

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MASYARAKAT DALAM MENGAJUKAN PEMBIAYAAN  
MURABAHAH (STUDI KASUS BANK JABAR BANTEN  
SYARIAH KCP BUMI SERPONG DAMAI)**



**SKRIPSI**

**Disusun untuk Melengkapi Syarat-syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi ( S.E )**

**Oleh :**

**AIDA HAYATI**

**NIM : 1607025080**

**NIMKO : 3954020216079**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA  
TAHUN 2020 M / 1442 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul “ **Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Mengajukan Pembiayaan Murabahah Studi Kasus Bank Jabar Banten Syariah KCP Bumi Serpong Damai**” merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa karya ini merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka penulis akan menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.

Jakarta, 23 Oktober 2020

Peneliti,



### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “ **Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Mengajukan Pembiayaan Murabahah Studi Kasus Bank Jabar Banten Syariah KCP Bumi Serpong Damai**” ditulis oleh Aida Hayati, NIM : 1607025080, NIMKO 3954020216079, telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

Pembimbing



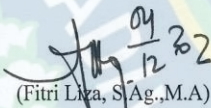
**Dr. Rita Yuni Mulyanti, MM**

### PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “ Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Mengajukan Pembiayaan Murabahah Studi Kasus Bank Jabar Banten Syariah KCP Bumi Serpong Damai” ditulis oleh Aida Hayati, NIM : 1607025080, NIMKO 3954020216079, telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,

  
(Fitri Liza, S.Ag.,M.A)

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Fitri Liza, S.Ag.,M.A</u> Ketua		<u>01/12/2020</u>
<u>Dr. Ai Fatimah Nur Fuad, Ph.D</u> Sekretaris		<u>4/12/2020</u>
<u>Dr. Rita Yuni Mulyanti M.M</u> Anggota/ Pembimbing		<u>3/12/2020</u>
<u>Rahmat Dahlan, SE.L., M.Si.</u> Anggota/ Penguji I		<u>4/12/2020</u>
<u>Mitra Sami Gultom, M.E.I</u> Anggota/ Penguji II		<u>1 Desember 2020.</u>

## ABSTRAK

AIDA HAYATI: 1607025080, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Mengajukan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Bank BJB Syariah KCP Bumi Serpong Damai*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof DR. HAMKA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memperoleh bukti atas pengaruh antara Pemasaran, Minat, Promosi, Harga, Tempat, Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat dalam Mengajukan Pembiayaan *Murabahah*. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan menggunakan cara *simple random sampling*.

