



## FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH BANK SYARIAH. STUDY KASUS PADA PELAKU BISNIS MUSLIM DI PASAR BARU DAN PASAR MANDONGA KENDARI

**Nurafiah Aswawi**

Universitas Muhammadiyah Kendari, Indonesia

Corresponding Author: [nurafiahaswawi@gmail.com](mailto:nurafiahaswawi@gmail.com)

<p><b>Info Article</b></p> <p>Received : 01 April 2024</p> <p>Revised : 03 May 2024</p> <p>Accepted : 01 Juni 2024</p> <p>Publication : 30 Juni 2024</p> <hr/> <p><b>Keyword :</b> Decisions, Customers, Muslim Business People, Islamic</p> <p><b>Kata Kunci :</b> Keputusan, Nasabah, Pelaku Bisnis Muslim, Bank Syari'ah</p> <hr/> <p><i>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</i></p> 	<p><b>Abstract:</b> <i>The objectives of this study are: (1) To explain the role of decision-making factors in encouraging Muslim business people to choose Islamic bank as places for financial transactions; (2) To explain the views of Muslim business people about the factors that encourage them to make decisions to choose Islamic bank as places consists of; for financial transactions. This research is a qualitative research using 30 informants and using qualitative data analysis according to Bugin which data reduction, data presentation, and data verification. The results of this study have shown that; (1) Attitudes of other people, situations, services, promotions and strategic locations/places are the most important factors that have influenced the decision of Muslim business people in Pasar Baru and Pasar Mandonga Kendari to choose a Sharia Bank as a place for financial transactions; (2) The views of Muslim business people in Pasar Baru and Pasar Mandonga Kendari regarding the factors that encourage them to make a decision to choose an Islamic bank as a place for financial transactions are positive views based on physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy.</i></p> <p><b>Abstrak:</b> Penelitian ini bertujuan (1) Untuk menjelaskan peran faktor-faktor penentu keputusan dalam mendorong pelaku bisnis Muslim untuk memilih Bank Syariah sebagai tempat transaksi keuangan; (2) Untuk menjelaskan pandangan para pelaku bisnis Muslim tentang faktor-faktor yang mendorong mereka menentukan keputusan untuk memilih Bank Syariah sebagai tempat transaksi keuangan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan 30 orang informan serta menggunakan analisis data kualitatif menurut Bugin yang terdiri dari; reduksi data, presentasi data, dan veifikasi data. Hasil penelitian ini telah menunjukkan bahwa; (1) Sikap orang lain, situasi, pelayanan, promosi dan lokasi/tempat yang startegis merupakan faktor-faktor terpenting yang telah mempengaruhi keputusan pelaku bisnis Muslim di Pasar Baru dan Pasar Mandonga Kendari untuk memilih Bank Syariah sebagai tempat transaksi keuangan; (2) Pandangan para pelaku bisnis Muslim di Pasar Baru dan Pasar Mandonga Kendari tentang faktor-faktor yang mendorong mereka menentukan keputusan untuk memilih Bank Syariah sebagai tempat transaksi keuangan adalah pandangan positif yang didasarkan pada bukti fisik, reabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati.</p>
---	--

## PENDAHULUAN

Bank Syariah merupakan salah satu Bank yang menjalankan segala aktivitasnya berdasarkan tuntunan Islam serta sangat berpegang teguh pada konsep-konsep Al-Quran dan Sunnah. Itulah sebabnya mengapa di dalam Bank Syariah tidak akan pernah memberikan beban bunga kepada nasabahnya. Adapun keuntungan yang dapat diraih oleh bank syariah adalah melalui proses perjanjian dari pihak bank dengan nasabah berkenaan dengan sistem bagi hasil (Nabila, 2023).

Perkembangan Bank syariah menjadi salah satu bank yang banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia. Bank tersebut telah diintegrasikan dengan tiga bank besar milik negara yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Mandiri Syariah disatukan menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Pengintegrasian ketiga bank tersebut memiliki kelebihan tersendiri, dimana jangkauan bank syariah akan lebih luas, komprehensif, dan pertumbuhan modal yang lebih besar dapat tercapai. Terlebih lagi adanya dukungan pemerintah melalui Kementrian BUMN kepada pihak BSI agar semakin memiliki daya saing global yang tinggi (Bella, Wahyudi, & Mubarok, 2023; Atikah, Ika, Maimunah, & Fuad, 2021; Ulfa, 2021).

Peluang meluasnya jangkauan masyarakat terhadap keberadaan BSI, secara konseptual akan mampu mendapatkan berbagai tanggapan bagi para calon nasabah. Banyak faktor yang secara teoritis dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam menentukan keputusan mereka menjadi nasabah di sebuah Bank, salah satunya adalah rekomendasi secara internal maupun eksternal (Bella, Wahyudi, & Mubarok, 2023). Selain itu, sosialisasi tentang jasa yang ditawarkan kepada masyarakat juga turut memberikan kontribusi terhadap kemungkinan seseorang mengambil keputusan terhadap apa yang ditawarkan kepadanya (Kotler & Keller, 2016).

Promosi juga dapat dianggap dapat memberikan pengaruh bagi setiap orang untuk menentukan minat mereka terhadap apa yang ditawarkan kepada mereka. Semakin menarik promosi yang sampai kepada masyarakat maka akan semakin memungkinkan rasa tertarik itu muncul di dalam diri seseorang (Erlangga, Tampi, & Kalangi, 2020). Baik promosi maupun berbagai faktor lain yang telah disebutkan tersebut, akan memiliki hubungan terhadap keputusan seseorang untuk menjadi nasabah pada bank syariah. Beberapa hasil penelitian terdahulu telah membuktikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam memilih bank tertentu (Fikriyah & Rafika, 2022). Lebih lanjut penelitian terdahulu lainnya menemukan fakta lain bahwa pengetahuan sama sekali tidak ada hubungannya dengan minat seseorang untuk memilih Bank

tertentu, akan tetapi kualitas pelayanan dan promosi lah yang memiliki peran tersebut (Apriyanti, 2021). Namun demikian penelitian lain menunjukkan bahwa pelayanan pada dasarnya tidak memiliki kontribusi positif dalam menentukan keputusan menjadi nasabah pada Bank tertentu, akan tetapi *brand* dan produk jasa yang ditawarkanlah yang mempunyai pengaruh pada keputusan masyarakat menjadi nasabah pada Bank tersebut (Wahyi, 2019). Penelitian lain menganggap bahwa pengetahuan, pelayanan, dan lokasi sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah (Indi, 2019).

