

**PENGARUH KEBUTUHAN MODAL PROMOSI DAN PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGAMBIL PEMBIAYAAN  
MURABAHAH**

**(Studi Kasus Pada Bank Madina Syariah Yogyakarta)**

Diajukan Kepada Program Studi Perbankan Syariah  
Universitas Alma Ata Yogyakarta Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



**SKRIPSI**

Disusun Oleh:

RIZKY KURNIAWAN

132100010

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS ALMA ATA**

**YOGYAKARTA**

**2017**

## INTISARI

Rizky Kurniawan. 2017 “*Pengaruh Kebutuhan Modal Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada Bank Madina Syariah)*”. Skripsi. Universitas Alma Ata Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hasil dari pengaruh kebutuhan modal, promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan *kuantitatif*. Jumlah sampel nasabah yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 41 nasabah Bank Madina Syariah yang diambil dengan metode *sampling aksidental*. Yang kemudian dari data tersebut diolah dengan alat analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji-t, uji-F dan uji determinasi dengan bantuan **IBM SPSS StatisticData 20**.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan hasil uji-F menyatakan faktor kebutuhan modal, promosi dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah. Artinya bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas (kebutuhan modal, promosi dan pelayanan) terhadap variabel terikat (keputusan nasabah). Pada uji-t menunjukkan variabel kebutuhan modal dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah. Sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup erat antara faktor kebutuhan modal, promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah dengan *adjusted R square* sebesar 54,2% dan sisanya 45,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: kebutuhan modal, promosi, pelayanan dan keputusan nasabah

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada perekonomian suatu Negara, peranan bank begitu penting bagi 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.<sup>1</sup>

Berdasarkan Undang-Undang No.10 tahun 1998 bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup manusia. Dalam kegiatan operasionalnya bank di bagi menjadi bank konvensional dan bank syariah.

Kehadiran perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya bank Mu'amalat Indonesia. Pendirian bank Mu'amalat menjadi peran penting dalam kehidupan perbankan di Indonesia. Bank Mu'amalat membuktikan mampu bertahan dalam kondisi perekonomian yang sangat parah, saat krisis ekonomi memporak-porandakan bank-bank konvensional.<sup>2</sup> Bank syariah atau *Islamic*

---

<sup>1</sup> Kasmir. *Dasar-dasar Perbankan Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2012.

<sup>2</sup> Mardalis, Ahmad dan Edwin Zusrony. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Bank Syariah", Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol. 10, No. 2, Desember 2009, 101-116.

*banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidakpastian (*gharar*). Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang mempunyai mekanisme dasar, yaitu menerima deposito dari pemilik modal dan mempunyai kewajiban untuk menawarkan pembiayaan kepada investor pada sisi asetnya, dengan pola dan skema pembiayaan yang sesuai dengan syariat Islam. Pada sisi kewajiban, terdapat dua kategori yaitu, *interest-free current and saving accounts* dan *investment accounts* yang berdasarkan pada prinsip PLS (*Profit and Loss Sharing*) antara pihak bank dan pihak depositor, sedangkan pada sisi aset, yang termasuk di dalamnya adalah segala bentuk pola pembiayaan yang bebas riba dan sesuai prinsip islam atau standar syariah, seperti *mudharabah*, *musyarakah*, *istisna*, *salam*, *ijaroh* dan lain-lain.<sup>3</sup> Menurut pandangan Islam menjelaskan larangan melakukan investasi pada usaha-usaha yang dikategorikan haram atau dilarang.

Seperti yang di jelaskan pada QS. Al Baqarah ayat 278:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَاۤ اِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ




---

<sup>3</sup> Zainuddin Ali, *Hukum perbankan syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika. 2008).

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkan segala sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang beriman”.

Laporan perkembangan perbankan syariah dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2016, mulai dari tahun 2013 sampai ke 2014 mengalami peningkatan yang sangat drastis. Pada tahun 2014 terdapat 12 bank umum syariah (BUS), 22 unit usaha syariah (UUS), dan 163 BPRS, dengan jumlah layanan sebanyak 2.939. Pada tahun 2016, terdapat 13 bank umum syariah 21 unit usaha syariah dan 164 BPRS.<sup>4</sup> Dapat dilihat dari segi kuantitas, pencapaian perbankan syariah dalam jumlah bank cukup bagus dan pesat. Semakin meningkatnya pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia, hal ini akan membuat persaingan antara perusahaan perbankan untuk meningkatkan kualitas.

