

## **ANALISIS KEPUTUSAN NASABAH DALAM PEMBIAYAAN SYARIAH PADA PEDAGANG ANGSO DUO KOTA JAMBI**

**M. Nazori<sup>1</sup>, Mohammad Orinaldi<sup>2</sup>, Redo Saputra<sup>3</sup>**  
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis keputusan nasabah dalam menggunakan Pembiayaan Modal Usaha lembaga Keuangan Syariah pada pedagang Angso Duo Kota Jambi. Metode penelitian ini kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Karakteristik mayoritas responden adalah perempuan dengan proporsi sebesar 56 persen dan sisanya laki-laki sebanyak 44 persen. Kemudian proporsi responden berdasarkan usia paling besar adalah dari responden berusia >35 tahun sebanyak 52 persen. Selanjutnya proporsi paling besar responden berdasarkan pendidikan adalah dari responden yang berpendidikan SMA/SMK dengan jumlah sebanyak 12 orang dan proporsinya sebesar 48 persen dari seluruh responden. Kemudian proporsi paling besar responden berdasarkan penghasilan adalah dari responden dengan penghasilan sebesar Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.999 dengan jumlah responden sebanyak 10 orang dan proporsinya sebesar 40 persen dari seluruh responden. Lalu proporsi paling besar responden berdasarkan penggunaan lembaga pembiayaan adalah dari responden yang menggunakan lembaga pembiayaan Bank Syariah yaitu dengan jumlah responden sebanyak 9 orang dan proporsinya sebesar 36 persen dari seluruh responden, sementara proporsi paling besar responden berdasarkan pembiayaan yang diterima adalah dari responden dengan pembiayaan yang diterima sebesar > Rp. 5.000.000 dengan jumlah responden sebanyak 10 orang dan proporsinya sebesar 40 persen dari seluruh responden, (2) Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial dan marketing mix menjadi faktor yang menentukan keputusan pedagang pasar Angso Duo Kota Jambi dalam menggunakan Pembiayaan Modal Usaha lembaga Keuangan Syariah.

**Kata Kunci:** Keputusan Nasabah, Pembiayaan Syariah, Pedagang

### **Abstract**

The purpose of this study is to find out and analyze customer decisions in using Business Capital Financing for Islamic Financial institutions on Angso Duo traders in Jambi City. This research method is descriptive qualitative. The results showed that (1) the characteristics of the majority of respondents were women with a proportion of 56 percent and the remaining 44 percent were men. Then the largest proportion of respondents based on age was from respondents aged > 35 years as much as 52 percent. Furthermore, the largest proportion of respondents based on education was from respondents with high school/vocational high school education with a total of 12 people and the proportion was 48 percent of all respondents. Then the largest proportion of respondents based on income is from respondents with an income of Rp. 3,000,000 – Rp. 4,999,999 with the number of respondents as many as 10 people and the proportion of 40 percent of all respondents. Then the largest proportion of respondents based on the use of financing institutions is from respondents who use Islamic Bank financing institutions, namely with the number of respondents as many as 9 people and the

proportion is 36 percent of all respondents, while the largest proportion of respondents based on the financing received is from respondents with financing received by > Rp. 5,000,000 with a total of 10 respondents and a proportion of 40 percent of all respondents, (2) Based on the results of the study it shows that cultural, social and marketing mix factors are the factors that determine the decisions of Angso Duo market traders in Jambi City in using institutional Business Capital Financing Sharia Finance.

**Keywords:** Customer Decisions, Sharia Financing, Traders

## A. PENDAHULUAN

Modal usaha mutlak diperlukan untuk menjalankan kegiatan usaha, namun masalah yang sering dihadapi adalah keterbatasan modal itu sendiri, keterbatasan modal membatasi ruang gerak pedagang dan meningkatkan usahanya dengan kepemilikan ekuitas terbatas, pedagang kesulitan mengembangkan usahanya. Modal usaha sendiri dapat diperoleh dari dua sumber, yaitu modal sendiri dan modal eksternal. modal eksternal dapat diperoleh dari lembaga keuangan formal seperti bank konvensional dan bank syariah (Hayati, 2017).