Lebih lanjut, faktor pelayanan, promosi dan lokasi turut andil dalam mempengaruhi minat menjadi nasabah pada Bank syariah (Asas, Marina, Ak, Andrianto, & Ak, 2016). Berdasarkan hasil observasi awal penelitian ini, maka telah ditemukan fakta bahwa pihak BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Mandiri Syariah telah melakukan beberapa faktor yang telah diungkapkan oleh para peneliti sebelumnya baik itu berupa pelayanan, promosi dan lain sebagainya. Fakta tersebut seharusnya dapat menjadi dasar para nasabah memberikan keputusan terbaik mereka sehingga memilih Bank Syariah sebagai tempat mereka mendapatkan berbagai layanan keuangan serta tempat menyimpan uang yang baik. Meskipun demikian hal tersebut bertolak belakang dengan anggapan sebagian masyarakat tentang Bank Syariah yang pelayanannya agak sedikit rumit dan mahal serta keluhan lainnya berupa proses transaksi yang panjang dan rumit.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka terjadi kesenjangan antara harapan dan kenyataan teoritis dari beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan perbedaan faktor penyebab nasabah memutuskan untuk memilih bank syariah ditambah lagi dengan masalah observasi yang juga menunjukkan adanya perbedaan antara pernyataan pihak Bank Syariah dan beberapa orang masyarakat sehingga dibutuhkan langkah ilmiah guna menjawab masalah tersebut melalui penelitian yang berjudul “Faktor-faktor yang menentukan keputusan nasabah memilih bank syariah (Study kasus pada pelaku bisnis Muslim di Pasar Baru dan Pasar Mandonga Kendari)”

Berdasarkan latarbelakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimanakah peran faktor-faktor penentu keputusan dapat mendorong pelaku bisnis Muslim di Pasar Baru dan Pasar Mandonga Kendari untuk memilih Bank Syariah sebagai tempat transaksi keuangan?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan jasa perbankan pada Bank Syariah?

## METODE

Ditinjau dari jenis datanya yang telah digunakan dalam penelitian ini, maka desain penelitian yang akan digunakan adalah deskriptif kualitatif fenomenologis. Jenis penelitian ini dimaksudkan untuk memahami fenomena- fenomena yang dialami oleh objek penelitian secara holistik, melalui proses deskripsi dalam bentuk kata-kata dan pola bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai jenis metode ilmiah (Creswell, 2012)

Penelitian ini telah dilakukan pada masyarakat di Pasar Baru dan Pasar Mandonga. Alasan pemilihan lokasi tersebut adalah:

1. Lokasi tersebut dekat dengan tempat tinggal peneliti sehingga memungkinkan peneliti mengakses informasi terkait penelitian ini dengan lebih mudah dan efektif.
2. Lokasi tersebut merupakan tempat seluruh elemen masyarakat berkumpul, yang mana secara konseptual lebih didominasi oleh orang- orang yang memperoleh informasi terkait bank syariah lebih dominan sebab ditempat tersebut banyak pelaku bisnis sekala menengah yang berhubungan dengan berbagai macam Bank, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengklasifikasi orang-orang yang memilih menjadi nasabah di bank syariah untuk dijadikan informan penelitian..

Populasi merupakan area generalisasi dari objek yang diteliti sedangkan sampel merupakan keterwakilan dari populasi yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2013). Adapun populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh pelaku bisnis Muslim di Pasar Baru dan Pasar Mandonga Kendari yang jumlahnya tidak diketahui. Oleh karena itu maka pengambilan sample yang berkedudukan sebagai informan penelitian ini akan dilakukan dengan teknik *sampling purposive*, yaitu sebuah teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Oleh karena itu maka jumlah sampel yang berkedudukan sebagai informan dalam penelitian ini sebanyak 30 orang dengan pertimbangan sebagai berikut :

1. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui;
2. Jumlah sampel ideal dalam penelitian ini secara teoritis antara 30 hingga 500 (Sugiyono, 2013);
3. Ke-30 orang tersebut adalah pelaku bisnis Muslim di Pasar Baru dan Pasar Mandonga Kendari dan dipilih berdasarkan asumsi bahwa mereka telah memilih menjadi nasabah pada bank syariah sehingga segala hal yang berkaitan dengan faktor-faktor yang menentukan keputusan nasabah memilih bank syariah dapat terjawab.

Informan dalam penelitian ini berkedudukan serupa dengan sampel penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah masyarakat pada dua lokasi penelitian yang dipilih berdasarkan pada latar belakang informan yang telah jadi nasabah pada Bank Syariah sehingga rumusan masalah penelitian ini dapat terjawab.

Adapun jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 30 orang yang terdiri dari 15 orang informan yang diambil dari pasar baru dan 15 orang informan berasal dari pasar Mandonga. Ke-30 orang informan tersebut dianggap dapat memberikan informasi mendalam terkait dengan faktor-faktor yang menentukan keputusan nasabah memilih bank syariah.

