
**PENGARUH PROMOSI, PENERAPAN PRINSIP SYARIAH, DAN BAGI HASIL TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI BANK BNI SYARIAH CABANG PASURUAN**

Efi Endang Dwi Setyo Rini
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol
efieds@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi, penerapan prinsip syariah, bagi hasil terhadap keputusan manjadi nasabah Bank BNI Syariah Cabang Pasuruan. Untuk variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan menjadi nasabah. Untuk variabel independen (X) meliputi, promosi (X1), penerapan prinsip syariah (X2), dan bagi hasil (X3). Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda, uji asumsi klasik, Uji signifikansi dan uji ketepatan model. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan berdasarkan uji t, variabel promosi (X1), penerapan prinsip syariah (X2), bagi hasil (X3) memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah (Y).

Kata kunci: Keputusan Menjadi Nasabah, Promosi, Penerapan Prinsip Syariah, bagi hasil

Abstract. This study aims to test the influence of promotion, the application of the syariah principle, a share of the revenue of the decision of the bank customers being at rest for the planned syariah bank the branch of pasuruan. To the dependent variable for (y) in this research is a decision take the. To the independent variable (x) covers, promotion (x1), the principle of syariah (x2), and a share of the revenue (x3). Sample used as many as 100 people with the sample collection uses the method random sampling. The quantitative methods was used in the study. Data analysis in this research using analysis linear regression and the worship of idols, classical test, the accuracy of a model test and test it significance.

Of the result of this research it can be concluded based on the t, variable promotion (x1), the principle of syariah (x2), a share of the revenue (x3) having the influence of the decision take the (y).

Key words: the decision of take the, promotion, the application of the syariah principle, a share of the revenue.

Keywords: Decision to Become a Customer, Promotion, Implementation of Sharia Principles, profit sharing

PENDAHULUAN

Pada perekonomian suatu Negara, peranan bank begitu penting bagi kegiatan ekonomi, dapat dikatakan bahwa bank sebagai darahnya perekonomian suatu Negara. Oleh karena itu kemajuan suatu bank di suatu Negara dapat dijadikan ukuran kemajuan Negara yang

bersangkutan. Semakin maju suatu Negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan Negara tersebut.¹

Saat ini perbankan Syariah perkembangannya pesat sejak disahkan Undang-Undang Perbankan No.7 tahun 1992 sebagaimana telah diubah Undang Undang No. 10 Tahun 1998 mengenai Perbankan Syariah dimana bank memiliki peluang besar dalam mengembangkan industri perbankan syariah. Dilirik dari hal tersebut banyak perbankan konvensional mulai menjalankan dual banking sistem. Dalam sistem perbankan ganda ini, kedua sistem perbankan secara bersama-sama memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dan jasa perbankan, serta mendukung pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.²

Jumlah bank syariah saat ini mencapai 12 akan tetapi jumlah tersebut berubah signifikan dari tahun 2009-2010 sebanyak 5 bank, hal ini dikarenakan banyak bank yang mulai menjalankan dual banking sistem. Dilihat dari tabel bank Muamalat yang merupakan bank syariah pertama di Indonesia bersaing dengan bank syariah yang lainnya terutama bank syariah Mandiri.

Dari tahun ke tahun, bank syariah menerima pembukaan rekening untuk menghimpun dana dari masyarakat. Pada bagian dana pihak ketiga jumlah paling banyak atas pembukaan rekening adalah pada bagian tabungan serta jumlah dana yang dihitung terbanyak adalah tabungan berakad mudharabah.

Konsep tabungan di perbankan syariah sangat berbeda dengan tabungan di perbankan konvensional perbedaan ini terjadi karena perbankan syariah tidak mengenal suku bunga tertentu yang dijanjikan. Yang ada adalah nisbah atau persentase bagi hasil pada tabungan mudharabah dan bonus pada tabungan wadiah (Wirosa, 2011:153). Dengan nisbah bagi hasil yang tinggi masyarakat akan tertarik untuk menitipkan dananya pada bank dengan harapan mendapatkan imbalan yang diterima oleh kedua pihak baik pihak bank maupun nasabah. Namun, bukan hanya besaran bagi hasilnya saja yang membuat nasabah tertarik tetapi ketentuan dalam pembagian bagi hasil juga yang membuat nasabah yang memiliki dana untuk menyimpan dananya pada bank syariah.³

Karena sifatnya yang berdasarkan prinsip syariah, maka produk-produk bank syariah berbeda dengan perbankan konvensional, yakni adanya larangan memakai sistem bunga

¹ Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002, hal. 2

² Zainal Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Tangerang: Azkia Publisher, hal. 37