Lembagakeuanganformaldapat dibagi menjadi sektor perbankan dan non-perbankan. Sektor perbankan dibagi menjadi dua macam yaitu perbankan Syariah dan perbankan konvensional, sedangkan sektor non perbankan misalnya pegadaian, koperasi, *baitul maal wat tamwil* (BMT) dan sebagainya (Antonio, 2009).

Minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang (Kotler, 2014). Berbicara tentang pembiayaan saat ini walaupun perbankan syariah sudah sangat terkenal di masyarakat, namun minat pedagang dalam pembiayaan dominan pada bank konvensional.

Berdasarkan observasi awal dari wawancara ke 50 orang pedagang muslim di Angso Duo terdapat 20 pedagang menggunakan pembiayaan modal dari lembaga keuangan Syariah yaitu seperti bank syariah, BMT atau koperasi syariah. Tidak banyaknya pedagang menggunakan lembaga keuangan syariah dikarenakan pada lembaga keuangan non Syariah syarat pengajuan kreditnya tidak berbelit-belit, proses cepat, penggunaan uangnya tidak diawasi sehingga uang yang dipinjam berpeluang digunakan untuk yang lain bukan untuk mengembangkan usaha dan bunga kreditnya bervariasi sehingga dapat memilih lembaga keuangan dengan bunga kredit yang rendah.

Selanjutnya berdasarkan observasi awal kepada pedagang muslim tersebut alasan mereka menggunakan lembaga syariah sebagai pembiayaan modal usahanya karena mereka mengetahui bahwa terdapat dosa riba jika menggunakan pembiayaan non syariah atau konvensional. Selain itu adanya bunga yang terus berjalan apabila terjadi wanprestasi, barang jaminan lebih berisiko disita oleh lembaga keuangan dan jelas hukumnya riba.

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang dalam pengambilan keputusan untuk mengajukan pembiayaan modal usaha pada lembaga keuangan non syariah. Dalam penelitian ini penulis memutuskan hanya pada faktor sosial, faktor budaya dan faktor mix marketing. Hal utama yang seharusnya diperhatikan oleh lembaga keuangan dalam pemasaran agar lebih dekat dengan pedagang dan pedagang lebih mengenal apa itu lembaga keuangan Syariah (Fitri, 2017).

Teori yang dikemukakan menurut Taufik Amir mengatakan bahwa budaya masyarakat tertentu membentuk perilaku konsumen. Kemudian Kotler mengatakan bahwa anggota keluarga, referensi kelompok mempengaruhi pengambilan keputusan (Moleong, 2009). Zulkifli and M Alfian (2016) menyebutkan variabel *Marketing Mix* merupakan faktor yang paling dominan dalam pengambilan keputusan tentang pilihan pembiayaan pada bank syariah.

Dari fenomena di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Pasar Angso Duo Baru Kota Jambi, yang terlihat masih banyaknya pedagang yang belum beralih dari lembaga keuangan konvensional yang jelas merugikan dengan besarnya resiko bagi nasabah apabila terjadi keterlambatan dalam membayar angsuran serta mengandung riba. Sehingga menjadi suatu yang harus diteliti untuk pedagang yang menggunakan pembiayaan syariah sebagai pembiayaan modal usahanya, karena pedagang tersebut telah berupaya agar terhindar dari dosa riba.

## **B. METODE PENELITIAN**

### **1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian Kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan karakteristik suatu masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu.

### **2. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data dalam penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder, Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber utamanya. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan dan yang memerlukannya, data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari responden penelitian, seperti data hasil wawancara dan observasi yang berhubungan dengan penelitian. Data sekunder adalah data yang bukan di usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti misalnya dari biro statistik, majalah, koran, keterangan-keterangan atau publikasi lainyadalam penelitian ini bentuk data sekunder berupa data dokumen penjualan, dokumen pengeluaran dan pemasukan dan sebagainya.