Teknik pengumpulan data yang telah dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data primer, Jenis wawancara dalam penelitian ini telah menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara yang tidak dilakukan secara sistematis tentang apa yang telah ditanyakan dengan tujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, pihak yang di ajak wawancara telah diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dengan disertai pendapat dan ide-idenya secara terbuka. Adapun lembar interview dalam penelitian ini terdiri dari 6 pertanyaan terbuka yang berkaitan dengan faktor-faktor yang menentukan keputusan nasabah memilih bank syariah. Adapun 6 pertanyaan tersebut masih dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pengambilan data penelitian, hingga data yang diperoleh jenuh (Sugiyono, 2013).

Lebih lanjut, untuk keabsahan data yang telah dikumpulkan melalui teknik pengumpulan data tersebut di atas, maka penelitian ini juga telah menggunakan triangulasi sebagai metode sintesa seluruh data terhadap kebenarannya dengan menggunakan metode pengumpulan data yang lain atau berbagai paradigma triangulasi berupa;

- 1) Triangulasi data, menggunakan data dari waktu, dan orang yang berbeda;
- 2) Triangulasi teori, menggunakan berbagai perspektif teoritis dalam penelitian;
- 3) Triangulasi metodologis, menggunakan metodologi yang berbeda untuk mendekati topik sama.

Teknik analisis data yang telah digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan langkah-langkah analisis data mengalir seperti yang dikemukakan oleh Bungin dalam (Sugiyono, 2013), yaitu sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*). Langkah ini dapat dimaknai sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data mentah

yang berasal dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Langkah ini akan dilakukan sejak pengumpulan data dimulai dalam bentuk ringkasan, menelusur tema, membuat gugus-gugus, memberikan pernyataan, dan sebagainya dengan maksud melakukan penyeleksian data/informasi sehingga ditemukan data yang relevan.

2. Presentasi Data (*Presentation of data*). Pada tahap ini dilakukan pengelompokan data yang dianggap valid dan akan dideskripsikan secara teoritis dalam bentuk teks naratif, matrik, diagram, tabel dan bagan.
3. Verifikasi dan Penguatan Kesimpulan (*Conclusion Drawing and Verification*). Merupakan kegiatan akhir dari analisis data. verifikasi dilakukan guna menetapkan keabsahan data yang disajikan dalam bentuk penjelasan yang dikaitkan dengan teori serta penarikan Kesimpulan

Berdasarkan keterangan di atas, maka setiap tahap dalam proses tersebut dilakukan untuk mendapatkan keabsahan data dengan menelaah seluruh data yang ada dari berbagai sumber yang akan didapatkan baik di lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya melalui metode wawancara dan studi dokumentasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

#### **Peran Faktor-Faktor Penentu Keputusan memilih Bank Syariah Sikap orang lain**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap orang-orang yang ada disekitar para pelaku bisnis muslim yang ada di pasar Baru dan pasar Mandonga juga berkontribusi dalam menetapkan keputusan mereka untuk menjadi nasabah di Bank Syaria<sup>h</sup>. ...Saya sendiri merasa bahwa teman-teman pedangan yang duluan menjadi Nasabah Bank syaria<sup>h</sup> lebih mudah dalam mengelola keuangan mereka ketika menjadi nasabah Bank Syaria<sup>h</sup>, dari situ saya juga memutuskan untuk mengikuti teman saya tersebut... (Wawancara Informan 001, 19/05/2023)

Sikap orang-orang disekitar para pelaku bisnis Muslim telah dapat memicu mereka untuk mempertimbangkan hal-hal positif yang dapat diperolehnya ketika menjadi nasabah pada Bank Syaria<sup>h</sup>. ...Beberapa informasi yang saya peroleh dari teman-teman pedangan Muslim lainnya adalah bahwa Dengan bertransaksi dengan bank syariah, kelebihan utama yang kita dapatkan adalah terhindar dari riba. Dalam sistem bank syariah, tidak mengenal sistem bunga sehingga bebas riba. Sebagai gantinya, bank akan memberikan nisbah bagi hasil berdasarkan perkembangan finansial perusahaan. Dari sinilah saya berinisiatif untuk ikut gabung menjadi nasabah Bank Syaria<sup>h</sup>... (Wawancara Informan 002, 19/05/2023)

Pernyataan tersebut juga sejalan dengan seluruh informasi yang telah diperoleh dari informan lainnya dalam penelitian ini (Informan, 004-010). Hal lain yang diperoleh dari orang-orang disekitar para pengusaha Mulim sehingga menjadikan mereka mau menjadi nasabah Bank Syari'ah telah diungkapkan oleh informan 011 sebagai berikut. ...Pengaruh dari orang-orang disekitar saya yang telah terlebih dahulu menjadi nasabah Bank Syari'ah adalah mengenai Bank tersebut yang memiliki sistem transparansi yang baik sehingga seluruh nasabah maupun calon nasabahnya dapat mengetahui pertumbuhan perusahaan... (Wawancara Informan 011, 19/05/2023)

Pada bank konvensional, pengelolaan dana dapat dilakukan pada seluruh lini bisnis yang menguntungkan sesuai dengan aturan Undang- Undang yang berlaku. Sedangkan pada bank syariah, pengelolaan dana nasabah hanya dapat diinvestasikan pada bidang usaha yang sejalan dengan aturan Islam dan sesuai dengan prinsip syariah. Kondisi ini juga menjadi dasar bagi para pelaku bisnis Muslim untuk terpengaruh menjadi Nasabah di Bank Syari'ah mana kala informasi tersebut dinyatakan secara terbuka oleh mereka yang telah terlebih dahulu bergabung. ...Sikap teman-teman saya yang memutuskan bergabung di Bank syari'ah dengan alasan Bank itu mengelola dana nasabah pada bidang usaha tertentu sesuai dengan aturan Islam dan sesuai dengan perinsip syari'ah membuat saya juga memutuskan untuk bergabung menjadi Nasabah di Bank Syari'ahh... (Wawancara Informan 012, 20/05/2023)