³ Abdul Ghofur Ansori, *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Ugm Press, 2011, hal. 90

bank yang dikategorikan sebagai riba, larangan melakukan transaksi yang mengandung unsur maisyir (judi), gharar (ketidak pastian), dan bathil. Sebagai gantinya digunakan sistem bagi hasil. Secara garis besar kegiatan operasional bank syariah terbagi menjadi 3 kategori, yaitu:

- a. Kegiatan penghimpunan dana (Funding)
- b. Kegiatan penyaluran dana (Lending)
- c. Jasa Bank

Promosi, Prinsip Syariah dan Bagi hasil yang berbeda menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah untuk memutuskan menjadi anggota pada lembaga keuangan yang diinginkan. Keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dua atau lebih pemilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternative.⁴ Banyaknya macam bank syariah dan produk tabungan *mudharabah* yang ditawarkan menjadikan banyak alternatif. Jika konsumen telah memutuskan alternatif yang akan dipilih dan mungkin penggantinya jika diperlukan, maka ia akan melakukan pembelian.

METODE

A. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini teknik pengam-bilan sampel dilakukan dengan meng-gunakan teknik *purposive sampling*. Pengambilan sampel secara *purpo-sive sampling* didasarkan pada suatu pertimbangan tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan ciri atau si-fat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 anggota kelompok pengujian di Pasuruan yang menjadi nasabah bank BNI syariah.

Dalam penelitian ini data dan sumber data yang digunakan, yaitu data primer un-tuk menggali informasi langsung dari res-ponden. Teknik pengumpulan data yang di-gunakan dalam penelitian adalah dengan metode kuesioner yaitu memberikan daftar pertanyaan terstruktur yang disesuaikan de-ngan materi penelitian untuk diisi oleh res-ponden, yang kemudian jawaban dari res-ponden dianalisis. Skala yang digunakan a-dalah Skala *Likert*.

B. Metode Analisis Data

⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.2011, hal. 377

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda karena penelitian ini dirancang untuk meneliti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan demikian model analisis dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Level pengujian menggunakan *alpha*

(α) 5% dan pengolahan dengan *software* SPSS versi 22.

C. Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian:

Apabila $\text{sig } t \leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima pada ($\alpha = 0,05$).

Apabila $\text{sig } t > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak pada ($\alpha = 0,05$).

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Pengertian Keputusan Menjadi Nasabah

Keputusan adalah perihal yang berkaitan dengan putusan, segala putusan yang telah ditetapkan. Menabung adalah menyimpan uang (di celengan, pos, dsb). (Kamus Besar: 656).

Nasabah adalah pengguna jasa bank yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain. Nasabah adalah raja maka raja adalah produsen yang memiliki prinsip *holistic marketing* harus memerhatikan hak-hak konsumen.⁵

Ummat Islam dianjurkan untuk memperhatikan yang akan dilakukan hari esok salah satunya dengan menabung. Bukan saja memperhatikan kehidupan akhirat namun juga memperhatikan kehidupan dunia. Investasi akhirat dan dunia nampaknya menjadi suatu hal yang wajib bagi orang yang beriman kepada Allah dengan selalu Taqwa kepada-Nya.

Niat menjadi nasabah terlihat dari sikap nasabah terhadap produk dan keyakinan nasabah terhadap kualitas produk. Semakin rendah keyakinan nasabah terhadap suatu produk akan menyebabkan menurunnya niat menjadi nasabah. Produk dan jasa diterima atau ditolak berdasarkan sejauh mana keduanya dianggap relevan dengan kebutuhan dan gaya hidup.⁶

⁵ Vinna Sri Yuniarti, *Prilaku Konsumen Teori dan Praktik*, Bandung: Pustaka Setia, 2015, hal. 46

⁶ James F Engel dkk, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Binarupa Aksara, 1994, hal. 9

B. Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.⁷ Menurut Indriyo promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan dan menjadi senang lalu membeli produk tersebut.⁸ Pada bagian promosi peran komunikasi menjadi penting karena komunikasi merupakan pertukaran informasi antar pembeli dan penjual, pertukaran informasi sangat penting bagi peningkatan hubungan pemasaran, hal ini karena informasi akan memberikan kesadaran dan pengertian diantara pembeli dan penjual, uang pada akhirnya akan memberikan kepuasan dan hubungan saling menguntungkan.⁹ Keberhasilan promosi sendiri ada 2 faktor yaitu pemilihan media promosi yang tepat serta perumusan pesan yang persuasif.

