



**PENGARUH PERSEPSI NASABAH DAN PRODUK TABUNGAN IB HASANAH  
WADIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK BNI SYARIAH  
MADIUN**

<b>Linda Lukiyana Vitri Astuti<sup>1</sup></b> <b>Pendidikan Akuntansi FKIP</b> <b>Universitas PGRI Madiun</b> <b>lindalukiyana@gmail.com</b>	<b>Isharijadi<sup>2</sup></b> <b>Pendidikan Akuntansi FKIP Universitas</b> <b>PGRI Madiun</b> <b>Isharijadi57@gmail.com</b>
<b>Juli Murwani<sup>3</sup></b> <b>Pendidikan Akuntansi FKIP</b> <b>Universitas PGRI Madiun</b> <b>jmurwani@unipma.ac.id</b>	

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan di Bank BNI Syariah Madiun yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi nasabah dan produk tabungan IB Hasanah Wadiah terhadap keputusan menabung di Bank BNI Syariah Madiun. Sementara itu, analisis data dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan memberikan instrument data berupa kuisioner kepada nasabah mempunyai produk tabungan IB Hasanah Wadiah di Bank BNI Syariah Madiun. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dapat diketahui bahwa persepsi nasabah dan produk tabungan IB Hasanah wadiah secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menabung di Madiun. Selanjutnya persepsi nasabah dan produk tabungan IB Hasanah Wadiah secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank BNI Syariah Madiun

Kata Kunci : Persepsi Nasabah; Produk Tabungan; Keputusan Menabung.

**PENDAHULUAN**

Perbankan merupakan lembaga yang berperan dalam pembangunan Negara. Peran yang dimaksud adalah dalam fungsi bank sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*) yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat. Standart akuntansi keuangan memberikan fleksibilitas seorang menejer dalam menentukan metode yang dapat digunakan dalam menyusun laporan keuangan. Kemudahan atau fleksibilitas seorang manejer akan berpengaruh terhadap manajer tersebut dalam menggunakan metode akuntansi untuk mencatat transaksi yang terjadi dalam suatu perusahaan. Metode akuntansi yang dapat digunakan atau diterapkan oleh seorang maanejer bisa metode kehati-hatian atau yang disebut dengan konservatisme akuntansi.

Peranan bank syariah sangat dibutuhkan dalam kebutuhan masyarakat. Karena perbankan syariah merupakan hal yang baru di Indonesia. Dengan semakin banyak masyarakat yang mengetahui konsep bank syariah secara benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku, diharapkan dapat digunakan sebagai kontrol terhadap pelaksanaan perbankan syariah sesuai syariat Islam, sehingga bank syariah akan lebih diminati oleh masyarakat.

Tujuan bank syariah adalah untuk mendorong kemajuan ekonomi masyarakat dengan melakukan kegiatan perbankan, finansial, komersial dan investasi sesuai kaidah syariah. Hal inilah yang membedakan dengan bank konvensional yang tujuan utamanya adalah pencapaian keuntungan setinggi-tingginya (*profit maximization*).



**THE 11th FIPA  
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI  
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP  
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

---

Seperti bank konvensional, bank syariah juga mempunyai peran sebagai lembaga perantara (*intermediary*) antara pihak-pihak yang mengalami kelebihan dana (*surplus unit*) dan pihak yang mengalami kekurangan dana (*deficit unit*). Melalui bank, kelebihan dana tersebut dapat disalurkan kepada pihak-pihak yang memerlukan dan memberikan pinjaman kepada pihak-pihak yang memerlukan dana berdasarkan kemampuan mereka membayar tingkat suku bunga tertentu. Hubungan antara bank dan nasabahnya adalah hubungan antara kreditor dan debitur. Berbeda dengan bank konvensional dan dalam konsepnya, hubungan antara bank syariah dan nasabahnya bukanlah hubungan antara debitur dan kreditor, melainkan hubungan kemitraan antara penyandang dana (*shabib al-maal atau shahibul maal*) dan pengelola dana (*mudharib*). Adanya bank syariah di tengah-tengah perbankan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba.

Pada kenyataan yang sebenarnya terjadi yaitu banyaknya produk perbankan syariah yang belum diketahui oleh masyarakat luas sehingga minat dalam memilih produk-produk bank syariah masih sangat minim. Persepsi masyarakat akan memberikan dampak terhadap kemajuan bank syariah juga akan mendorong masyarakat untuk memilih dan menggunakan produk bank syariah.

