Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Muslim untuk Memilih Bank Konvensional (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Syariah dan Manajemen Universitas Islam Negeri Sunan Ampel)

*Marisa Antasia Monica, Nurul Imamah, Susi Tri Wahyuni
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya, Indonesia

DOI: 10.46821/bharanomics.v1i2.157

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat Faktor-faktor (Keluarga, Pengetahuan dan Kualitas) dalam Keputusan Nasabah Muslim untuk memilih menjadi nasabah Bank Konvensional (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Syariah dan Manajemen Universitas Islam Sunan Ampel). Penelitian ini menggunakan model korelasi dan uji t. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keputusan Nasabah sebagai dependent variable, sedangkan untuk independent variable adalah Keluarga, Pengetahuan dan Kualitas Produk. Hasil perhitungan korelasi dan uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa independent variable Keluarga dan Pengetahuan berpengaruh terhadap dependent variable sedangkan independent variabel Kualitas Produk tidak mempunyai pengaruh terhadap dependent variable.

Kata kunci: Keluarga, Pengetahuan, Kualitas Produk, Keputusan Nasabah

Abstract:

This study aims to look at factors (Family, Knowledge and Quality) in the decision of Muslim Customers to choose to become customers of Conventional Banks (Study of Faculty of Islamic Economics and SunanAmpel University Students). This study uses a correlation model and t test. The variable used in this study is the Customer Decision as the dependent variable, while the independent variable is Family, Knowledge and Product Quality. The results of the calculation of correlation and t-test in this study indicate that the Family and Knowledge independent variables influence the dependent variable while the independent variable Product Quality has no effect on the dependent variable.

Keywords: Family, Knowledge, Product Quality, Customer Decision

PENDAHULUAN

Di zaman serba modern dan canggih ini setiap manusia dituntut untuk dapat hidup maju mengikuti perkembangan zaman. Kebutuhan manusia yang semakin beragam dan bertambah banyak menuntut manusia untuk bekerja keras memenuhinya. Perkembangan dunia perbankan terus mengalami kemajuan yang signifikan.

Sedangkan pada sisi lain, penjual harus memberikan kualitas produk yang dapat diterimanya. Jika tidak, nasabah akan beralih ke produk pesaing (Sutanto dan Umam, 2013: 274). Hal ini berlaku bagi perbankan syariah yang hadir dalam persaingan dunia perbankan dengan perbankan konvensional. Dapat di artikan nasabah muslim adalah konsumen bank yang berorientasi hukum islam walaupun beragamaan non muslim.

Keluarga adalah lingkungan kecil dan paling dekat dengan konsumen. Interaksi yang terjadi di dalam keluarga tentu sangatlah sering terjadi dalam kesehariannya. Anggota keluarga akan saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian produk dan jasa (Sumarwan, 2011: 13).

Menurut Suwarman Pengetahuan Konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Menurut Setiadi Pengetahuan Konsumen merupakan pengetahuan hasil belajar yang didefinisikan secara sederhana sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan.

Kualitas Produk (Product Quality) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program "Total Quality Manajemen (TQM)". Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai konsumen.

Bank syariah berkembang seiring dengan sistem perbankan yang ada di Indonesia secara umum. Sistem perbankan syariah diatur dalam undang-undang No. 10 tahun 1998 dimana bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, kehadiran bank yang berdasarkan syariah masih relatif baru jika dibandingkan dengan lahirnya bank konvensional. Sangat jelas disini bahwa masyarakat muslim merupakan pangsa pasar yang sangat potensial bagi bank syariah.