Sumber data atau informasi baik jumlah maupun keragamanya harus diketahui terlebih dahulu, sebagai bahan atau dasar dalam menentukan isi, bahasa, sistematika item dalam instrumen penelitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek data yang di peroleh melalui wawancara dengan responden penelitian.

### **3. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah orang yang berada dalam situasi sosial yang ditetapkan sebagai pemberi informasi dalam sebuah penelitian atau yang dikenal sebagai informen. Digunakan sampel dalam penelitian adalah untuk mereduksi objek penelitian dan melakukan generalisasi hasil penelitian, sehingga dapat di tarik kesimpulan (Munawaroh, 2013).

### **4. Metode Pengumpulan Data**

Metode atau pengamatan mengoptimalkan kemampuan peneliti dari segi motif, kepercayaan, perhatian, prilaku tidak sadar, kebiasaan dan sebagainya (Moleong, 2004). Observasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data primer, dimana hasil data tersebut akan menjawab permasalahan-permasalahan yang diajukan dalam penelitian. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan pembicaraan santai dalam berbagai situasi, dilakukan secara terus menerus untuk mendapatkan informasi dan penjelasan yang utuh, mendalam, terperinci dan lengkap. Wawancara yaitu pengumpulan data berbentuk pengajuan pertanyaan secara lisan dan pertanyaan yang diajukan dalam wawancara itu telah dipersiapkan secara tuntas dilengkapi dengan instrumen.

Metode wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada responden dan jawab-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam (Soehartono, 2011). Wawancara dilakukan oleh peneliti melalui tanya-jawab antara peneliti dengan subjek penelitian, hal ini tentunya untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

Dokumentasi ialah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden, seperti yang dilakukan oleh seorang psikolog dalam meneliti perkembangan klien melalui catatan pribadinya (Fatoni, 2011). Dokumentasi adalah data pendukung yang dikumpulkan sebagai penguatan data observasi dan wawancara, karena dokumentasi adalah satu kesatuan dengan data observasi dan wawancara yang dilakukan sebelumnya (Mughtar, 2011).

## **5. Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar yang membedakannya dengan penafsiran yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap hasil analisis, menjelaskan pola uraian dan mencari hubungan diantara dimensi-dimensi uraian, dengan teknik:

- a. Reduksi data
- b. Representasi data
- c. Penarik kesimpulan

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Pembiayaan Modal Usaha Lembaga Keuangan Syariah pada pedagang Angso Duo Kota Jambi**

Nasabah adalah orang yang paling penting di dalam bisnis perbankan. Nasabah tidak tergantung pada bank, tetapi bank lah yang sangat bergantung pada nasabah. Jika bank mampu merebut hati nasabahnya, maka keuntungan yang diterima oleh bank yaitu peningkatan dana yang diterima dari masyarakat tersebut. Dalam perbankan syariah, bank menawarkan kepada nasabah beragam produk bank syariah, hanya saja perbedaannya dengan bank konvensional yaitu dalam hal penentuan harga, baik terhadap

harga jual maupun harga beli. Produk-produk yang ditawarkan kepada nasabah pun sangat islami, termasuk dalam memberikan pelayanan. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti akan melihat keputusan nasabah menggunakan pembiayaan syariah berdasarkan faktor budaya.