C. Penerapan Prinsip Syariah

Penerapan adalah hal terkait dengan praktek atau pelaksanaan sedangkan prinsip adalah suatu pernyataan fundamental atau kebenaran umum maupun individual yang dijadikan oleh seseorang/kelompok sebagai sebuah pedoman untuk berfikir atau bertindak. Kata syariah berasal dari kata *syara'a al-syai'a* yang berarti menerangkan atau menjelaskan sesuatu. Atau berasal dari kata *syir'ah* dan *syari'ah* yang berarti suatu tempat yang dijadikan sarana untuk mengambil air secara langsung sehingga orang yang mengambilnya tidak memerlukan bantuan alat lain.¹⁰ Syariat memuat ketetapan-ketetapan Allah dan ketentuan Rasul-Nya baik berupa larangan maupun berupa perintah, meliputi seluruh aspek hidup dan kehidupan manusia.¹¹

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian Bab 1 Pasal 1, prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perasuransian berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki

⁷ Fajar Laksana, Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012, hal. 33

⁸ Gitosudarmo Indriyo, Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: BPFE, 2012, hal. 237

⁹ Selnes, 2012, *An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty*, *European Journal of Marketing*, hal. 310

¹⁰ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka, 2008, hal. 25

¹¹ Mohammad Daud Ali, *Hukum Islam : pengantar ilmu hukum dan tata hukum Islam di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014, hal. 46

kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.

Berdasarkan pengertian penerapan prinsip-prinsip syariah di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian syariah adalah segala apa yang disyariatkan oleh Allah SWT, baik dengan Al-Qur'an maupun dengan Al-Hadits, ataupun yang dapat melengkapi semua dasar-dasar agama, akhlaq, hubungan manusia dengan manusia, bahkan meliputi juga apa yang menjadi tujuan hidup dan kehidupan manusia untuk keselamatan dunia dan akhirat.

D. Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, maksudnya adalah bank yang dalam operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam. Falsafah dasar beroperasinya bank syariah yang menjiwai seluruh hubungan transaksinya adalah efisiensi, keadilan, dan kebersamaan.

Pengertian bank syariah menurut Ali "ialah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum islam".¹²

E. Bagi Hasil

Menurut Antonio, bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*Mudharib*).¹³

Muhammad menjelaskan pelarangan riba dalam Islam adalah suatu penolakan terhadap timbulnya risiko finansial tambahan yang ditetapkan dalam transaksi uang atau modal maupun jual beli yang dibebankan kepada satu pihak saja sedangkan pihak yang lain dijamin keuntungannya. Hal ini mengindikasikan perbankan Syariah menganut sistem bagi hasil dalam proses kegiatannya dan mengharamkan bunga karena mengandung unsur riba.¹⁴

Distribusi pembagian hasil usaha bank syariah dengan nasabah penghimpunan

¹² Zauddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009, hal.1

¹³ Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2013, hal. 90.

¹⁴ Muhammad Syahrur, *Prinsip dan Dasar Hermeneutika Hukum Islam Kontemporer (Terjemahan)*, Yogyakarta: eLSAQ Press, 2012, hal. 121

dana hanya didasarkan pada akad *mudharabah*, pembagian hasil usaha dilakukan berdasarkan pada nisbah yang disepakati pada awal akad.¹⁵

Berdasarkan uraian di atas dapat di-rumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BNI Syariah Cabang Pasuruan.

H2: Penerapan Prinsip Syariah berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BNI Syariah Cabang Pasuruan.

H3: Bagi Hasil berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BNI Syariah Cabang Pasuruan.

H4: Promosi, Penerapan Prinsip Syariah dan Bagi Hasil secara si-multan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BNI Syariah Cabang Pasuruan.

F. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa variabel promosi (X1), penerapan prinsip syariah (X2), bagi hasil (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan BNI syariah (Y). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Morgan dan Hunt (2010), yang mengemukakan bahwa promosi merupakan elemen penting yang mempengaruhi tingkat keputusan menjadi nasabah. Promosi terhadap penyedia jasa akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah terhadap penyedia jasa, semakin tinggi tingkat promosi terhadap penyedia jasa maka semakin tinggi pula tingkat keputusan menjadi nasabah yang mereka miliki.

Variabel penerapan prinsip syariah (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah menggunakan perbankan BNI syariah (Y). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Bloemer (2010), yang menyimpulkan bahwa variabel penerapan prinsip syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, artinya seorang nasabah bank akan merasa puas setelah melakukan transaksi melalui bank dan akan menimbulkan keinginan untuk menggunakan layanan tersebut dikemudian hari.

Variabel bagi hasil (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah menggunakan perbankan BNI syariah (Y). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Bloemer (2010), yang menyimpulkan bahwa variabel bagi hasil

¹⁵ Wiroso, Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah, Jakarta: ebook, 2013, hal. 89

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, artinya seorang nasabah bank akan merasa puas setelah mengetahui tentang bagi hasil dan melakukan transaksi melalui bank yang akan menimbulkan keinginan untuk menggunakan layanan tersebut dikemudian hari.