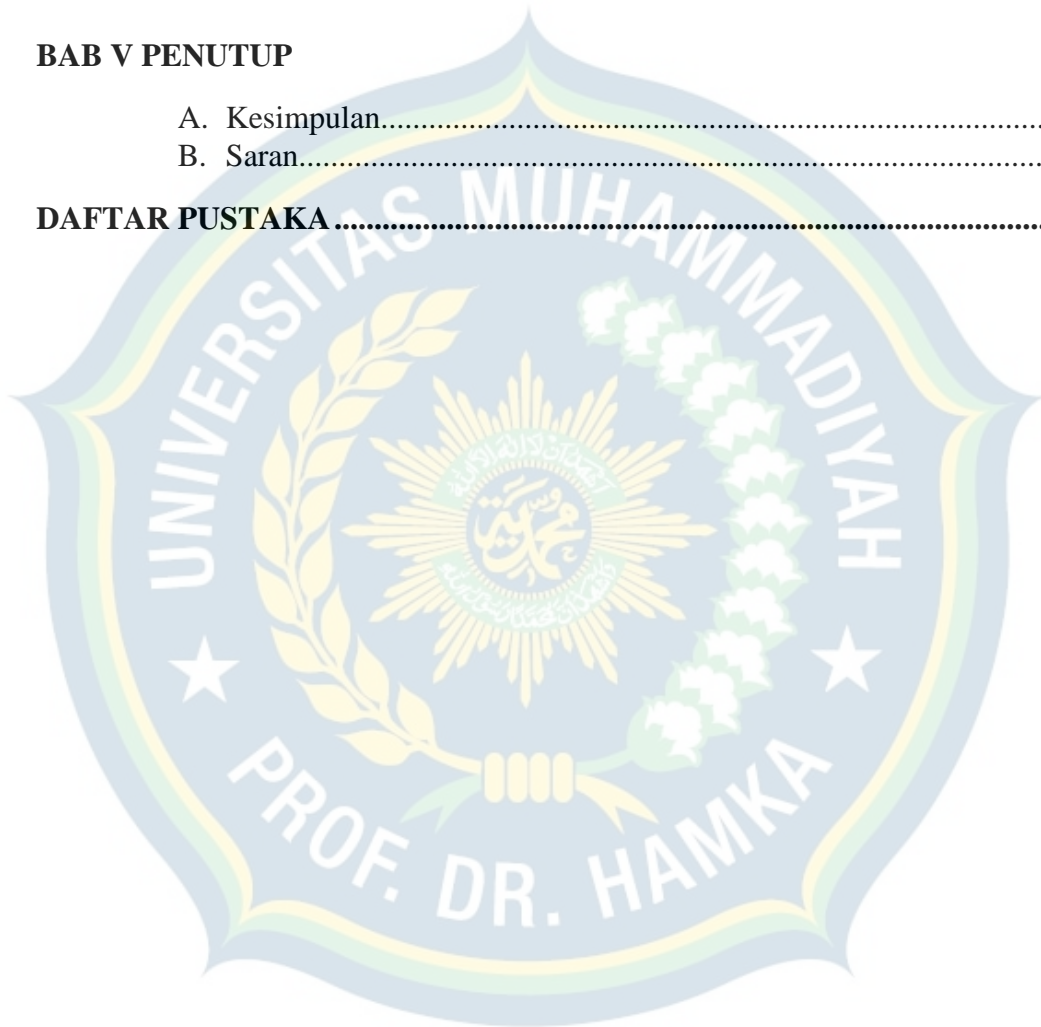
Dari hasil analisis uji t dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 menunjukkan bahwa Pemasaran sebesar 0,024 berpengaruh positif, Promosi sebesar 0,694 tidak berpengaruh signifikan, Harga sebesar 0,014 berpengaruh positif, Tempat sebesar 0,275 tidak berpengaruh signifikan, Kualitas Pelayanan sebesar 0,000 berpengaruh positif, Kemudahan sebesar 0,151 tidak berpengaruh signifikan dengan nilai F hitung diperoleh sebesar 0,829. Angka ini menunjukkan bahwa Minat dalam mengajukan Pembiayaan mampu dijelaskan oleh faktor Pemasaran, Promosi, Harga, Tempat, Kualitas Pelayanan dan Kemudahan sebesar 82,9% , sedangkan sisanya 17,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Pemasaran, Promosi, Harga, Tempat, Kualitas Pelayanan, Kemudahan, dan Minat Masyarakat**

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A.Latar Belakang Masalah.....	1
B.Identifikasi Masalah .....	5
C.Pembatasan Masalah .....	5
D.Rumusan Masalah .....	5
E. Tujuan dan Manfaat .....	6
F. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	8
G. Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>12</b>
A. Pemasaran.....	12
B.Minat .....	14
C. Promosi.....	18
D. Harga .....	19
E. Tempat .....	20
F. Kualitas Pelayanan.....	21
G.Kemudahan.....	21
H. Pembiayaan Murabahah.....	22
I. Kerangka Berpikir.....	29
J. Hipotesis.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>
A. Ruang Lingkup Penelitian .....	32
B. Metode Pengumpulan Data .....	34
C. Pengolahan Data.....	35
D. Definisi dan Operasional Variabel Penelitian .....	35
E. Teknik Pengolahan Data.....	36