Faktor budaya sebagai pengambilan keputusan pedagang menggunakan Pembiayaan Modal Usaha pada lembaga Keuangan Syariah pada pernyataan “Mengajukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah karena saya mengetahui haramnya riba” 15 orang atau 60% pedagang menjawab setuju dan 10 orang atau 40% menjawab sangat setuju. Berdasarkan hasil jawaban dari responden tersebut menunjukkan bahwa seluruh responden memahami hukum riba, sehingga responden lebih memilih lembaga keuangan syariah agar terhindar dari dosa riba.

faktor sosial sebagai pengambilan keputusan pedagang menggunakan Pembiayaan Modal Usaha pada lembaga Keuangan Syariah pada pernyataan “Mengajukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah karena lingkungan saya beberapa mengajukan di lembaga keuangan tersebut” 5 orang atau 20% menjawab sangat tidak setuju dan 3 orang atau 12 persen menjawab tidak setuju yang menunjukkan bahwa reponden mengajukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah bukan karena lingkungan disekitarnya yang lebih dahulu menggunakan lembaga keuangan syariah. Kemudian 8 orang menjawab netral yang menunjukkan bahwa responden ragu dalam menjawab pernyataan ini. Sedangkan 7 orang atau 28% pedagang menjawab setuju dan 2 orang atau 8% menjawab sangat setuju. Berdasarkan hasil jawaban dari responden tersebut menunjukkan bahwa responden memilih lembaga keuangan syariah karena dipengaruhi oleh lingkungan sekitar yang juga menggunakan lembaga keuangan syariah dalam menggunakan pembiayaan.

Selanjutnya dapat dilihat mengenai keputusan nasabah menggunakan pembiayaan syariah berdasarkan faktor *marketing mix*. Mengenai *marketing mix* sebagai pengambilan keputusan pedagang menggunakan Pembiayaan Modal Usaha pada lembaga Keuangan Syariah pada pernyataan “Mengajukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah karena Produk yang ditawarkan sesuai kebutuhan” 6 orang atau 24% menjawab sangat tidak setuju dan 7 orang atau 28 persen menjawab tidak setuju yang menunjukkan bahwa reponden mengajukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah bukan karena produk yang ditawarkan lembaga keuangan syariah sesuai kebutuhan.

Kemudian 3 orang atau 12% menjawab netral yang menunjukkan bahwa responden ragu dalam menjawab pernyataan ini. Sedangkan 4 orang atau 16% pedagang menjawab setuju dan 5 orang atau 20% menjawab sangat setuju. Berdasarkan hasil jawaban dari responden tersebut menunjukkan bahwa responden memilih lembaga keuangan syariah karena produk yang ditawarkan lembaga keuangan syariah sesuai kebutuhan.

Selanjutnya dapat dilihat mengenai keputusan nasabah menggunakan pembiayaan syariah. Mengenai pengambilan keputusan pedagang menggunakan Pembiayaan Modal Usaha pada lembaga Keuangan Syariah pada pernyataan “Saya mengajukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah karena menguntungkan bagi saya” 2 orang atau 8% menjawab tidak yang menunjukkan bahwa responden mengajukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah bukan karena menguntungkan bagi responden. Sedangkan 13 orang atau 52% pedagang menjawab setuju dan 10 orang atau 40% menjawab sangat setuju. Berdasarkan hasil jawaban dari responden tersebut menunjukkan bahwa responden memilih lembaga keuangan syariah karena menguntungkan bagi responden.

## **2. Analisis Keputusan Penggunaan Pembiayaan Modal Usaha Lembaga Keuangan Syariah pada pedagang Angso Duo Kota Jambi.**

Sebuah Peneliti melakukan wawancara dengan kuesioner terbuka yang kepada 5 informan yang mewakili sampel dalam penelitian ini mengenai keputusan pedagang Pasar Angso Duo dalam menggunakan pembiayaan modal usaha pada lembaga keuangan syariah. Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa alasan mengajukan pembiayaan dilembaga keuangan syariah adalah :

- a. Lembaga keuangan syariah tidak ada unsur riba.
- b. Anggunan yang dijamin nilai pinjamannya lebih besar dari bank konvensional.
- c. Margin rendah
- d. Prosedur dan kewajiban yang meringankan nasabah.