Dalam hal ini persepsi masyarakat sangat penting. Karena persepsi adalah, proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia (Schiffman dan Kanuk, 2014:137). Persepsi tentang produk bank syariah adalah tingkat pengetahuan dan pemahaman nasabah tentang produk dan jasa Bank Syariah. Pemilihan produk bank oleh nasabah seringkali didasarkan pada informasi mengenai keuntungan yang akan diperoleh dari produk tersebut.

Al Arif (2012:140) berpendapat bahwa Pengertian umum produk tabungan adalah suatu barang atau benda yang dapat ditawarkan kepada masyarakat atau nasabah untuk mendapatkan perhatian, dipilih, dan digunakan yang dapat memberikan kepuasan sesuai kebutuhan nasabah.

Menurut Fahmi (2016:557) Keputusan Konsumen adalah tindakan konsumen dalam memilih sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. Setiadi (dalam Fahmi 2016:57) mendefinisikan pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengelompokkan pengetahuan untuk memilih dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya.

Masyarakat biasanya hanya mengetahui dan memahami salah satu produk yang ada pada perbankan syariah. Berdasarkan pengamatan, masyarakat lebih memilih produk tabungan IB Hasanah dengan Akad Wadiah. Karena dalam produk tabungan ini mempunyai keunggulan yang lebih menarik minat nasabah dalam memilih produk tersebut. Padahal didalam perbankan syariah mempunyai beberapa produk yang dapat dipilih oleh masyarakat.

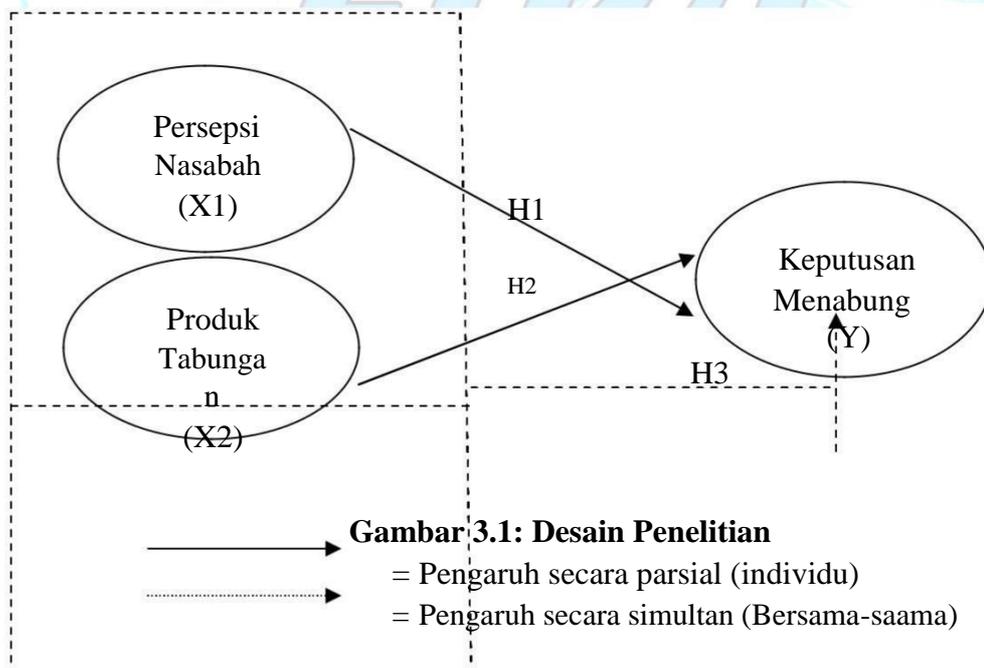
Berdasarkan penelitian terdahulu, menurut Dwi Ana Ratna Utami (2017) melakukan penelitian tentang Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka diperoleh

kesimpulan bahwa pengaruh persepsi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

Penelitian lain menurut Anita Rahmawaty (2014) yang meneliti tentang Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang menyatakan bahwa dari hasil analisis persepsi tentang Bank Syariah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk Bank Syariah, Persepsi tentang produk Bank Syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk Bank Syariah.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang dapat dianalisis dengan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode yang digunakan dalam membuktikan pengaruh antar variabel yang terdapat populasi dan sampel yang digunakan sebagai objek penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi nasabah dan produk tabungan IB Hasanah Wadiah terhadap keputusan menabung di Bank BNI Syariah Madiun. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan Insidental. Dalam Sugiyono (2010:82) Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah nasabah yang memiliki produk tabungan IB Hasanah Wadiah pada Bank BNI Syariah Madiun. Berikut desain penelitian untuk mengetahui pengaruh yang terjadi antara variabel bebas dan variabel terikat



Dari gambar di atas dapat diketahui penelitian ini bertujuan untuk menguji Persepsi nasabah, dan produk tabungan IB Hasanah Wadiah terhadap keputusan menabung. Variable independen dalam penelitian ini yaitu Persepsi Nasabah (X1), Prroduk Tabungan IB Hasanah Wadiah (X2), sedangkan variable dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Menabung. Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa Persepsi nassabah (X1), Produk tabungan IB Hasanah Wadiah (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Menabung (Y) secara parsial (individu) maupun seccara simultan (bersama-sama).