F. Metode Analisis Data.....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
A. Gambaran Umum Bank BJB Syariah.....	42
B. Deskripsi Responden.....	46
C. Hasil Kuesioner.....	53
D. Metode Analisa Data.....	59
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>

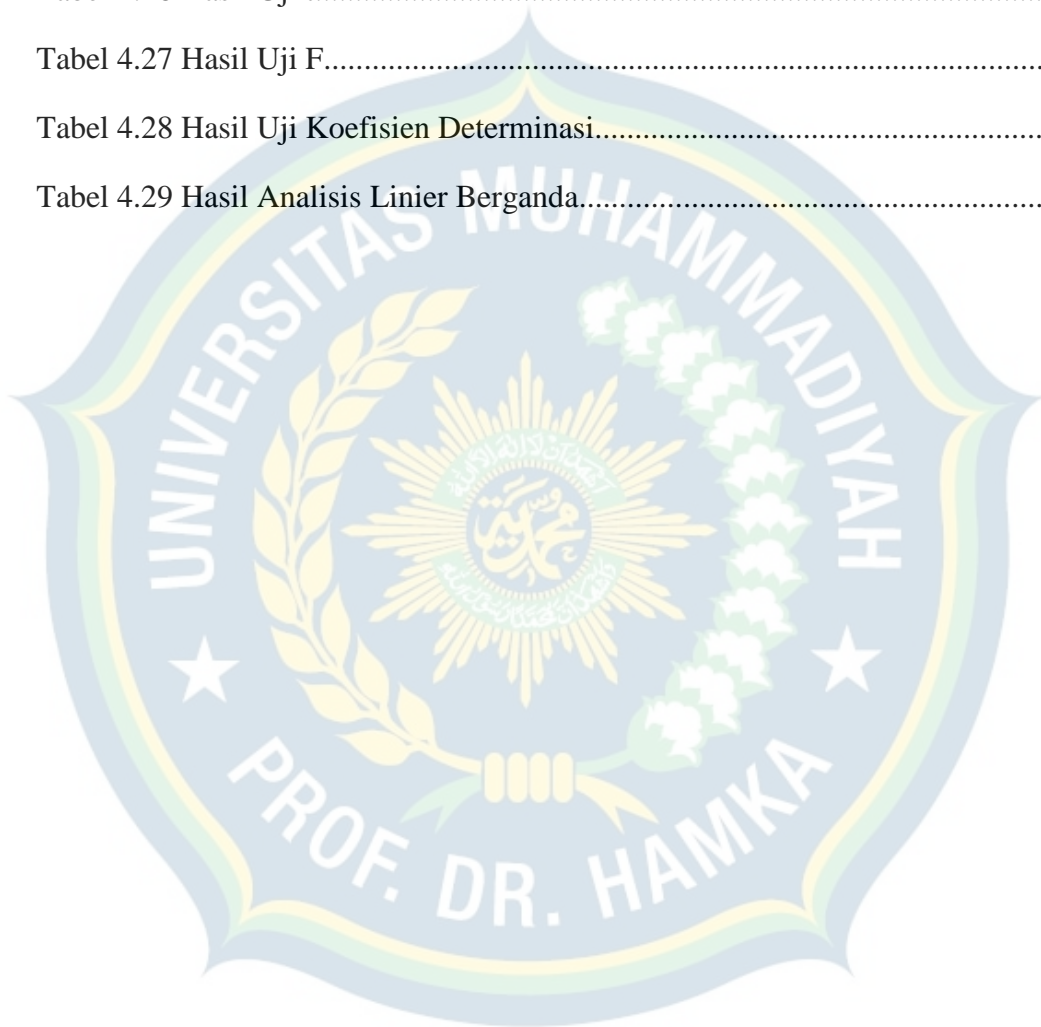


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 Pengolahan Data.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	51
Tabel. 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	52
Tabel 4.7 Frekuensi Statistik Variabel Pemasaran.....	53
Tabel 4.8 Frekuensi Statistik Variabel Promosi.....	54
Tabel 4.9 Frekuensi Statistik Variabel Harga.....	55
Tabel 4.10 Frekuensi Statistik Variabel Tempat.....	56
Tabel 4.11 Frekuensi Statistik Variabel Kualitas Pelayanan.....	57
Tabel 4.12 Frekuensi Statistik Variabel Kemudahan.....	58
Tabel 4.13 Frekuensi Statistik Variabel Minat.....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Pemasaran.....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Promosi.....	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Harga.....	61