Selanjutnya dalam perbankan syariah dikenal istilah *murabahah* dengan mekanisme pembayaran secara kredit. Dimana dalam mekanisme ini terjadi tarik menarik kepentingan antara peminjam, bank dan investor. Bagi peminjam dana, hal ini merupakan kesempatan emas dimana peminjam tidak terlalu terbebani atas bunga pinjaman tersebut. Tetapi bagi kalangan investor, sistem perbankan ini kurang menjanjikan. Para investor menginginkan dana yang diinvestasikannya, memiliki pengembalian minimal sesuai dengan harapan mereka. Sebaliknya, bank sebagai media perantara bisa mengalami kesulitan untuk menggalang dana

---

<sup>4</sup> <http://www.bi.go.id/id/tentang/bi/uu.bi> di akses hari kamis, 23 febuari 2017 pukul 23.20.

masyarakat. Kegiatan operasional bank dalam bentuk penyaluran kredit, dapat terhambat jika mobilisasi dana tidak sesuai dengan jumlah permintaan pendanaan.

**Tabel 1.1**  
**Pembiayaan Murabahah**

<b>Indikator</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Pembiayaan murabahah kepada pihak ketiga bukan bank	91.867	93.642	99.385	109.702
Pembiayaan murabahah kepada pihak bank lain	7	5	19	37

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Dengan demikian dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pembiayaan murabahah kepada pihak ketiga bukan bank dari tahun ketahun meningkat setiap tahunnya. Sedangkan pembiayaan murabahah kepada pihak bank lain ditahun 2015 mengalami penurunan dan ditahun 2016 meningkat lagi hingga ketahun 2017.

Menurut UU No. 21/2008 disebutkan bahwa akad murabahah adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungannya disepakati. Dengan diubahnya kata jual beli dengan kata pembiayaan, secara implisit UU No. 28/2008 ini ingin mengatakan bahwa transaksi murabahah tidak

termasuk transaksi yang dikenakan pajak sebagai mana yang sekarang menjadi kendala bagi bank syariah.<sup>5</sup>

Kebutuhan nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah ditawarkan berbagai lembaga keuangan syariah salah satunya yaitu kebutuhan. Kebutuhan merupakan segala sesuatu yang harus dipenuhi oleh setiap orang. Dalam firman Allah SWT telah diperintahkan untuk mencari karunia Allah agar dapat memenuhi kebutuhan. Dalam menentukan pilhan untuk memenuhi kebutuhan tersebut, harus menyeimbangkan antara kebutuhan, preferensi dan ketersediaan sumber daya, hal inilah yang menghasilkan tingkat kebutuhan seorang konsumen dengan konsumen yang lain.<sup>6</sup> Maka dari itu, dalam pemenuhan kebutuhan seorang konsumen, bank akan berupaya membantu dalam pemenuhan kebutuhan tersebut melalui pembiayaan atau penyaluran dana.

Dalam menunjukkan produk yang dimiliki bank juga harus memberikan informasi kepada masyarakat melalui promosi. Promosi yang dapat dilakukan bank harus memberikan informasi yang tepat dimana komunikasi berperan penting, dalam hal ini promosi menjadi suatu yang berharga. Indriyo mengatakan dengan diadakannya promosi masyarakat mengetahui apa saja yang diberikan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung.<sup>7</sup> Namun tindakan

---

<sup>5</sup> <http://www.bi.go.id/id/tentangno.21/2008/bi/uu.bi> di akses hari senin, 12 Juni 2017 pukul 14.06.

<sup>6</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2006.

<sup>7</sup> Indriyo Gitosudarmo. *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta BPFE 2000. hlm. 235.

promosi oleh bank juga bisa mengurangi niat masyarakat bila dilakukan dengan tujuan yang tidak tepat atau berlebihan oleh karena itu bank harus dapat memanfaatkan dengan benar media promosi seperti iklan media cetak atau elektronik, promosi langsung atau mengadakan acara yang tersedia.<sup>8</sup>

Ketika masyarakat telah memiliki informasi yang didapat maka tindakan masyarakat selanjutnya untuk menjadi nasabah adalah melakukan kegiatan sebagai nasabah. Dalam hal ini, kualitas pelayanan mendapatkan peran, dimana kualitas pelayanan yang diterima konsumen menjadi penilaian atas pelanggan.<sup>9</sup> Selain itu, untuk memaksimalkan daya saing diantara lembaga keuangan yang ada perlu adanya peningkatan kualitas produk atau jasa, proses dan manusia.<sup>10</sup> Kualitas pelayan dapat diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas pelayanan merupakan suatu proses evaluasi menyeluruh pelanggan mengenai kesempurnaan kinerja layanan.<sup>11</sup> Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap anggota maupun calon anggota sehingga dapat menarik minat anggota atau calon anggota untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.