### **TEKNIK ANALISIS DATA**

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif yaitu dengan teknik statistik dengan menggunakan perhitungan SPSS versi 16.00. Metode dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda.

Adapun rumus dari Regresi Linier Berganda yaitu:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y : Keputusan Menabung

A : Koonstanta, yaitu nilai Y jika X1 dan X2 = 0

b1-b2: Koefisien Regresi Variabel

X1: Pengaruh persepsi nasabah

X2 : Produk tabungan IB Hasanah Wadiah

E : *Error*

Sebelum dianalisis variaabel penelitian harus melaukan pengujian terlebih dahulu yaitu dengan menggunakan statiistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum daan generalisasi (Sugiyono, 2010:147).

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu (1) Uji Determinasi R , menurut Ghozali (2013:97) koefisien determinasi (R ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kelemahan menndasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. (2) Uji Parsial (t), menurut Ghozali (2013:98) uji statistiik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. (3) Uji Simultan (F), menurut Ghozali (2013:98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersaama-sama terhadap variabel dependen/terilat.

### **HASIL PENELITIAN DAN**

#### **PEMBAHASAN Hasil Penelitian**

Statistik Deskriptif dilakkukan untuk menunjukkan jumlah data yang digunakan dalam penelitian serta untuk menunjukkan nilai minimum, maksimum, nilai rata-rata serta standar

deviasi dari masing-masing variabel. Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan program SPSS 16.0. Pada bagian ini akan dideskripsikan data masing-masing variabel yang telah diolah dilihat dari nilai rata-rata (mean) dari masing-masing variabel. Data tersebut dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.5  
Statistik Deskriptif

	<b>N</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maksimum</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
Persepsi Nasabah (X1)	300	9	24	17.25	4.222
Produk Tabungan (X2)	300	7	15	10.84	2.243
Keputusan Menabung (Y)	300	8	15	11.45	2.121
Valid N	300				

Sumber:: Hasil data primer yang diolah dengan SPSS

Dari hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa data yang diperoleh berjumlah 300. Nilai minimum yang diperoleh persepsi nasabah (X1) sebesar 9, sedangkan nilai maksimum persepsi nasabah (X1) sebesar 24. Nilai mean persepsi nasabah (X1) sebesar 17.25, sedangkan standar deviasi persepsi nasabah (X1) sebesar 4.222. Nilai minimum yang diperoleh produk tabungan (X2) sebesar 7, sedangkan nilai maksimum produk tabungan (X2) sebesar 15. Nilai mean produk tabungan (X2) sebesar 10.84, sedangkan standar deviasi prooduk tabungan (X2) sebesar 2.243. Standar deviasi produk tabungan (X2) menunjukkan nilai yang lebih rendah dari nilai rata-ratanya sehingga variabel atau perbedaan data menunjukkan hasil yang baik. Nilai minimum yang diperoleh keputusan menabung (Y) sebesar 8, sedangkan nilai maksimum keputusan menabung (Y) sebesar 15. Nilai mean keputusan menabung (Y) sebesar 11.45, sedangkan standar deviasi keputusan menabung (Y) sebesar 2.121. Standar deviasi keputusan menabung (Y) menunjukkan nilai yang lebih rendah dari nilai rata-ratanya sehingga variabel atau perbedaan data menunjukkan hasil yang baik.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2,739 + 0,0499X + 0,733X$$

Konstanta sebesar 2,739 berarti bahwa nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel bebas yaitu persepsi nasabah dan produk tabungan. Koefisien regresi variabel persepsi nasabah (X1) sebesar 0,049 berarti bahwa jika terjadi peningkatan variabel persepsi nasabah sebesar satu-satuan dengan asumsi variabel lain konstan, maka besarnya keputusan menabung akan naik sebesar 0,049. Koefisien regresi variabel produk tabungan (X2) sebesar 0,733 berarti bahwa jika terjadi peningkatan variabel produk tabungan sebesar satu- satuan dengan asumsi vaariabel lain konstan, maka besarnya keputusan menabung akan naik sebesar 0,733.