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Tempat.....	62
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan.....	63
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kemudahan.....	63
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Minat.....	64
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	65



Tabel 4.22 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.23 Hasil Uji Multikolinieritas.....	70
Tabel 4.24 Hasil Uji Heterokedastisitas Glesjer.....	68
Tabel 4.25 Hasil Uji Autokorelasi.....	69
Tabel 4.26 Hasil Uji t.....	71.
Tabel 4.27 Hasil Uji F.....	74
Tabel 4.28 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	75
Tabel 4.29 Hasil Analisis Linier Berganda.....	76



## DAFTAR GAMBAR

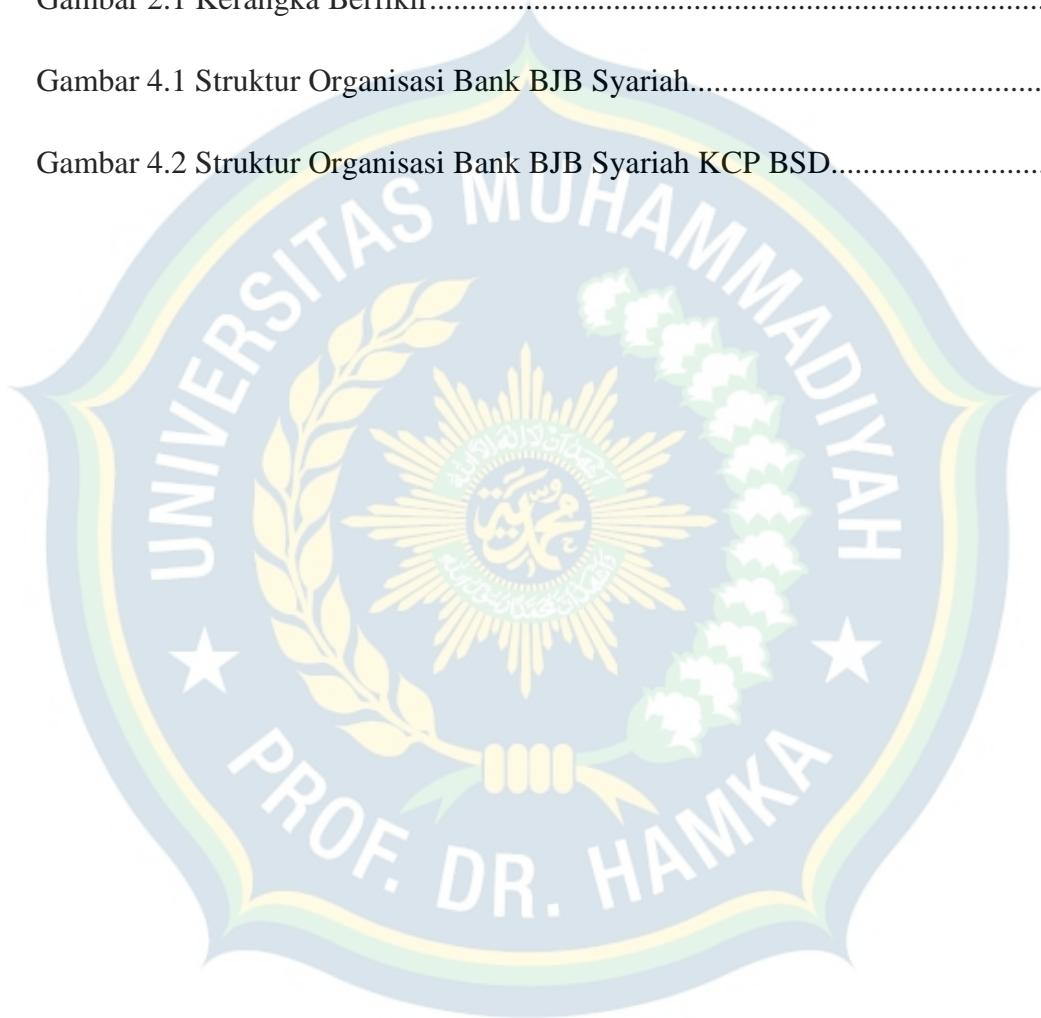
Gambar 1. 1 Data perkembangan pembiayaan pada Tahun 2015-2018 ..... **Error!**