Selanjutnya pertanyaan apa anda merasakan lebih menguntungkan mengajukan pembiayaan di Lembaga keuangan syariah dibanding Lembaga keuangan konvensional. Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa keuntungan mengajukan pembiayaan dilembaga keuangan syariah adalah :

- a. Kemudahan dalam mengajukan pinjaman.
- b. Tidak ada bunga, namun diganti dengan margin sehingga tidak ada unsur riba.



- c. Menguntungkan untuk dunia dan akhirat.
- d. Margin rendah
- e. Tidak terdapat denda dalam pembiayaan syariah.

Sedangkan apakah saudara anda dan kerabat anda juga mengajukan pembiayaan di Lembaga keuangan syariah. Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa saudara anda dan kerabat anda juga mengajukan pembiayaan di Lembaga keuangan syariah adalah:

- a. Ada keluarga nasabah yang juga mengajukan pembiayaan di Lembaga keuangan syariah.
- b. Selain keluarga, juga ada teman dari nasabah yang juga mengajukan pembiayaan di Lembaga keuangan syariah.

Faktor Budaya, Sosial, *Marketing Mix* menjadi faktor pengambilan keputusan pedagang Pasar Angso Duo dalam menggunakan pembiayaan modal usaha pada lembaga keuangan syariah hal ini disebabkan pengetahuan dan lingkungan sekitar pedagan yang mengetahui haram nya riba yang sudah jelas tertulis dalam al-qur'an. Surat al-Baqarah ayat 275 di atas mengecam keras pemungutan riba dan mereka diserupakan dengan orang yang kerasukan Setan. Selanjutnya ayat ini membantah kesamaan antara riba dan jual-beli dengan menegaskan Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba.

#### **D. KESIMPULAN**

Karakteristik mayoritas responden adalah perempuan dengan proporsi sebesar 56 persen dan sisanya laki-laki sebanyak 44 persen. Kemudian proporsi responden berdasarkan usia paling besar adalah dari responden berusia >35 tahun sebanyak 52 persen. Selanjutnya proporsi paling besar responden berdasarkan pendidikan adalah dari responden yang berpendidikan SMA/SMK dengan jumlah sebanyak 12 orang dan proporsinya sebesar 48 persen dari seluruh responden. Kemudian proporsi paling besar responden berdasarkan penghasilan adalah dari responden dengan penghasilan sebesar Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.999 dengan jumlah responden sebanyak 10 orang dan proporsinya sebesar 40 persen dari seluruh responden. Lalu proporsi paling besar responden berdasarkan penggunaan lembaga pembiayaan adalah dari responden yang menggunakan lembaga pembiayaan Bank Syariah yaitu



dengan jumlah responden sebanyak 9 orang dan proporsinya sebesar 36 persen dari seluruh responden, sementara proporsi paling besar responden berdasarkan pembiayaan yang diterima adalah dari responden dengan pembiayaan yang diterima sebesar > Rp. 5.000.000 dengan jumlah responden sebanyak 10 orang dan proporsinya sebesar 40 persen dari seluruh responden. Faktor budaya, sosial dan marketing mix menjadi faktor yang menentukan keputusan pedagang pasar Angso Duo Kota Jambi dalam menggunakan Pembiayaan Modal Usaha lembaga Keuangan Syariah.