Sikap orang lain yang turut mempengaruhi para pelaku bisnis Muslim juga berupa sikap positif orang-orang disekitar mereka tentang Pada bank syariah, yang mengelola dana nasabah hanya untuk kepentingan dan kemaslahatan umat. Dengan kata lain, dana dari umat digunakan untuk kepentingan umat. Penggunaan dana perbankan mempunyai persyaratan yang mewajibkannya untuk aktivitas yang halal saja....Sikap teman-teman sesama pelaku bisnis Muslim terhadap Bank Syari'ah yang mengelola dana dari umat digunakan demi kepentingan umat, telah mempengaruhi sikap saya untuk ikut menjadi nasabah pada Bank Syari'ah... (Wawancara Informan 013, 20/05/2023)

Sikap positif orang-orang disekitar calon nasabah mengenai penggunaan dana ummat kepada umat merupakan hal yang sangat baik dimata para pelaku bisnis Muslim. Hal tersebut secara langsung akan menjadikan mereka mempertimbangkan untuk mengambil keputusan menjadi nasabah pada Bank Syari'ah. Selain itu, Jika menabung di bank syariah, para nasabah akan menerima peringatan dini jika kondisi perusahaan dalam bahaya. Mengingat bank syariah bersifat transparan, informasi kondisi perusahaan ini akan didapatkan oleh seluruh nasabah. Sehingga para nasabah masih dapat

menyusun strategi terhadap langkah apa yang akan diambil untuk menyelamatkan dana yang disimpan pada bank tersebut. ...Teman-teman pelaku bisnis Muslim lainnya di pasar ini sangat positif terhadap jaminan keamanan dana nasabah di Bank Syariah. Sikap positif merekalah yang kemudian menjadikan saya memjutsukan untuk menjadi nasabah di Bank tersebut...(Wawancara Informan 014, 20/05/2023)

Sikap positif orang lain terhadap bank syariah yang menjadi bahan pertimbangan pelaku usaha Muslim untuk menjadi nasabah pada Bank Syariah adalah adanya produk-produk khusus yang tidak dimiliki oleh bank konvensional. Beberapa produk dan layanan tersebut meliputi tabungan haji dan umrah, deposito syariah, zakat, infaq, wakaf, hingga tabungan qurban. Saya pernah diberitahu oleh teman-teman yang sudah menjadi nasabah pada Bank Syariah tentang sikap mereka yang terkagum dengan berbagai produk dari bank tersebut berupa tabungan haji dan umrah, deposito syariah, zakat dan infaq bahkan tabungan qurban juga ada. Dari sikap positif itulah sehingga saya juga tertarik untuk gabung menjadi nasabah pada Bank Syariah... (Wawancara Informan 015, 20/05/2023)

Pernyataan informan tersebut juga sejalan dengan apa yang dihadapi oleh seluruh informan lainnya. Dengan kata lain, sikap positif orang-orang yang ada disekitar para pelaku bisnis muslim tentang bank syariah dapat menjadi alternatif yang tepat untuk memanfaatkan layanan keuangan sekaligus menjadi sarana untuk meningkatkan ibadah telah mampu menjadi pengaruh yang besar terhadap keputusan mereka untuk menjadi Nasabah pada Bank Syariah.

### **Faktor Situasi**

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa situasi yang di hadapi oleh pelaku bisnis Muslim telah berperan penting dalam menentukan keputusan mereka memiliki untuk menjadi Nasabah pada Bank Syariah. Seluruh informan mengungkapkan hal yang sama, bahwa situasi yang mereka hadapi telah mempengaruhi mereka untuk menjadi Nasabah pada Bank Syariah. Seluruh pelaku usaha Muslim berada pada situasi dimana mereka menginginkan modal usaha namun menghindari bunga. Maka dari itu Bank syariah menjadi solusi terbaik. Rata-rata teman-teman pelaku bisnis yang Muslim pasti menginginkan pengembangan modal usaha. Akan tetapi untuk mendapatkannya dibutuhkan pertimbangan yang tidak ringan. Pertimbangan utamanya adalah menghindari diri dari pinjaman berbunga. Disinilah situasi yang mendorong kami yang Muslim untuk memilih Bank Syariah sebagai solusi...

(Wawancara Informan 01, 20/05/2023) Dalam Islam pinjaman berbunga adalah hal yang menyalahi perintah Allah SWT. Oleh Karen itulah sehingga banyak dari pelaku usaha Muslim menghindarinya. Akan tetapi untuk mengambangkan modal usahanya, mereka tetap melakukan pinjaman pada Bank Syariah yang memiliki resiko yang sangat ringan. Dalam kasus peminjaman dana pada Bank Syari"ah, lembaga tersebut akan bertanggungjawab 50% dari kerugiannya.

Kami semua sangat ingin menjadi nasabah Bank Syari"ah karena saat situasi kami yang sangat membutuhkan permodalan bebas riba, kami menemukan solusi di Bank Syari"ah ... (Wawancara Informan 02, 20/05/2023) Pernyataan tersebut juga selaras dengan seluruh informasi yang telah diperoleh dari seluruh informan lainnya dalam penelitian ini. Kondisi yang di hadapi oleh seluruh pelaku bisnis Muslim pada lokasi penelitian ini telah menjadi dasar utama mereka untuk mengambil keputusan untuk menjadi nasabah pada Bank BRT Syari"ah. Dalam hal tersebut mereka akan terlebih dahulu menganalisis informasi lengkap mengenai persoalan yang dihadapinya yang pada akhirnya akan bermuara pada alternatif solusi yang jelas yaitu menjadi nasabah BRI syariah, selain itu hasil yang akan dicapai melalui solusi tersebut dapat diperkirakan

### **Pelayanan**

Hasil penelitian yang telah di lakukan telah menunjukkan informasi bahwa para pelaku bisnis Muslim telah memutuskan untuk menjadi nasabah pada Bank Syari"ah akibat dari indikator pelayanan yang dinerikan oleh pihak Bank Syari"ah. Seluruh informan penelitian ini telah memberikan penjelasan yang sejalan dengan apa yang disampaikan oleh informan berikut ini. Pelayanan pada Bank Syari"ah yang lebih mengutamakan kenyamanan bagi nasabah ditambah lagi keramahan para pegawainya membuat saya merasa nyaman untuk bergabung pada Bank Syar"ah. (Wawancara Informan 27, 20/05/2023)

Pelayanan prima yang diberikan oleh Bank Syari"ah meriupakan pelayanan terbaik yang telah mampu menjadi indikator utama penentu keputusan para pelaku bisnis Muslim untuk menjadi nasabah pada Bank Syar"ah. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pelayanan prima merupakan salah satu kunci untuk mendapatkan pelanggan baru, sekaligus mempertahankan kan pelanggan lama.