Konvensional berasal dari kata convention (konvensi, pertemuan), jadi bank konvensional adalah bank yang mekanisme operasinya berdasarkan sistem yang disepakati bersama dalam suatu konvensi. Menurut undang-undang nomor 10 Tahun 1998 bank konvensional adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

TINJAUAN PUSTAKA

Bank Konvensional

Bank konvensional adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran secara umum berdasarkan prosedur dan ketentuan yang telah ditetapkan. Martono (2002)

Keluarga

Keluarga adalah unit terkecil dari masyarakat yang terdiri dari kepala keluarga dan beberapa orang yang berkumpul dan tinggal di suatu tempat dibawah suatu atap dalam keadaan saling ketergantungan. Saling mempengaruhi didalam kehidupan sehari-hari dari kebiasanya konsumsi keluarga, pekerjaan dan pengetahuan keluarga. Effendy (2015)

Pengetahuan

Pengetahuan adalah informasi atau maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang. Pengetahuan termasuk, tetapi tidak dibatasi pada deskripsi, hipotesis, konsep, teori, prinsip dan prosedur yang secara Probabilitas Bayesian adalah benar atau berguna. Menurut Mowen dan Engel yang dikutip oleh Sumarwan (2011) definisi pengetahuan konsumen adalah tingkah informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut, dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

Kualitas Produk

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong, (2008), kualitas produk (product quality) merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan.

Keputusan Nasabah

Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final. Keluarannya bisa berupa suatu tindakan (aksi) atau suatu opini terhadap pilihan. Schiffman dan Kanuk (2007) bahwa keputusan adalah suatu pemilihan tindakan dari dua pilihan alternatif. Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah serta ditinjau dari pustaka, maka terlebih dahulu kerangka proses berpikir yang diperoleh dari hasil studi teoritis dan hasil studi empiris. Agar konsep yang di gunakan dapat diukur serta menghindari adanya kesalahpahaman dan juga penafsiran makna yang berbeda maka konsep itu harus diberi definisi dan konsep variabel, sedangkan variabel-variabel yang diamati dalam Alat pengukuran data yang digunakan untuk mengukur data-data yang akan dianalisis dari hasil survey/penelitian langsung melalui kuesioner adalah menggunakan skala likert yaitu metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju dan tidaksetujuannya terhadap subyek, obyek atau kejadian tertentu. Angka penilaiannya ada lima (5) butir yang menyatakan urutan sangat setuju sampai sangat tidak setuju (Indriantoro, 2006:104).

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang secara umum terbagi dua yaitu probability sampling dan non probability sampling.

Menurut Sugiono (2017:82) “probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Probability sampling terdiri dari simple random sampling, proportionate stratified random sampling, disproportionate stratified random, sampling area (cluster) sampling. Pada penelitian ini peneliti menggunakan simple random sampling, kemudian menurut Sugiyono (2017:82) Simple Random Sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Lokasi dari pengambilan data penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Jl. Ahmad Yani No.117, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Kota SBY, Jawa Timur 60237. Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai 4 - 11 November 2019 untuk melakukan survey lapangan dan pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti.

Prosedur Pengambilan Data

Jenis data yang dipakai didalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang diberi. Sumber Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari lokasi penelitian yaitu Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Pengumpulan data ini dilakukan melalui sebaran kuesioner.

Teknik pengumpulan data merupakan bagian dari form pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik kesimpulan. Dalam rangka mendapat data dan informasi untuk penyusunan penelitian, teknik pengumpulan data.

Angket (kuesioner) Kuesioner menurut (Narbuko dan Achmadi, 2012:76) kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung.

Pengujian Data

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang

banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar.

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Regresi linier berganda, menurut Sugiyono (2014:277) bahwa: “Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2”. Analisis ini digunakan setelah hasil pengujian menunjukkan skala interval. Persamaan regresi linier berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen.

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas (independen) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t mempunyai nilai signifikansi $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik t adalah jika nilai signifikansi t (p-value) $< 0,05$, maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual dan signifikan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada akhir dekade 1950, beberapa tokoh masyarakat Muslim Jawa Timur mengajukan gagasan untuk mendirikan perguruan tinggi agama Islam yang bernaung pada Departemen Agama. Untuk mewujudkan gagasan tersebut, mereka menyelenggarakan pertemuan di Jombang pada tahun 1961. Dalam pertemuan itu, Profesor Soenarjo, yang pada masa selanjutnya menjadi rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Deskripsi Responden Sampel yang di ambil sebanyak 82 mahasiswa/i Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Terdiri dari 52 Mahasiswi dan 30 Mahasiswa yang menjadi nasabah Bank Kovenisional.