### Daftar Pustaka

- Adam, Panji. "Penerapan Prinsip Syariah Pada Akad Rahn Di Lembaga Pegadaian Syariah." *Law and Justice* 2, no. 2 (2018): 135–46.
- Afriantoni. "Faktor-Faktor Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Bank Syariah Indonesia Di Kota Jambi." *Citra Ekonomi* 2, no. 2 (n.d.): 79–85.
- Amir, Taufik. *Manajemen Strategik Konsep Dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali., 2012.
- Anshori, A.G. *Pembentukan Bank Syariah Melalui Akuisisi Dan Konversi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Press, 2010.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press., 2001.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Gema Insani, 2001.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Dasar-Dasar Bank Syariah*. Tangerang: Pustaka Alvabet., 2009.
- Apeldoorn, L.J.Van. *Pengantar Ilmu Hukum. Pradnya Paramita, Jakarta, 1993*.
- Buchori. *Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama)*. Bandung. CV. Linda Karya, 2010.
- Damyanti, Riska. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Mitra Iqra Plus Pada AJB Bumiputera 1992 Syariah Cab. Lembang Palembang." Universitas Sriwijaya, 2017.
- Dusuki, A., and N Abdullah. "No Title Why Do Malaysian Customers Patronize Islamic Banks?" *International Journal of Bank Marketing* 25, no. 3 (2007): 142–60.
- Fuaddi. *Hukum Islam Tentang Jaminan Utang*. Jakarta, Erlangga, 2017.

- Hamidi. *Metode Penelitian Kualitatif Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Penelitian Dan Laporan*. Malang: UMM Press, 2007.
- Hanik, siti umi. “Keputusan Nasabah Dalam Memilih Perbankan Syariah.” *Jurnal JABPI* 22, no. 2 (2014).
- Hasan, M. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia. Bogor, 2002.
- Jusmayanti. “Perbandingan Sistem Permodalan Konvensional Dan Syariah Terhadap Pedagang Pasar Sentral Watampone Dalam Pengembangan Usaha.” *Jurnal Ilmiah Al Tsarwah Program Magister Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone* 3, no. 2 (2018).
- Kasmir. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi, Cetakan Keempatbelas*. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2014.
- Kotler, and Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks, 2009.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. *Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta : Erlangga, 2014.
- Notoatmodjo, S. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta, 2010.
- Putri, Fitri Eka. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Di Pasar Modern BSD Dalam Pengambilan Keputusan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan.” UIN Hidayatullah Jakarta, 2017.
- Rahardjo, M. Dawam. *Etika Ekonomi Dan Manajemen*. Yogyakarta: Tiara Wacana, Cetakan Pertama, 2003.
- Ridwan. *Manajemen Baitul Maal Wa Tanwil*. Bandung : Pustaka Setia, 2013.
- Salman. *Akuntansi Perbankan Syariah*. Padang : Akademia Permata, 2012.
- Santoso, Luqman. “Persepsi Masyarakat Umum Terhadap Perbankan Syariah( Studi Kasus Di Kabupaten Semarang).” UIN Salatiga : Salatiga, 2016.
- Schiffman, Leon, and Leslie Lazar Kanuk. *Consumer Behaviour 7 Th. Edition. (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks, 2007.
- Setiadi, and J. Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Jakarta; Kencana, 2010.
- Sholahudin, and Lukman Hakim. “Lembaga Ekonomi Dan Keuangan Syariah.” Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.
- Sholihin. *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: PT Gramedia, 2010.
- Soemitra, Andi. *Bankdan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta : Kencana, 2010.

- Sri, Hayati. *Manajemen Aset Dan Liabilitas (ALMA) Untuk Bank Perkreditan Rakyat Dan Lembaga Keuangan Mikro*. Yogyakarta: ANDI, 2017.
- Sudarsono, Heri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi Dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sumaewan. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indah, 2011.
- Sumiyanto, Ahmad. *BMT Menuju Koperasi Modern*. Yogyakarta: Ises Publishing, 2008.
- Suryanto, Asep, and Adah Sa'adah. "Analisis Pengambilan Keputusan Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada Bmt Daarut Tauhiid Bandung" 4, no. 1 (2019): 14.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET, 2014.
- Veithzal, Rivai, and Arviyan Arifin. *Islamic Banking*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010.
- Zainuddin, Zulkifli. "Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pt Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat)." *Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 13, no. 1 (2016): 55–76.
- Zulkifli, and M Alfian. "Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Industri Logam Dan Sejenisnya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2011." *Jurnal Akuntansi Politeknik Sekayu (ACSY)* 4, no. 1 (2016): 23–31.