**Bookmark not defined.3**

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....29

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank BJB Syariah.....45

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Bank BJB Syariah KCP BSD.....45





## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Murabahah secara bahasa berasal dari kata ربح yang berarti keuntungan, menurut istilah murabahah adalah jual beli dengan harga pokok dengan tambahan keuntungan. karena dalam jual beli murabahah harus menjelaskan keuntungannya. Secara sederhana, murabahah berarti suatu perjanjian barang seharga barang tersebut ditambah dengan margin yang telah disepakati.

Murabahah merupakan salah satu bentuk jual beli amanah yang dikenal dalam syariat islam, karna penjual disyaratkan melakukan kontrak terlebih dahulu dengan menyatakan harga barang yang akan dibeli. Dalam pembiayaan murabahah bank menetapkan harga jual barang yaitu harga pokok perolehan barang ditambah sejumlah margin keuntungan bank, harga jual yang telah disepakati di awal akad tidak boleh berubah selama jangka waktu pembiayaan.

Dalam akad murabahah, secara konsep bank syariah akan membelikan barang yang diminta oleh nasabah kemudian bank menjual kembali kepada nasabah dengan tambahan keuntungan atau margin. (Afrida, 2016)

Fungsi bank yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Penyaluran dana pada perbankan syariah disebut pembiayaan, sedangkan pada perbankan

konvensional disebut kredit. Pembiayaan dalam bank syariah terdiri atas beberapa akad salah satunya pembiayaan dengan akad murabahah.

Instrumen yang sangat penting dalam rangka percepatan perekonomian masyarakat merupakan industri jasa keuangan. Lembaga keuangan dan peran perbankan dapat membantu cepatnya perputaran ekonomi, dengan demikian daya beli masyarakat akan meningkat. Perbankan adalah salah satu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu fungsi pengumpulan dana, penyaluran dana dan pelayanan jasa.