Data dan Diskripsi Hasil Penelitian

Uji Normalitas

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian normalitas sebagai berikut.

H0: Data berdistribusi normal

H1: Data tidak berdistribusi normal

Tabel 1
Hasil Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.08488667
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.041
	Negative	-.045
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 2
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
X1	-0.206	Tidak Reliabel
X2	0.288	Reliabel rendah
X3	0.088	Reliabel sangat rendah
Y1	0.090	Reliabel sangat rendah

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, Nilai Sig. pada kolom Kolmogorov-Smirnov, nilainya 0.200 lebih dari 0.05, maka H0 diterima dan data berdistribusi Normal.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang dilakukan pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah item-item kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten.

Berdasarkan kategori nilai Cronbach's Alpha dan output SPSS, dengan nilai Cronbach's Alpha dari variabel X1 sebesar -0.206. Nilai negative disebabkan oleh rata-rata kovarian yang negative diantara item-item kuesioner X1 (Berdasarkan item jawaban responden) maka reliabilitas kuesioner dari variabel keluarga (X1) yang dibuat termasuk pada kategori Tidak Reliabilitas. Nilai Cronbach's Alpha dari variabel X2 sebesar 0.288, maka reliabilitas kuesioner dari variabel pengetahuan (X2) yang dibuat termasuk pada kategori Reliabilitas Rendah. Nilai Cronbach's Alpha dari variabel X3 sebesar 0.088, maka reliabilitas kuesioner dari variabel Kualitas produk (X3) yang dibuat termasuk pada kategori Reliabilitas sangat rendah. Nilai Cronbach's Alpha dari variabel Y1 sebesar 0.09, maka reliabilitas kuesioner dari variabel keputusan nasabah muslim dalam memilih Bank Konvensional (Y1) yang dibuat termasuk pada kategori Reliabilitas Sangat Rendah

Uji Validitas

Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas pada kuesioner untuk mengetahui apakah atribut dapat mengukur aspek yang sama.

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian validitas sebagai berikut.

H0: Atribut tidak mengukur aspek yang sama (kuesioner tidak valid)

H1: Atribut mengukur aspek yang sama (kuesioner valid)

Tabel 3
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Correlation Coefficient	p-value	Kesimpulan
X1.1	0.278*	0.011	Valid
X1.2	0.457**	0.000	Valid
X1.3	0.579**	0.000	Valid
X1.4	0.503**	0.000	Valid
X1.5	0.102	0.364	Tidak Valid
X2.1	0.385**	0.000	Valid
X2.2	0.451**	0.000	Valid
X2.3	0.636**	0.000	Valid
X2.4	0.370**	0.001	Valid
X2.5	0.330**	0.002	Valid
X2.6	0.623**	0.000	Valid
X3.1	0.493**	0.000	Valid
X3.2	0.457**	0.000	Valid
X3.3	0.501**	0.000	Valid
X3.4	0.320**	0.003	Valid
X3.5	0.486**	0.000	Valid
X3.6	0.281*	0.011	Valid
Y1.1	0.551**	0.000	Valid
Y1.2	0.387**	0.000	Valid
Y1.3	0.585**	0.000	Valid
Y1.4	0.488**	0.000	Valid
Y1.5	0.373**	0.001	Valid

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 4
Hasil Anova
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	55.291	3	18.430	4.083	.010 ^b
Residual	352.087	78	4.514		
Total	407.378	81			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 5
Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.368 ^a	.136	.102	2.12460

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan output diatas, nilai p-value dari indikator kuesioner X1.5 adalah 0.364 (> 0.05) sehingga kuesioner X1.5 tidak valid sehingga harus dikeluarkan dari model. Pada indikator lainnya selain X1.5, karena semua nilai p-value < 0.05 maka semua kuesioner dinyatakan valid.

Nilai R square yang diperoleh sebesar 0.368 atau 36.8% artinya kontribusi yang diberikan X1, X2, X3 terhadap Y1 adalah sebesar 36.8% sedangkan sisanya merupakan kontribusi dari variabel lain diluar model.