Pelayanan prima adalah salah satu faktor yang adapat menjadikan kami mau untuk menjadi nasabah pada Bank Syari"ah. Bila pelayanan pada Bank tersebut tidak memuaskan tentunya kami tidak akan mau menjadi nasabah pada Bnk tersebut.... (Wawancara Informan 30, 20/05/2023) Berdasarkan pernyataan informan tersebut di atas

maka perlu dipahami bahwa proses memberikan pelayanan prima oleh pihak Bank Syariah berupa pelayanan yang mengacu pada kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Kepuasan sebagaimana dimaksud adalah tingkat perasaan seseorang nasabah setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Jika kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa. Jika kinerja sesuai harapan, pelanggan akan merasa puas, dan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Harapan masyarakat atau pelanggan terhadap pelayanan prima yang diberikan oleh Bank Syariah adalah layanan yang dapat terus ditingkatkan kearah yang semakin baik (*better*), semakin cepat (*faster*), semakin baru (*newer*), semakin murah (*cheaper*), dan juga semakin sederhana (*simpler*). Pihak Bank Syariah dalam penelitian ini telah mampu menarik kepercayaan pelanggan atau nasabah sebagai satu kesatuan yang sulit dipisahkan dan merupakan sebuah aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis untuk memenangkan persaingan.

Persaingan dunia perbankan yang sangat ketat saat ini tidak dapat dihindari lagi, namun agar suatu bank dapat diterima oleh nasabah harus mampu membuat nasabah percaya dengan bank tersebut. Perilaku nasabah terhadap bank sering berubah sehubungan dengan karakter yang dimiliki oleh nasabah. Oleh karena itu pelayanan primapun telah ditingkatkan oleh pihak Bank Syariah.

### **Promosi**

Berdasarkan hasil penelitian ini maka telah diperoleh data tentang peran promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah dalam rangka mengarahkan keputusan pelaku bisnis Muslim untuk menjatuhkan keputusan mereka menjadi nasabah pada Bank Syariah. Sebenarnya saya dan teman-teman dipasar ini kebanyakan memberikan pertimbangan yang pada akhirnya memutuskan untuk menjadi nasabah Bank Syariah karena adanya beberapa promosi yang kami anggap menarik dan masuk akal tentang progress dari Bank Syariah..... (Wawancara Informan 28, 20/05/2023)

Pernyataan informan tersebut di atas selaras dengan apa yang diungkapkan oleh seluruh informan dalam penelitian ini. Media promosi menjadi acuan bagi setiap individu dalam melakukan segala aktifitasnya guna mendapatkan hasil yang sesuai dengan keinginannya. Bank Syariah adalah bank yang dijalankan dengan prinsip hukum islam dalam kegiatan operasionalnya. Telahh banyak bank syariah yang berdiri sejak lama namun harus tetap berjuang untuk menghasilkan kinerja terbaiknya ditenga-tengah persaingan dengan bank konvensional.

Dengan alasan tersebut bank syariah segera melakukan pemasaran yang mana mereka mengenalkan produk di bank syariah kepada para nasabah guna memenuhi tingkat kepuasan para nasabah dalam bertransaksi. Banyak konsep pemasaran yang di gunakan oleh sejumlah bank syariah selama mereka tetap menjalankan *Corporate Ethical Edentity* (Identitas Etik Perusahaan), untuk itu maka bank syariah menerapkan sejumlah strategi pemasaran guna menarik minat nasabah agar beralih ke bank syariah. Beberapa bentuk promosi yang dilakukan berupa periklanan (*Advertising*), Promosi Penjualan, Publisitas, Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), Orang (*People*).

### **Lokasi/Tempat (*Place*)**

Hasil penelitian ini telah menunjukkan bahwa lokasi Bank Syariah telah berkontribusi terhadap keputusan pelaku bisnis Muslim untuk menjadi Nasabah. Saya menganggap bahwa lokasi dan tempat didirikannya Bank Syariah sebagai salah satu dari sekian alasan saya untuk mau menjadi Nasabah Bank Syariah. Bila posisinya dekat akan sangat mudah dijangkau ketika ada hal-hal berkaitan dengan keuangan yang akan diselesaikan.... (Wawancara Informan 28, 20/05/2023)

Seluruh informan dalam penelitian ini sepakat dengan pernyataan tersebut kecuali informan 27 yang tidak mempersoalkan jarak atau lokasi Bank Syariah. Bagi saya buka masalah jarak lokasi dan tempat didirikannya Bank Syariah yang menjadi salah satu alasan saya menjadi nasabah, bagi saya lokasi itu yang terpenting bukan jarak akan tetapi keberadaannya masih dalam satu wilayah yang meskipun jauh tetapi masih ada akses kendaraan untuk menuju ketempat itu dengan waktu yang maksimal.... (Wawancara Informan 27, 20/05/2023)

Sebenarnya antara informan 27 dengan informan lainnya punya titik temu. Yang dimaksud dengan strategis tidaknya lokasi Bank Syariah mengacu pada ketersediaan sarana transportasi yang dapat memudahkan kita menemukannya dan bertransaksi di dalamnya. Apa lagi saat ini sudah banyak kendaraan-kendaraan umum yang dapat mengantarkan kita menuju Bank Syariah.