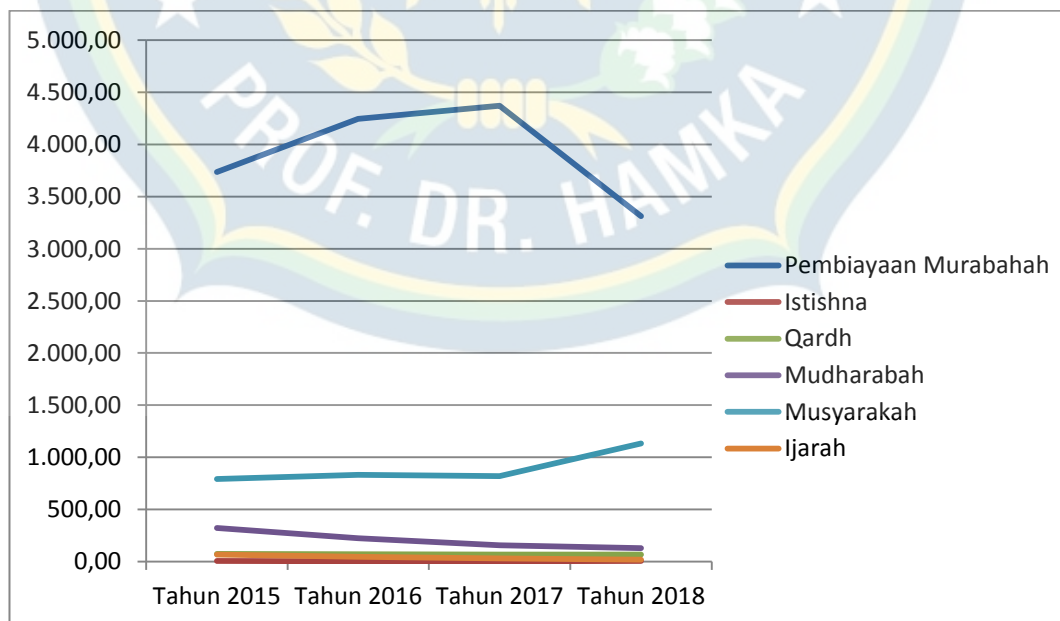
Menurut Pasal 1 UU No. 7/1992 menyatakan bahwa lembaga keuangan merupakan suatu badan ataupun lembaga yang aktivitasnya untuk menarik hasil dana dari masyarakat yang kemudian menyalurkannya kepada masyarakat kembali. Sebuah institusi atau badan usaha yang bergerak dalam bidang keuangan untuk menyediakan jasa atau menyalurkan dana bagi para nasabah dan mempunyai fungsi sebagai penghimpun dana para nasabah merupakan pengertian dari lembaga keuangan. (Effasa, 2019)

Akad yang paling diminati masyarakat merupakan akad murabahah, terkait dengan akad transaksi yang dipraktikkan perbankan syariah. Akad ini mendominasi akad-akad yang lain seperti salam, musyarakah, mudharabah, istishna, ijarah dan qardh. Akad murabahah adalah pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sehingga keuntungan yang disepakati.

Menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan atau yang dapat dipersamakan berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak meminjam untuk melunasi hutang setelah jangka waktu tertentu, di tambah dengan sejumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil/ sedangkan pengertian pembiayaan murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

Berdasarkan data dibawah ini di gambarkan perkembangan pembiayaan murabahah dari tahun 2015-2018

Gambar 1.1 Data perkembangan pembiayaan pada Tahun 2015-2018



Sumber : laporan tahunan Bank BJB Syariah <http://www.bjbsyariah.co.id/laporan>

Dari data di atas dapat dilihat bahwa pembiayaan di Bank BJB Syariah produk pembiayaan yang lebih banyak diminati oleh masyarakat yaitu pada pembiayaan murabahah. Pembiayaan murabahah dari tahun 2015-2018 mengalami peningkatan dan penurunan. Pada tahun 2015 pembiayaan murabahah sebesar 3.737.450.000 , kemudian pada tahun 2016 mengalami kenaikan menjadi 4.246.260.000 , kemudian pada tahun 2017 mengalami kenaikan lagi menjadi 4.371.970.000 dan pada tahun 2018 pembiayaan murabahah mengalami penurunan menjadi 3.312.570.000.

Perbankan syariah berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh dalam rangka meningkatkan kinerja operasionalnya. Bank syariah harus memperhatikan perilaku nasabah baik yang melakukan pembiayaan maupun penyimpanan sehingga dapat meningkatkan efektifitas kinerja bank. Secara umum calon nasabah bank yang membutuhkan pembiayaan akan memilih bank yang dapat memberikan kemudahan dan keuntungan, dimana setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu yang akan digunakan untuk mengambil keputusan baik dalam hal pembiayaan maupun pinjaman.