- Analisis pengaruh X1 terhadap Y : Nilai signifikan X1 sebesar 0.027, nilai sig. < 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keluarga berpengaruh terhadap keputusan nasabah muslim dalam memilih Bank Konvensional.
- Analisis pengaruh X2 terhadap Y : Nilai signifikan X2 sebesar 0.021, nilai sig. < 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah muslim dalam memilih Bank Konvensional.
- Analisis pengaruh X3 terhadap Y : Nilai signifikan X2 sebesar 0.741, nilai sig. > 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah muslim dalam memilih Bank Konvensional.

Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan, maka variabel keluarga dan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih menjadi nasabah Bank Konvensional di bandingkan variabel kualitas produk yang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih menjadi nasabah Bank Konvensional.

Tabel 6
Hasil Pengujian Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.774	3.974		2.711	.008
	X1	.219	.097	.239	2.254	.027
	X2	.256	.108	.251	2.365	.021
	X3	-.039	.117	-.035	-.332	.741

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data Diolah, 2020

Hasil diatas tersebut sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abhimantra (2012) yang menyatakan bahwa variabel keluarga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil diatas tersebut tidak sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yatie (2017) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk justru berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil diatas tersebut sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nisak (2013) yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil diatas tersebut sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gohzali Maski (2010) yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil diatas tersebut sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gampu (2015) yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

SIMPULAN

Hipotesis pertama yaitu, Bahwa variabel keluarga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah muslim dalam memilih Bank Konvensional. Hipotesis ini terbukti berdasarkan Uji t yang menyatakan bahwa variabel keluarga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional. Hipotesis kedua yaitu, Bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah muslim dalam memilih Bank Konvensional. Hipotesis ini terbukti berdasarkan Uji t yang menyatakan bahwa variabel keluarga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional. Hipotesis tiga yaitu, Bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah muslim dalam memilih Bank Konvensional. Hipotesis ini terbukti berdasarkan Uji t yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra. 2017. *Penelitian budaya dan keluarga terhadap minat menabung nasabah di bank syariah*. Universitas Udayana, 2017
- Gampu. 2015. Analisis variabel bebas motivasi, persepsi dan pengetahuan terhadap menabung di Bank Sulugo cabang utama manado. *Universitas Sam Ratulangi: Jurnal EMBA*.
- Nisak. 2013. Analisis keputusan menabung di Bank Syariah semarang. *Economic Education and Entrepreneurship Journal* 2 (2), 63-73. 2013
- Effendy. 2005. Humas membangun citra dengan komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung
- Fandy Tjiptono. 2008. *Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Gaffar. 2014. *Model pembelajaran kreatif pendidikan kewarganegaraan teori dan aplikasi*. Bandung: Pustaka Aura Semesta.
- George R. Terry. 2005:135. *Keputusan Konsumen*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Ghozali, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Edisi ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Darmodar, 2003. *Ekonometri Dasar*, Terjemahan: Sumarno Zain, Jakarta: Erlangga.
- <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-normalitas.html>
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara
- Lamb, Hair dan Mc Daniel. 2011. *Pemasaran*. Jakarta. Swasta Dharmmensta
- Maski, Ghozali. 2017. *Analisis keputusan nasabah menabung pada Bak Syariah di malang*. Universitas Brawijaya. 2017
- Martomo. 2012. *Manajemen Keuangan*”, Edisi Pertama. Yogyakarta : Ekonosia.
- Orville, Larreche, dan Boyd. 2005. *Marketing Management*. Eighth Edition Jakarta.
- Prajudi Atmosudirjo. 2004. *Pengambilan Keputusan*. Jakarta. Ghalia.
- Rose. 1995. *Keberadaan Sektor faktor-faktor*. Yogyakarta. Gama Mulia.
- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka. Utama, Jakarta.

Siagian, Sondang. P. 2005. *Kiat Meningkatkan Produktivitas*. Jakarta. Rekina Cipta.

Soekarto, Soerjono. 1989. *Departemen Pendidikan dan Kebudayaan*. Jakarta: Balai Pustaka.

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor.

Sutanto, Umam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: PT. Pustaka Setia.

Yatie. 2017. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung*. Universitas Airlangga Surabaya, 2017