Lokasi Bank Syariah merupakan tempat dimana ditawarkan produk perbankan dan pusat pengendalian bank. Bank yang terletak dalam lokasi strategis dalam penelitian ini telah memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Kondisi inilah yang kemudian dijadikan dasar pelaku bisnis Muslim untuk menjadi nasabah.

### **Pandangan Tentang Faktor-Faktor Pendorong Keputusan Memilih Bank Syariah**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik sikap orang lain, situasi, pelayanan, promos maupun lokasi/tempat (*Place*) merupakan beberapa poin penting yang menjadikan para pelaku bisnis Muslim untuk mau menjadi nasabah pada Bank Syariah. Kenyataan tersebut sesuai dengan apa yang telah diungkapkan oleh seluruh informan dalam penelitian ini.

Saya menganggap bahwa faktor-faktor yang ditanyakan kepada saya tentang alasan untuk menjadi nasabah pada dasarnya memang tepat. Nilai dari baik sikap orang lain, situasi, pelayanan, promos maupun lokasi/tempat memang punya peran besar dalam hidup saya untuk memutuskan pertimbangan menjadi nasabah Bank Syariah.... (Wawancara Informan 30, 10/06/2023)

Faktor-faktor yang telah mempengaruhi pelaku bisnis Muslim untuk menjadi nasabah pada Bank Syariah telah dipresepsikan positif oleh mereka sebagai bentuk pengetahuan mengenai perbankan syariah sebagai sistem perbankan yang menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah. Dengan prinsip utama kemitraan dan kebersamaan dalam sistem syariah baik pihak bank maupun nasabah mendapatkan keuntungan, karena kegiatan yang dilakukannya tidak menggunakan sistem bunga melainkan dengan sistem bagi hasil.

Bagi saya baik sikap orang lain, situasi, pelayanan, promos maupun lokasi/tempat memang semuanya adalah bentuk pengetahuan yang menjadi dasar saya untuk mau menjadi nasabah. Dan kesimpulan akhir dari semuanya adalah bahwa saya akhirnya faham bahwa bila ingin bertransaksi dengan bank tapi masih sesuai dengan prinsip Islam maka Bank Syariah adalah tempatnya... (Wawancara Informan 25, 11/06/2023) Dengan demikian maka baik sikap orang lain, situasi, pelayanan, promos maupun lokasi/tempat pada hakikatnya menjadi seperangkat sumber pengetahuan konsumen sebab telah memberikan gambaran umum tentang semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam hal yang menyangkut produk/jasa, model pelayanan hingga keberadaannya yang kemudian dipertimbangkan oleh pelaku bisnis Muslim untuk menjadi Nasabah pada Bank Syariah tersebut.

Sikap orang lain, situasi, pelayanan, promos maupun lokasi/tempat yang telah ditanyakan pada saya dalam rangka menjadi indikator pertimbangan saya untuk memutuskan menjadi nasabah di Bank Syariah secara umum memang terbukti dapat membawa saya untuk berpikir positif pada Bank Syariah sehingga akhirnya saya pun memutuskan untuk mau menjadi nasabah.... (Wawancara Informan 23, 11/06/2023)

Bagi perbankan yang beroperasi dengan menggunakan sistem syariah, memahami konsumen sangat penting karena apa yang akan diperoleh, dimana diperoleh, kapan diperoleh, dan berapa banyak yang diperoleh akan tergantung kepada pengetahuan konsumen mengenai Sikap orang lain, situasi, pelayanan, promos maupun lokasi/tempat Bank tersebut.

Pengetahuan konsumen tentang ke -5 indikator tersebut pada akhirnya kan menjadikan para pelaku bisnis Muslim untuk menyimpulkan mau atau tidak untuk menjadi nasabah atau dengan kata lain kesimpulan tersebut merupakan bentuk dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mengenali, mencari, mengevaluasi, menggunakan dan bertindak setelah atau sebelum menggunakan produk/jasa maupun ide yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhannya.

## **Pembahasan**

### **Peran faktor-faktor penentu keputusan dalam mendorong pelaku bisnis Muslim di Pasar Baru dan Pasar Mandonga Kendari untuk memilih Bank Syariah sebagai tempat transaksi keuangan.**

Penduduk yang ada di Daerah Kota Kendari sebagian besar beragama Islam, sehingga hal tersebut merupakan pasar yang sangat besar bagi sebuah bank syariah untuk menarik minat para pelaku bisnis Muslim untuk mau menjadi nasabah. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi para pelaku bisnis Muslim untuk mau menjadi Nasabah Pada Bank Syaria<sup>h</sup>. Salah satu faktor yang telah diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sikap orang lain (Amirah & Fasa, 2023; Pratama & Nasution, 2023).

Sikap positif orang lain terhadap Bank Syariah pada dasarnya menjadi pondasi awal tentang pengetahuan mereka tentang Bank Syaria<sup>h</sup> (Hafizha & Anggraini, 2023; Izzuddin & Ilahiyyah, 2022). Hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa para informan mendapatkan informasi tentang sikap positif yang banyak diungkapkan oleh orang-orang yang telah bergabung menjadi nasabah pada Bank Syaria<sup>h</sup>. Salah satu sikap positif tersebut menjelaskan pada mereka tentang Bank Syaria<sup>h</sup> sebagai sistem perbankan yang menjalankan atau mengimplementasikan prinsip-prinsip syaria<sup>h</sup> di dalamnya. Perbankan syariah merupakan sistem dalam perbankan yang menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah, dengan menggunakan prinsip utama yaitu kemitraan dan kebersamaan dalam sistem syariah baik dari pihak bank maupun dari pihak nasabah mendapatkan keuntungan, dikarenakan kegiatan yang dilakukan menggunakan sistem bagi hasil (Assegaf, 2023). Sebagai lembaga keuangan syariah,

diharapkan perbankan syariah memiliki komitmen untuk mewujudkan keadilan dan kesejahteraan hidup manusia (al-falah) secara umum.