Bank Madina Syariah mempunyai beberapa jenis produk dan layanan seperti produk penghimpunan dan penyaluran dana, dan pelayanan payment poin dan

---

<sup>8</sup> Tri Astuti. Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus BRI Cabang Sleman). *Skripsi Universitas Yogyakarta* 2013. hlm. 5.

<sup>9</sup> Zeithaml, VA, A. Parasuraman and Leonard L. Berry. *The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service*. Prentice Hall, New York

<sup>10</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia 2010.

<sup>11</sup> Sofjan Assuari. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

layanan zakat, infaq dan sadaqoh. Penyaluran dana yang ditawarkan di Bank Madina Syariah meliputi pembiayaan murabahah, mudharabah, musyarakah, multijasa dan ijarah. Jumlah nasabah murabahah sebanyak 269 orang, nasabah mudharabah sebanyak 25 orang, nasabah musyarakah sebanyak 13 orang, nasabah multijasa sebanyak 23 orang dan nasabah ijarah sebanyak 1 orang.

Pokok permasalahan yang dibahas dalam tulisan ini adalah apakah kebutuhan modal, promosi dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah. Penelitian hanya dilakukan pada nasabah yang mengambil pembiayaan murabahah dan bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh kebutuhan modal, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kebutuhan Modal Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Murabahah”**.

## **B. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan secara benar, maka peneliti memandang penelitian yang diteliti perlu dibatasi variabelnya. Oleh karna itu, peneliti membatasi diri hanya berkaitan dengan variabel independen yaitu kebutuhan modal, promosi, dan pelayanan terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah.

### **C. Perumusan Masalah**

Dilihat dari latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kebutuhan modal berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah?
3. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah?
4. Apakah kebutuhan modal, promosi, dan pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kebutuhan modal terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah.
2. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah.
3. Mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah.
4. Mengetahui pengaruh kebutuhan modal, promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah.

## **E. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi, khususnya dalam ilmu perbankan syariah, untuk mendalami teori yang di peroleh selama menempuh perkuliahan di jurusan Perbankan Syariah dan terutama pengaruh kebutuhan modal, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Universitas Alma Ata Yogyakarta

Manfaat dari hasil penelitian ini sebagai bahan referensi yang dapat memberikan manfaat bagi peneliti dimasa mendatang dan juga tertarik untuk melakukan penelitian dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

#### b. Badan Instansi Terkait

Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi dan sumbangan pemikiran terhadap pemerintah dalam penentuan kebijakan yang berkaitan dengan usaha lembaga keuangan mikro maupun makro syariah.

#### c. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan terkait dengan masalah yang diteliti serta memberi kontribusi keilmuan bagi semua kalangan baik mahasiswa, dosen dan seluru kalangan aktifitas akademik dalam bidang keuangan Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Al-Quran**

Departemen Agama, 2005, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Diponogoro Bandung.

### **Referensi Buku**

Adiwarman A. Karim, 2004. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada), hlm.234.

Adiwarman Karim, 2003. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: IIT Indonesia), hlm. 161.

Ali Hasan, 2006. *Buku Saku Lembaga Bisnis Syariah*. (Jakarta: Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah).

Ali Hasan, 2010. *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Arikunto. S, 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: Rineka Cipta)

Asri, Marwan, 2003. *Marketing*. Jakarta: Erlangga.

Bambang, Riyanto. 2001. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi Keempat, Cetakan ketujuh, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta.

Burhan Bungin, 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Ekonomi dan Kebijakan Publik Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana), hlm. 119.

Dewi, Gemala. 2006. *Aspek-Aspek Hukum Dalam Perbankan dan Pengasuransian Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana, Jakarta.

Gitman, Lawrence J. 2006. *Principles of Managerial Finance*, seventeenth edition. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.

Gitosudarmo, Indriyo, 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*. Yogyakarta: BPEE.

Hasibuan, Melayu SP. 2005. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Indriyo Gitosudarmo.2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta BPFE. hlm. 235.

Imam Machali, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan praktis merencanakan, melaksanakan dan analisis dalam penelitian kuantitatif)*,(Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan), hlm. 100

Kasmir. 2002. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

\_\_\_\_\_. 2004. "*Pemasaran Bank*". Edisi Pertama. Jakarta: Prenada Media.

\_\_\_\_\_. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.

\_\_\_\_\_. 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.