## **Pembahasan**

### **1. Pengaruh Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Menabung di Bank BNI Syariah Madiun.**

Variabel persepsi nasabah yang mempunyai lima indikator didalamnya yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Indikator persepsi nasabah yaitu Sikap, Motif, Kepentingan, Pengalaman, Pengharapan. Dari beberapa indikator yang ada dalam persepsi nasabah, indikator yang tertinggi yaitu indikator pengharapan dengan pernyataan di dalam kuisioner menabung di Bank BNI Syariah diharapkan dapat memberikan manfaat bagi nasabah dimasa deppan. Dalam hal ini nasabah yang mengambil keputusan menabung di Bank BNI Syariah Madiun berdasarkan indikator peengharapan dapat memberikan manfaat dalam waktu jangka panjang. Kemudian penelitian ini dapat diketahui skor terendah dilihat pada indikator pengalaman dengan pernyataan menabung di Bank BNI Syariahh tidak membantu kebutuhan nasabah. Dallam pernyataan ini menunjukkan bahwa para nasabah yang menabung di Bank BNI Syariah tidak membantu kebutuhan nasabah. Karena setiap nasabah pasti mempunyai maksud dan tujuan tertentu, sehingga tiingkat pengalaman nasabah juga akan berbeda. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, didapatkan bahwa persepsi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputtusan menabung di Bank BNI Syraiah Madiuun. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan yaitu persepsi nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung. Hasil persepsi nasabah yang berpengaruh terhadap minat menabung ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Ana (2017) yang menyatakan bahwa persepsi nasabah berpengaruh terhadap minat menabung.

## **2. Pengaruh Produk Tabungan IB Hasanah Wadiah terhadap Keputusan Menabung di Bank BNI Syariah Madiun.**

Variabel produk tabungan IB Hasanah Wadiah yang mempunyai tiga indikator didalamnya mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Pada produk tabungan IB Hassanah Wadiah terdapat tiga indikator yaitu bersifat simpanan, simpanan bisa diambil kapan saja atau berdasarkan kesepakatan, tidak ada imbalan yang disyaratkan. Dari beberapa indikator yang ada dalam prooduk tabungan IB Hasanah Wadiah indikator yang menunjukkan tertinggi yaitu indikator produk bersifat simpanan. Pernyataan prroduk tabungan yang bersifat simpanan di Bank BNI Syariah dapat dipercaya oleh nasabah untuk menyimpan uangnya di Bank BNI Syariah demi keamanan transaksi nasaabah. Selanjutnya berdasarkan skor terendaah dalam indikator produk tabungan dengann pernyataan produk tabungan di Bank BNI Syariah tidak ada imbalan yang disyaratkan diawal. Hal tersebut menunjukkan bahwa pihak nasabah yang menggunakan produk tabungan IB Hasanah Wadiah dengan beberapa alasan yaitu tidak ada imbalan atau bonus yang diperjanjikan diawal sebab sesuai dengan pendapat nasabah tentang perjanjian diawal pihak Bank akan membeerikan imbalan atau bonus bagi para nasabah yang menggunakan produk tabungan IB Hasanah Wadiah pada waktu tertentu. Jaddi dalam menabung di Bank BNI Syariah imbalan atau bonus tidak diberikan diawal pada saat melakukan transaksi, namun akaan diberikan bonus sesuai kebijakan pihak bank.

## **3. Pengaruh Persepsi Nasaabah dan Produk Tabungan IB Hasanah Wadiah Terhadap Keputusan Menabung di Bank BNI Syariah Madiun.**