Dari uraian latar belakang di atas, dengan ini penulis melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Faktor-faktor Yang mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Mengajukan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Bank BJB Syariah KCP Bumi Serpong Damai)**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas maka penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah yaitu:

1. Penurunan trend
2. Pemasaran
3. Promosi
4. Harga
5. Tempat
6. Kualitas pelayanan
7. Kemudahan
8. Minat masyarakat

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan ruang lingkup pembahasan pada penelitian ini di batasi, agar lebih terarah dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian. Penulis membatasi penelitian ini terkait pengaruh pemasaran, promosi, harga, tempat, kualitas pelayanan, kemudahan dan terkait minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan murabahah.

## **D. Rumusan Masalah**

Permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pemasaran mempengaruhi minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan murabahah?



2. Bagaimana Promosi mempengaruhi minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan murabahah?
3. Bagaimana Harga mempengaruhi minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan murabahah?
4. Bagaimana Tempat mempengaruhi minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan murabahah?
5. Bagaimana Kualitas Pelayanan mempengaruhi minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan murabahah?
6. Bagaimana kemudahan mempengaruhi minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan murabahah?
7. Bagaimana pemasaran, Promosi, Harga, Tempat, Kualitas Pelayanan, Kemudahan secara simultan berpengaruh terhadap Minat Masyarakat dalam Mengajukan Pembiayaan Murabahah pada Bank BJB Syariah KCP Bumi Serpong Damai?

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah di paparkan, maka tujuan dan manfaat yang ingin dicapai adalah:

##### **1. Tujuan**

- a. Untuk menguji dan menganalisis faktor promosi dalam mempengaruhi minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan murabahah.
- b. Untuk menguji dan menganalisis faktor harga dalam mempengaruhi minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan murabahah.

- c. Untuk menguji dan menganalisis faktor tempat dalam mempengaruhi minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan murabahah.
- d. Untuk menguji dan menganalisis faktor kualitas pelayanan dalam mempengaruhi minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan murabahah.

## 2. Manfaat

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat berupa:

- a. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan, memberikan bukti empiris dan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah, diharapkan dapat menjadi kajian dalam proses pembelajaran.

- b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai atau memberikan kontribusi terhadap kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dibidang perbankan, khususnya perbankan syariah.

- c. Bagi Praktisi

Secara praktisi diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat di antaranya:

- 1) Bagi kantor perbankan syariah diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pemikiran dan memberikan sumbangan

gagasan sebagai pertimbangan minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

- 2) Bagi pengguna jasa perbankan syariah penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta memperluas wawasan bagi pembaca maupun penulisannya.

**Tabel 1.1**

**F. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

No	Nama/Judul Skripsi/Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Machmudah. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang), 2009	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang diukur adalah lokasi (X <sub>1</sub> ), Pelayanan (X <sub>2</sub> ), Religius Stimuli (X <sub>3</sub> ), reputasi (X <sub>4</sub> ), <i>Profit Sharing</i> (X <sub>5</sub> ), Promosi (X <sub>6</sub> ),	Penggunaan pada variabel independen X, faktor yang digunakan antara lain faktor lokasi, promosi, pelayanan, <i>profit sharing</i> (bagi hasil)	Objek penelitian sebelumnya yaitu pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang, sedangkan pada penelitian ini pada Bank BJB Syariah

				KCP Bumi Serpong Damai.
2.	Yupitri dan Sari, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non-Muslim Menggunakan Jasa Bank Syariah Mandiri di Medan, 2014	Hasil penelitian ini variabel yang diukur yaitu fasilitas pelayanan (X1), Promosi (X2), dan produk (X3)	Penggunaan pada variabel independen X, faktor yang digunakan antara lain, Pelayanan, promosi dan Produk.	Objek penelitian ini adalah masyarakat, sedangkan objek penelitian sebelumnya adalah Nasabah Non-Muslim.
3.	Ayu Nurtika Dewi, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung (Studi Kasus	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 3 faktor yang dapat mempengaruhi : 1. Faktor pelayanan 2. Faktor Produk	Penggunaan pada variabel independen X, faktor yg digunakan Faktor pelayanan, produk dan lokasi.	Objek penelitian sebelumnya pada PD BPR BKK Kendal Cabang Patean, sedangkan pada