- . 2012. *Dasar-dasar Perbankan Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. "*Prinsip-prinsip Pemasaran*". Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Jilid Dua Edisi Kesebelas*. Jakarta: Prehalindo.
- Mudrajad Kuncoro. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi 3. Jakarta Erlangga, hlm. 59.
- Muhammad (2005), *Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN), hlm. 128-130.
- Muhammad Muflih, 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Nur Rianto Al Arif, 2012. *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis dan Praktis*, (Bandung: CV Pustaka Setia), hlm. 150.
- Muhammad Syafi'i Antonio, 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, Cet.I. Jakarta: Gema Insani Press, hlm.160.
- \_\_\_\_\_, 2001 *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press), hlm. 101.
- Nur Al Arif M, 2010. *Dasar-Dasar dan Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Avabeta. hlm.42.
- Nur Indriatoro dan Bambang Supomo, *Metedologi Penelitian Bisnis dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 2002), hlm. 152.
- Rambat Lupioadi, A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ratminto dan Atik Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar; Yogyakarta.
- Riduwan dan Sunarto, 2009. *Pengantar statistika untuk penelitian pendidikan, sosial, ekonomi, komunikasi, dan bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sistaningrum. 2002. *Manajemen Promosi Pemasaran*. Jakarta: Index
- Sudarsono, Heri, 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. (Jakarta: Ekonisia) hlm. 18.
- Sofjan Assuari. 2006 *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto, 2002. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Sunaryo, 2013. *Hukum Lembaga Pembiayaan*. Jakarta: Sinar Grafika
- Supardi, 2005. *Meteodologi Peneletian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UII Pres.
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan ketiga. Rineka Cipta: Jakarta.

- Sutrisno Hadi, 1996. *Metode Research*. (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM).
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Asas-Asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), hlm. 44.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Umar Husein, 2005. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. hlm. 42-44.
- Zainuddin Ali. 2008. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Zainul Arifin. 2005. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet. hlm.200.
- Zeithaml, VA, A. Parasuraman and Leonard L.Berry. The Nature and Determinants of customer Expectations of service. Pre New York
- Jurnal, Skripsi, dan Tesis**
- Agus Wibowo & Sri Wartini. 2012. *Efisiensi Modal Kerja, Likuiditas dan Leverage Terhadap Profitabilitas*. Jurnal Dinamika Manajemen Vol. 3 No.1.
- Edy Yusuf Angunggunanto. 2011. *Teori Bagi Hasil (Profit And loss Sharing) dan Perbankan Syariah Dalam Ekonomi Syariah*. Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan, Juli, Vol 1, No 1.
- Famuktiathur, Fathur Rahman, 2010. Judul Skripsi” *Tijauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Pembiayaan Mudharabah di BMT Nu Sejahtera Mangkang Semarang*” Mahasiswa Fak. Syariah, Jurusan Muamalah
- Mardalis, Ahmad dan Edwin Zusrony. 2009. “*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Bank Syariah*”, Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol. 10, No. 2, Desember: p. 101-116.
- Maski, Ghozali. 2010. “*Analisis Keputusan Menabung: Pendekatan Komponen Dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang*”. Journal Of Indonesia Applied Economics, Vol. 4, No. 1, Mei: p. 43-57.
- Maulidah Kurniati, 2013. “*Analisis Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Kinerja Usaha Nasabah*” (Skripsi S1 Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang), hlm 27.
- Musnaini. 2010 “*Perilaku Nasabah Dalam Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Memilih Produk Bank Syariah*”. Jurnal ISSN: 2085-0972, Vol. 2, No. 1, Januari-Juni: p. 25-35.
- Tri Astuti.2013. Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus BRI Cabang Sleman). *Skripsi* Universitas Yogyakarta. hlm. 5

- Wahyu Rina Uswatun Hasanah, 2009, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Arisan Haji Di Paguyuban Tabungan Biaya Ibadah Haji Fastabiqul Khairat Klaten 2007-2008,” skripsi sarjana strata satu UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, hlm 40.
- Yulianto, Firman. 2010. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pertimbangan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah di Kota Medan*, Jurnal Wacana ISSN: 1411-0199, Vol. 13, No. 4, Oktober: p. 537-551.
- Yupitri, Evi dan Raina Linda Sari. 2012. “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi nonMuslim Menjadi Nasabah Bank syariah Mandiri Di Medan*”, Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1, Desember: p. 46-60.
- <http://www.bi.go.id/id/tentang/bi/uu.bi> di akses hari kamis, 23 february 2017 pukul 23.20.
- <http://www.bankmadinasyariah.com/info-perusahaan/profil-perusahaan/> akses tanggal 14 Mei 2017 pada pukul 20.22.
- Undang-undang ini diakses pada 27 february 2017 pukul 11.20 dari <http://www.dpr.go.id/id/undang-undang/2008/21/UU/-Perbankan-Syariah>.