Berdasarkan hipotesis diketahui bahwa variabel Y (Keputusan menabung), dipengaruhi oleh persepsi nasabah dan produk tabungan. Variabel keputusan menabung yang mempunyai enam indikator didalamnya memmpunyai pengaruh signifikan. Dari beberapa indikator yang ada dalam keputusan menabung indikator tertinggi yaitu indikator keputusan jenis produk dengan pernyataan dalam kuisisioner saya percaya produk-produk yang ditawarkan Bank BNI Syariah bermanfaat bagi nasabah. Dalam indikator ini nasabah percaya dalam menabung di Bank BNI Syariah dapat memberikan manfaat dalam waktu jangka panjang. Kemudian dalam indikator ini terdapat hasil skor terendah yaitu indikator keputusan waktu pembelian dan indikator keputusan cara pembayaran. Berdasarkan pendapat nasabaah mengenai kedua indikator tersebut dapat diketahui untuk indikator keputusan waktu pembelian dengan pernyataan keputusan m enabung yang saya lakukan tidak sesuai dengan kebutuhan. Hasil ini menunjukkan bahwa banyak nasabah yang menabung di Bank BNI Syariah Madiun tidak didasarkan pada kepentingan atau kebutuhannya, melainkan nasabah memutuskan untuk mennabung di Bank BNI Syariah dengan alasan lain. Sedangkan untuk indikator keputusan dengan pernyataan pada kuisisioner Bank BNI Syariah tidak menyediakan cara pemaayaan dengan mudah sesuai kebutuhan nasabah. Dalam hal ini cara pembayaran menunjukkan bahwa nasabah menganggap prosedur pembayaran yang ada di bank BNI Syaariah cukup rumit dan tidak sesuai dengan kebutuhan nasabah.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh persepsi nasabah dan produk tabungan IB hasanah wadiah terhadap kepputusan menabung di Bank BNI Syariah Madiun dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Hal ini menunjukkan pengaruh persepsi nasabah yang direspon positif oleh keputusan menabung. Dalam penelitian ini persepsi nasabah sudah efektif dan tepat dalam keputusan menabung didukung dengan indikator yang paling tinggi mempengaruhi keputusan menabung adalah indikator pengharapan. Nasabah dalam mengambil keputusan menabung lebih memilih berdasarkan pengharapan pada masing-masing nasabah.
2. Produk Tabungan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Penelitian ini menunjukkan produk tabungan mampu mempengaruhi keputusan menabung di Bank BNI Syariah Madiun. Hal ini menunjukkan produk tabungan yang sudah efektif dan tepat dalam meningkatkan keputusan menabung dengan didukung oleh indikator yang paling tinggi mempengaruhi adalah indikator produk bersifat simpanan. Dengan adanya produk yang bersifat simpanan, nasabah lebih percaya untuk menabung di Bank BNI Syariah Madiun.
3. Keputusan menabung dapat dipengaruhi oleh persepsi nasabah dan produk tabungan. Dalam penelitian ini persepsi nasabah dan produk tabungan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah dan produk tabungan IB Hasanah Wadiah semakin meningkat dan baik sehingga dapat mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di Bank BNI Syariah Madiun.

## **SARAN**

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh persepsi nasabah dan produk tabungan IB hasanah wadiah terhadap keputusan menabung di Bank BNI Syariah Madiun, maka adapun saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya:

1. Bagi Bank BNI Syariah Madiun
  - a. Pihak Bank BNI Syariah Madiun perlu memberikan penjelasan kepada nasabah pada saat melakukan transaksi mengenai produk tabungan yang akan dipilih dan digunakan. Sehingga nasabah akan mengetahui produk-produk apa saja yang ada pada Bank BNI Syariah Madiun serta keunggulan dan manfaat yang dimiliki dari setiap produk berdasarkan tingkat kebutuhan nasabah.
  - b. Selain itu, pihak Bank BNI Syariah Madiun juga memberikan bonus atau imbalan kepada nasabah yang mempunyai produk tabungan IB hasanah wadiah sesuai dengan kebijakan bank.
  - c. Bank BNI Syariah juga harus mempermudah prosedur pembayaran nasabah dalam transaksi sehingga nasabah tidak merasa kesulitan pada saat melakukan transaksi pembayaran.
2. Bagi penelitian-penelitian berikutnya.

Diharapkan pada penelitian-penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel independen lain selain persepsi nasabah dan produk tabungan yang dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan menabung supaya lebih melengkapi penelitian ini karena masih terdapat variabel-variabel lain diluar penelitian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

- Balqiah, T.E dan Setyowardhani, H. (2014). *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Universitas Terbuka.
- Danupranata, G. (2013). *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Januari, Y. (2015). *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Lubis, A.I. (2010). *Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta: Salemba Empat.
- M.Nur Rianto Al Arif. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Nurhayati, S dan Wasilah. (2013). *Akuntansi Syariah Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurhayati, S dan Wasilah. (2016). *Akuntansi Syariah Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Peter, J.P dan Olson, J.C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Priyatno, D. (2011). *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sangadji, E.M dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Schiffman, L.G dan Kanuk. (2014). *Perilaku Konsumen*. Indeks Group Graamedia.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori Kuisisioner dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Umam, K. (2015). *Perbankan Syariah*. Jakarta: PT. Raja Gafindo Persada.
- Usanti, T.P. dan Shomad, A. (2015). *Transaksi Bank Syariah*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Yaya, R, Martawireja, A. E, dan Abdurahim, A. (2013). *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporeer*. Jakarta: Salemba Empat.

Yuniarti, V.S. (2015). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Pustaka Setia.