Ketiga variabel independen promosi (X1), penerapan prinsip syariah (X2) dan bagi hasil (X3) secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi berganda menunjukkan bahwa koefisien F hitung sebesar 28,646. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara promosi, penerapan prinsip syariah dan bagi hasil secara simultan menunjukkan hubungan yang positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen terdapat nilai *sig F* sebesar 0,000 yang berarti *p value* < 0,05.

G. Hasil Analisis

Hasil pengujian terhadap model regresi berganda terhadap variabel promosi (X1), penerapan prinsip syariah (X2), bagi hasil (X₃) yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah Bank BNI syariah (Y) dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Regresi Faktor-Faktor Mempengaruhi Loyalitas Nasabah.

Variabel Independen	Koefisien Regresi	t- hitung
Konstanta	0,191	0.115
Promosi	0.061	2.026
Penerapan Prinsip Syariah	0.220	2.373
Bagi Hasil	0,332	4.038
F hitung	28,646	
<i>Sig. F</i>	0,000	
<i>Adjusted R2</i>	0,528	

Dengan memperhatikan model regresi dan hasil regresi linear berganda maka didapatkan persamaan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah nasabah sebagai berikut:

$$Y = 0,191 + 0,061 X_1 + 0,220 X_2 + 0,332 X_3$$

Dari hasil perhitungan data yang telah dilakukan, maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa promosi (X1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan

menjadi nasabah dengan koefisien regresi sebesar 0,061. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara promosi dan keputusan menjadi nasabah menunjukkan hubungan yang positif. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel promosi (X1) terdapat nilai *sig t* sebesar 0,000 yang berarti *p value* < 0,05. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dalam menggunakan perbankan syariah dapat terbukti.

Hipotesis kedua menyatakan bahwa penerapan prinsip syariah (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan koefisien regresi sebesar 0,220. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara penerapan prinsip syariah dan keputusan menjadi nasabah menunjukkan hubungan yang positif. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel penerapan prinsip syariah (X2) terdapat nilai *sig t* sebesar 0,000 yang berarti *p value* < 0,05. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel penerapan prinsip syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dalam menggunakan perbankan BNI syariah dapat terbukti.

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa Bagi Hasil (X3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan koefisien regresi sebesar 0,332. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara bagi hasil dan keputusan menjadi nasabah menunjukkan hubungan yang positif. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel bagi hasil (X3) terdapat nilai *sig t* sebesar 0,000 yang berarti *p value* < 0,05. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dalam menggunakan perbankan BNI syariah dapat terbukti.

Hipotesis keempat menyatakan bahwa promosi (X1), penerapan prinsip syariah (X2) dan bagi hasil (X3) secara simultan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan menjadi nasabah (Y). Hasil uji regresi berganda menunjukkan bahwa koefisien F hitung sebesar 28,646. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara promosi, penerapan prinsip syariah dan bagi hasil secara simultan menunjukkan hubungan yang positif terhadap keputusan menjadi nasabah.

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen terdapat nilai *sig F* sebesar 0,000 yang berarti *p value* < 0,05. Dengan demikian

hipotesis keempat yang menyatakan bahwa promosi, penerapan prinsip syariah dan bagi hasil secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan BNI *syariah* dapat terbukti.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa promosi, penerapan prinsip syariah dan bagi hasil baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan BNI *syariah*. Adapun sumbangan efektif ketiga variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 52,8 % dan sisanya 47,2 % yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Saran

Bagi manajemen bank BNI *syariah*, hendaknya melakukan survei berkala mengenai bagaimana keputusan menjadi nasabah. Selain itu juga meningkatkan promosi melalui peningkatan kemampuan karyawan bank dalam komunikasi bagi hasil dengan nasabah guna meningkatkan kualitas pelayanan yang akan berdampak pada keputusan menjadi nasabah dan loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Mohammad Daud 2014. *Hukum Islam : pengantar ilmu hukum dan tata hukum Islam di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ali, Zanuddin. 2009. *Hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Ansori, Abdul Ghofur. 2011. *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Ugm Press.
- Antonio, 2013. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Arifin, Zainal. 2012, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Tangerang: Azkia Publisher.
- Engel, James F. 1994. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Binarupa Aksara.
- Indriyo, Gitosudarmo 2012. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPF.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2008. *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka.
- Kasmir. 2002. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Laksana, Fajar 2012. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Selnes, 2012, *An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty*”, *European Journal of Marketing*.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Prilaku Konsumen Teori dan Praktik*, Bandung: Pustaka Setia.
- Syahrur, Muhammad. 2012. *Prinsip dan Dasar Hermeneutika Hukum Islam Kontemporer (Terjemahan)*, Yogyakarta: eLSAQ Press.
- Wirosa, 2013. *Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: ebook.