Keadilan yang dimaksud adalah menciptakan keseimbangan dalam bermuamalah, tidak mendholimi sesama demi mendapatkan hasil yang banyak dengan menempuh cara yang *bathil*. Perbedaan produk dari industri perbankan syariah itu yang menjadi keunggulan, diberikannya pengertian mengenai produk-produk yang begitu beragam dan berbeda (Fikri, Nurnasrina, & Sunandar, 2023). Perbedaan tersebut menjadi salah satu daya tarik terhadap keputusan konsumen maupun nasabah dalam menggunakan bank syariah. Keunggulan pada perbankan syariah yaitu menciptakan rasa aman dengan pihak bank dengan tidak menggunakan besarnya keuntungan dari adanya bunga, maka hal tersebut menunjukkan bahwa dilarangnya riba oleh kaum muslim. Dengan adanya perbedaan ini menjadikan perbankan syariah bebas riba sehingga masyarakat atau konsumen akan lebih tertarik dibandingkan dengan produk pesaing lainnya.

Faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan nasabah yaitu pelayanan (Hilman, Fitriani, & Soleh, 2023). Pelayanan merupakan Tindakan dalam menolong, membantu langsung para nasabah. Kualitas penting bagi perbankan dikarenakan persaingan antar masing-masing dari setiap bank yang semakin begitu ketat. Salah satu bentuk upaya dalam meningkatkan *market share* adalah dengan meningkatkan pelayanan terhadap nasabah itu sendiri (Yuristama, Muhardi, & Nurhasanah, 2023). Lebih lanjut situasi para pelaku bisnis Muslim dalam hal permodalan dan lain-lainnya telah mampu mempertimbangkan segala manfaat yang disediakan oleh Bank Syari'ah terhadap masalah yang mereka hadapai tersebut. Pada dasarnya pihak Bank Syar'ah memberikan perhatian yang besar pada perubahan situasi hidup dan dampak situasi itu terhadap perilaku konsumtif nasabahnya.

Faktor selanjutnya adalah promosi, dimana promosi merupakan salah satu teknik pemasaran (Pransiska, Pangiuk, & Hafiz, 2023). Pemasaran tidak hanya membicarakan mengenai produk, harga produk dan mendistribusikan produk, tetapi juga mengkomunikasikan produk ini kepada masyarakat agar produk itu di kenal dan ujung-ujungnya di konsumsi. Strategi promosi yang digunakan pihak Bank Syari'ah pada hakikatnya merupakan sebuah program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang di rancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen, menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberikan kontribusi pada kinerja laba jangka panjang. Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk

menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Selain juga harus memperkerjakan, melatih dan memotivasi wiraniaganya (Syarifah, Hasanudin, & Marzuki, 2023).

Faktor terakhir yang mempengaruhi para pelaku bisnis muslim untuk mau menjadi nasabah Bank Syariah adalah lokasi (Hilman, Fitriani, & Soleh, 2023). Lokasi pelayanan jasa yang digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan kunci keputusan. Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Dalam bisnis jasa bank, penentuan lokasi dimana bank akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting.

Dalam persaingan ketat penentuan lokasi mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Penentuan lokasi bagi industri perbankan lebih ditekankan kepada lokasi cabang (Melani, 2022). Penentuan lokasi kantor cabang bank dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Demikian sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank.

### **Pandangan Para Pelaku Bisnis Muslim Di Pasar Baru Dan Pasar Mandonga Kendari Tentang Faktor-Faktor Yang Mendorong Mereka Menentukan Keputusan Untuk Memilih Bank Syariah Sebagai Tempat Transaksi Keuangan.**

Terdapat beberapa dimensi yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah dalam memandang hal-hal utama yang menjadi dasar mereka mengambil keputusan menjadi nasabah Bank Syariah. Persepsi seorang nasabah terhadap sikap orang lain, situasi, pelayanan, promosi maupun lokasi/tempat meliputi persepsi yang berhubungan bukti fisik (*tangibles*), reabilitas (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) (Meilani & Sugiarti, 2022).

Mengacu pada ke-5 indikator penentu keputusan tersebut maka bukti fisik tentang seluruh indikator dapat dilihat oleh pelaku bisnis Muslim dalam bentuk orang-orang yang memang secara nyata terlebih dahulu merasakan manfaat menjadi nasabah (Indi, 2019). Untuk situasi sendiri merupakan sebuah keabsahan nyata tentang hal-hal atau fenomena usaha yang dirasakan oleh pelaku bisnis Muslim dalam menjalankan usahanya sehingga membutuhkan pengembangan modal melalui Bank Syariah.

Dari segi pelayanan yang terbaik oleh pihak Bank Syariah sendiri sebagai salah satu penentu keputusan telah meningkatkan daya tanggap para pelaku bisnis Muslim yang positif yang pada akhirnya mendorong mereka untuk bergabung menjadi nasabah (Mawaddah, 2015). Selain itu promosi melalui Bergam periklanan dan lainnya yang berisikan jaminan dan

Pemahaman tentang apa yang dirasakan dan dipikirkan oleh para pelaku bisnis Muslim ditambah dengan lokasi strategis yang menjadi bukti konkrit keberadaannya di wilayah Kota Kendari pada hakikatnya telah menggambarkan persepsi positif mereka dalam memutuskan untuk menjadi nasabah pada bank Syariah. Segala bentuk persepsi positif terhadap ke-5 indikator penentu keputusan tersebut merupakan gambaran umum tentang kualitas Bank Syariah yang baik.

