Q = \frac{(K - 1) \{ \sum C_j^2 - \sum C_j \}^2}{K \sum R_i \sum R_i^2}$$

Rumus 3.1 Rumus *Cochran Q test*

Dimana :

- K : Jumlah Variabel
 Q : Jumlah responden
 Ci : Total respon pada j Variabel
 Ri : Total respon pada l pengamatan

Pengujian statistik dapat dilakukan dengan cara menggunakan table X2 (df = k -1 dan a = 0,05)

- (1) Apabila nilai q lebih besar, besar dari pada X2 tabel maka hipotesis ditolak artinya terdapat hubungan yang cukup signifikan antar variabel.
- (2) Untuk menguji apakah setiap variabel saling berhubungan atau tidak memiliki hubungan yang signifikan maka diperlukan proses interasi dengan cara mengurangi satu persatu variabel yang memiliki nilai terkecil

4. Hasil dan Pembahasan

Untuk menganalisis persepsi masyarakat dalam memilih bank syariah, penelitian ini akan menggunakan Pengujian *Cochran Q Test* dan untuk pengolahan data dalam penelitian ini akan menggunakan program SPSS 20. Berdasarkan hasil jawaban responden melalui kuesioner yang disebar, kemudian diolah dengan membuat tabulasi data dan tabel pengujian. Untuk Pengujian variabel dilakukan melalui dua tahap yaitu untuk indikator eksternal dan indikator internal. Apabila dari hasil pengujian diperoleh nilai *Cochran Q Test* lebih besar dari pada tabel *Chi Square* maka terdapat hubungan yang signifikan artinya semua indikator eksternal dan internal mempengaruhi persepsi masyarakat dalam memilih bank syariah. Sedangkan dari probabilitasnya pada kolom *asympt.sig/Asymptotic Significance* apabila probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 maka hasilnya signifikan. Selanjutnya untuk menguji apakah setiap variabel yang berhubungan atau tidak memiliki hubungan yang signifikan, diperlukan proses interaksi dengan cara mengurangi satu persatu variabel. Berdasarkan Hasil pengujian dengan *Cochran Q test* maka di peroleh hasil sebagai berikut:

Pengujian Tahap 1	
Test Statistics	
N	175
Cochran's Q	429.406 ^a
df	11
Asymp. Sig.	.000
a. 0 is treated as a success Pengujian Tahap 2	
Test Statistics	
N	175
Cochran's Q	212.086 ^a
df	8
Asymp. Sig.	.000
a. 0 is treated as a success Pengujian Tahap 3	
Test Statistics	
N	175
Cochran's Q	156.443 ^a
df	7
Asymp. Sig.	.000
a. 0 is treated as a success Pengujian Tahap 4	
Test Statistics	

Test Statistics	
N	175
Cochran's Q	78.893 ^a
df	5
Asymp. Sig.	.000
a. 1 is treated as a success Pengujian Tahap 5	
Test Statistics	
N	175
Cochran's Q	45.319 ^a
df	4
Asymp. Sig.	.000
a. 1 is treated as a success Pengujian Tahap 6	
Test Statistics	
N	175
Cochran's Q	3.405 ^a
df	3
Asymp. Sig.	.333
a. 1 is treated as a success	

Berdasarkan hasil Pengujian pada tahap pertama diperoleh *asympt sig* di bawah 0,05 artinya pada indikator eksternal memperoleh hasil signifikan hal ini membuktikan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah di Kota Batam, hal ini menjawab Hipotesis pertama dalam penelitian ini di terima. Selanjutnya Pada pengujian pada indikator eksternal pada tahap ke enam telah diperoleh nilai *Cochran Q Test* 3.405 dimana nilai ini lebih kecil dari nilai tabel *Chi Square sebesar* 123.23 dan nilai *asympt sig* di atas 0,05, maka pengujian dihentikan. Berdasarkan pengujian terhadap 6 indikator maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah adalah:

- (1) Faktor karakteristik pada indikator:
 - a. Memperhatikan bagi hasil
- (2) Faktor pelayanan dan kepercayaan pada indikator:
 - a. Mampu memberikan kepercayaan dan keyakinan
 - b. Pelayanan cepat, tepat, sesuai dan terpercaya
 - c. Pelayanan yang sopan, ramah
- (3) Faktor pengetahuan
 - a. Mengetahui sistem perbankan syariah
 - b. Mengetahui informasi bank Syariah
 - c. Pengaruh nama dan citra bank

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah terdapat variabel yang dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah antara lain:

- (1) Faktor karakteristik pada indikator:
 - a. Memperhatikan bagi hasil
- (2) Faktor pelayanan dan kepercayaan pada indikator:
 - a. Mampu memberikan kepercayaan dan keyakinan
 - b. Pelayanan cepat, tepat, sesuai dan terpercaya
 - c. Pelayanan yang sopan, ramah
- (3) Faktor pengetahuan
 - a. Mengetahui sistem perbankan syariah
 - b. Mengetahui informasi bank Syariah
 - c. Pengaruh nama dan citra bank

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada RISTEK DIKTI yang telah memberi dukungan finansial dalam pelaksanaan penelitian ini melalui hibah penelitian Dosen Pemula 2018.

Daftar Pustaka

- Ahmad, w., & omar, w. (2016). Perception of non-muslims towards islamic banking revisited : sem approach hafizah abdul rahim. *Mediterranean journal of social science*, 7(1), 139–149. <https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n1p139>
- Ahn, j., & rho, t. (2014). Influence of customer–firm relationships on customer participation in the service industry. *Service business*, 10.
- Alamsyah, h. (2015). Perkembangan dan prospek perbankan syariah indonesia: *ikatan ahli ekonomi islam*, (april 2012), 1–8.
- Bi. (2018). Perkembangan impresif bank syariah. Retrieved July 8, 2018, from www.bi.go.id: http://www.bi.go.id/id/perbankan/edukasi/documents/99b0070d6f65481496d34a9ca4b0f70perkembangan_impresif_ib_perbankan_syariah.pdf
- Bompolis, & boutsouki. (2014). Customer relationship management in the era of social web and social customer: an investigation of customer engagement in the greek retail banking se. *Social and behavior science*, 148.
- Dabholkar. (2014). How to improve perceived service quality by increasing customer participation pratibha. *Proceedings academy of marketing science (ams) annual conference*, 483–484.
- Daulay, r. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan menabung nasabah pada bank mandiri syariah di kota medan. *Jurnal riset akuntansi dan bisnis*, 12(1), 1–15.
- Dong, b., evans, k. R., & zou, s. (2010). The effects of customer participation in co-created service recovery. *Journal of the academy of marketing science*, 36(1).
- Hassan, i., eljelly, & abdullah. (2016). Consumers' attitude towards e-banking services in islamic banks: the case of sudan. *Review of international business and strategy*, 26(2).
- Kasmir. (2014). *Dasar-dasar perbankan* (revisi). Jakarta: raja grafindo persada.
- Kotler. (2012). *Manajemen pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Lujja, s., mohammed, m. O., & hassan, r. (2018). Islamic banking : an exploratory study of public perception in uganda. *Journal of islamic accounting and business research*, 9(3).
- Maski, g. (2010). Analisis keputusan nasabah menabung : pendekatan komponen dan model logistik studi pada bank syariah di malang. *Journal of indonesian applied economics*, 4(1), 43–57.
- Ojk. (2018). Sejarah bank syariah. Retrieved July 10, 2018, from <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/sejarah-perbankan-syariah.aspx>
- Stoner, & charles. (2012). *Perencanaan dan pengambilan keputusan*. Jakarta: rineka cipta.
- Umair riaz, musafar khan, n. K. (2017). An islamic banking perspective on consumers' perception in pakistan. *Qualitative research in financial markets*, 9(4). <https://doi.org/10.1108/qrfm-03-2017-0020>
- Yulianto, f., yuniarinto, a., & surachman. (2010). Analisis pengaruh faktor bauran pemasaran terhadap pertimbangan nasabah dalam memilih bank syariah di kota medan. *Wacana*, 13(4), 537–551.