Pada PD BPR BKK Kendal Cabang Patean, 2014	3. Faktor Lokasi	penelitian ini pada Bank BKB Syariah KCP Bumi Serpong Damai.
---	---------------------	---

### **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini pada dasarnya berisi uraian tentang tahapan pembahasan yang dilakukan. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian terbagi menjadi 3 bab, yaitu:

#### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Merupakan bagian yang menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan. Dimana latar belakang masalah berisi tentang alasan perlunya dilakukan penelitian dan juga mengandung inti dari permasalahan yang akan diangkat menjadi topik dalam penelitian sehingga akan menghasilkan tujuan dan manfaat penelitian yang akan dilakukan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi tentang teori yang berkaitan dengan pembahasan, kerangka berpikir dan hipotesis. Landasan teori ini diuraikan teori-teori yang relevan dengan permasalahan penelitian penulis.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan secara detail mengenai ruang lingkup penelitian, metode pengumpulan data, metode pengolahan data dan metode analisis data. Batasan penelitian bisa dilihat dari berbagai sisi seperti pada bagian variabel-variabel yang diteliti, populasi atau subjek penelitian, lokasi penelitian dan lain-lain. Teknik pengumpulan data sangat ditentukan oleh metodologi penelitian, apakah kuantitatif atau kualitatif. Teknik pengolahan data dimulai dengan menjelaskan cara mengolah data hasil penelitian. Data mentah harus diubah menjadi data yang dapat terbaca dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku

- Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu pengantar dalam Prespektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004)
- Abdullah Amrin. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2008)
- Abdullah Said, *Bank Islam dan Bunga* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2008)
- Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008)
- Fridayana Yudiaatmaja, *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013),
- Ikit, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2018)
- Iskandarwasid & Dadang Suhendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa* (Bandung: Rosda, Cet ke-3, 2011)
- Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2011)
- J.Supartono, *petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah untuk menyusun skrpsi, Tesis dan Disertasi* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012)
- Kotler, *Manajemen Pemasaran edisi 9.* (Jakarta: Prehalindo, 2002)
- Muhammad Ayub, *Understanding Islamic Finance A-Z Keuangan Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009)

- Mahmud Machfoedz, *Pengantar Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan)
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2012)
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Rajawali Press, 2016)
- Ni Desak Made Sri Adnyawati, *Perilaku Konsumen* (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2017)
- Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2015)
- Rochaety, *Metode Penelitian Bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007)
- Sofjan Assauri. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015)
- Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Ando, 2015)
- Sudarsono. *Kamus Filsafat dan Psikologis* (Jakarta: Anggota IKAPI, 1993),
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Umar Husein, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2002)
- Veithzal Rivai, *Islamic Financial Management*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008)
- Yudrik Jahja, *Psikologi perkembangan* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011)
- Yusanto, Ismail. *Menggagas Bisnis Islam*. (Jakarta: Gema Insani Press, 2002)



## Referensi Jurnal

Ahmad Saifurriza Effasa. “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Pedagang Muslim Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah Mandiri Kc Sumberrejo-Bojonegoro*. Vol 8 No. 1 Juli 2019, Hal 41.

<http://journal.unigres.ac.id/index.php/GemaEkonomi/article/viewFile/893/752>

Ni Made Ayu Krisna Dewi, “ Pengaruh Volume Perdagangan Saham, Leverage dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Volatilitas Harga Saham. Vol. 17 No. 2 2016. Dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/20226>

Sigit Sanjaya dan Nila Pratiwi, “Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Kurs, dan Inflasi terhadap JII”, dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1 (2018), h. 53-54 dari

<https://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/jebi/article/view/144/147>

Yenti Afrida, “ Analisis Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah, dalam jurnal ekonomi dan Bisnis Islam, Vol 1, No. 2 (2016) Hal. 3 dari <http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/jebi/article/view/32>