## **KESIMPULAN**

Berasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Sikap orang lain, situasi, pelayanan, promosi dan lokasi/tempat yang startegis merupakan faktor-faktor terpenting yang telah mempengaruhi keputusan pelaku bisnis Muslim di Pasar Baru dan Pasar Mandonga Kendari untuk memilih Bank Syariah sebagai tempat transaksi keuangan.
2. Pandangan para pelaku bisnis Muslim di Pasar Baru dan Pasar Mandonga Kendari tentang faktor-faktor yang mendorong mereka menentukan keputusan untuk memilih Bank Syariah sebagai tempat transaksi keuangan adalah pandangan positif yang didasarkan pada bukti fisik, reabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustin, H. (2021). TEORI BANK SYARIAH. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(1), 67-83.
- Anwar, H. (2014). PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK MENGEMBANG KAN MUTU MADRASAH. *Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam*, 8 (1), 37-56.
- Apriyanti, L. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGAGRUH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH BANK SYARIAH. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1366–7.

- Asas, A. M., Marina., Andrianto. (2016). FAKTOR– FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI TERHADAP MINATMAHASISWA PERGURUAN TINGGI DI SURABAYA PRODI AKUNTANSI UNTUK MENGIKUTI PENDIDIKAN PROFESI AKUNTANSI (PPAK) DAN BEKERJA DI RUANG LINGKUP AKUNTANSI. Surabaya: Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Atikah, Ika, Maimunah, M., & Fuad, Z. (2021). PENGUATAN MERGER BANK SYARIAH BUMN DAN DAMPAKNYA DALAM STABILITAS PEREKONOMIAN NEGARA. SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I. 8(2), 32-515.
- Aulia, H., & Riani, W. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH. Conference Series: Economics Studie, 2, pp. 351-354. Bandung.
- Bella, A. R., Wahyudi, R., & Mubarak, F. K. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WARGA MUHAMMADIYAH MEMILIH BANK SYARIAH. JIEIS: Journal of islamic Economics and Islamic Studies, 1(1), 1-16.
- Creswell, J. W. (2012). EDUCATION RESEARCH: PLANNING, CONDUCTING, AND EVALUATING QUALITATIVE AND QUANTITATIVE RESEARCH. . New York: Pearson.
- Erlangga, R., Tampi, J. R., & Kalangi, J. A. (2020). PENGARUH BARUAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KOPI PADA HALU KOPINSPIRASI. Kopinspirasi. Jurnal Productivity, 197–202. .
- Fikriyah, K., & Rafika, R. (2022). ANALISIS MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH PADA SANTRI PONDOK PESANTREN ATTAQWA PUSAT PUTRI BEKASI. Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance, 2(1), 54.
- Hadi, A. N., & Muwazir, M. R. (2021). ISLAMIC BANKING SELECTION CRITERIA: A MULTI- ETHNIC PERSPECTIVE. Journal of Islamic Marketing, 12(5), 1063-1078.
- Indi, I. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DI KECAMATAN RAPPOCINI KOTA MAKASSAR). Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1–21.

- Jufrizen, J. (2016). ANALISIS ETIKA KERJA BERBASIS ISLAM PADA BANK SYARIAH DI KOTA MEDAN (No. nuj6q). Center for Open Science.
- Kaakeh, A., Hassan, M. K., & Van Hemmen Almazor, S. F. (2019). FACTORS AFFECTING CUSTOMERS' ATTITUDE TOWARDS ISLAMIC BANKING IN UAE. *International Journal of Emerging Markets*, 14(4), 668-688.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *MARKETING MANAGEMENT* Edisi 15. . New Jersey: Global Edition, Pearson Prentice Hall.
- Lipursari, A. (2013). PERAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN (SIM) DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN. *Jurnal STIE Semarang*, 5(1), 132855.
- Marimin, A., & Romdhoni, A. H. (2015). PERKEMBANGAN BANK SYARIAH DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02).
- Martha, E., & Kresno, S. (2016). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. Jakarta:: Rajawali Press.
- Mawaddah, N. (2015). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROFITABILITAS BANK SYARIAH. *Jurnal Etikonomi*, 14(2).
- Nabila, H. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH DI KECAMATAN MEDAN SUNGGAL. Sumatera Utara: Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sumatera Utara.
- Nurnasrina, A. P., & Putra, P. A. (2018). *MANAJEMEN PEMBIAYAAN BANK SYARIAH*. Pekannbaru: Publishing And Printing.
- Purnomo, S. D., Cahyo, H., & Mukharomah, S. A. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH PADA MASYARAKAT KABUPATEN BANYUMAS. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 6(2), 343- 350.
- Robinson, O. C. (2014). SAMPLING IN INTERVIEW-BASED QUALITATIVE RESEARCH: A THEORETICAL AND PRACTICAL GUIDE. 11(1), 25- 41. *Qualitative Research in Psychology*, 11(1), 25-41.
- Sari, N. (2016). MANAJEMEN DANA BANK SYARIAH. *Jurnal Ilmu Syariah: Al-Maslahah*, 12(1), 45-61.
- Sudjiman, P. E., & Sudjiman, L. S. (2018). ANALISIS SISTEM INFORMASI MANAJEMEN BERBASIS KOMPUTER DALAM PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN. *TeIKa*, 8(2), 55- 66.

- Sugiyono, D. (2013). METODE PENELITIAN PENDIDIKAN PENDEKATAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D. Jakarta: Bumi Aksara.
- Susana, E., & Prasetyanti, A. (2011). PELAKSANAAN DAN SISTEM BAGI HASIL PEMBIAYAAN AL-MUDHARABAH PADA BANK SYARIAH. *Jurnal keuangan dan Perbankan*, 15(3).
- Ulfa, A. (2021). DAMPAK PENGGABUNGAN TIGA BANK SYARIAH DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1101–6.
- Wahyi, B. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT DALAM MEMILIH JASA BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA KABUPATEN ROKAN HULU). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 94-185.
- Wangsawidjaja. (2012). PEMBIAYAAN BANK SYARIAH. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Yanti, L. A. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGAGRUH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH BANK SYARIAH. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1366-1