



### **Pengaruh Tingkat Pengetahuan Nasabah tentang Produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah**

**Herni Hermawati; Faisal**

Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Latifah Mubarakkiyyah Tasikmalaya, Indonesia

Email: [hernihermawati@gmail.com](mailto:hernihermawati@gmail.com)

#### **Abstract**

*This study discusses how the influence of the knowledge level of customers about savings products products iB muamalat Hajj and Umrah against the decision to become a customer. The purpose of this study to determine 1). Savings Product iB Muamalat Hajj and Umrah at Bank Muamalat Tasikmalaya. 2) The steps of Bank Muamalat in improving customer decisions on Savings product iB Muamalat Hajj and Umrah. 3) Influence of knowledge level of product customer of Tabungan iB Muamalat Hajj and Umrah toard decision to become customer in Bank Muamalat Tasikmalaya. This research uses quantitative method. Data collection techniques used field studies through direct observation to research sites, questionnaires distribution, interviews, documentation through documents, as ell as from several books. Data analysis technique with instrument test use validity, reliability, and normality test F (f test), partial test (t test), and tset of determination coefficient calculation. The results of this study show that, 1) Customer knowledge in Bank Muamalat Branch Office Tasikmalaya categorized quite well. Because it has been seen from the research results of the validity level of 0.678 ,0.707 ,0.711 ,0.739 ,0.652 ,0.530 ,0.666 ,0.659 and the value of R tabel 0.1975 from Question 1 to 8. 2) The decision to become a customer in Bank Muamalat Tasikmalaya Branch Office is categorized pretty good. Because it appears from results of research validity test of 0.669, 0.689, 0.702, 0.732, 0.677, 0.579, 0.632, 0.634 and R tabel value of 0.1975 from the results of questions 1 to 8 3) Based on the results of hypothesis testing to find the effect between customer knowledge variables to the decision to bt a customer that has been done, there is a significant influence between variable X (knowledge of customers) to Y (decision to be a customer) at Bank Muamalat Branch Office Tasikmalaya 10.5% means good enough.*

**Keywords:** Customer knowledge, Decision to be a customer.

#### **Abstrak**

*Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh tingkat pengetahuan nasabah tentang produk tabungan iB muamalat haji dan umrah terhadap keputusan menjadi nasabah. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui 1). Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Tasikmalaya. 2) Langkah-langkah Bank Muamalat dalam meningkatkan keputusan nasabah terhadap produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah. 3) Pengaruh tingkat pengetahuan nasabah produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan studi lapangan melalui observasi langsung ke tempat penelitian, penyebaran kuesioner, wawancara, dokumentasi melalui dokumen-dokumen, serta dari beberapa buku. Teknik*

*analisis data dengan uji instrument menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan normalitas sedangkan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier sederhana, Uji simultan F (uji f), uji parsial (uji t), dan uji perhitungan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, 1) Pengetahuan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Tasikmalaya dikategorikan cukup baik. Karena telah tampak dari hasil penelitian tingkat validitas sebesar 0,678, 0,707, 0,711, 0,739, 0,652, 0,530, 0,666, 0,659 dan nilai R tabel 0,1975 dari hasil pertanyaan 1 sampai 8. 2) Keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Tasikmalaya dikategorikan cukup baik. Karena tampak dari hasil penelitian uji validitas sebesar 0,669, 0,689, 0,702, 0,732, 0,677, 0,579, 0,632, 0,634 dan nilai R tabel 0,1975 dari hasil pertanyaan 1 sampai 8. 3) berdasarkan hasil pengujian hipotesis untuk mencari pengaruh antara variabel pengetahuan nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah yang telah dilakukan, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X (pengetahuan nasabah) terhadap Y (keputusan menjadi nasabah) di Bank Muamalat Kantor Cabang Tasikmalaya sebesar 10,5% artinya cukup baik.*

**Kata Kunci :** Pengetahuan nasabah, Keputusan menjadi nasabah.

## **PENDAHULUAN**

Saat ini kebanyakan masyarakat memang sudah tahu apa bank syariah, tetapi mereka tidak tahu produk-produk yang ditawarkan bank syariah, dikarenakan masyarakat yang tidak tahu produk-produk bank syariah tentunya tidak akan berminat untuk menggunakan jasa bank syariah karena mereka menganggap bahwa fasilitas penunjang yang diberikan masih kalah dengan fasilitas yang ditawarkan oleh bank konvensional, kecuali orang yang mempunyai keinginan kuat menabung pada bank syariah dikarenakan menghindari unsur riba. Pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah dan produk-produknya juga akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai bank syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka dalam memandang bank syariah pastinya rendah pula.

Menabung memiliki manfaat yang nyata di masa depan, salah satunya adalah untuk memenuhi kebutuhan biaya tak terduga, yang sudah umum dialami oleh semua orang, salah satu tempat untuk menabung uang yang aman adalah Bank. Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat Dana dari masyarakat yang disimpan dalam bentuk rekening giro, deposito, dan/atau tabungan kemudian dihimpun dan dikelola oleh bank. Simpanan yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank tersebut kemudian disalurkan oleh bank dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fungsi bank adalah sebagai lembaga perantara yang menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.

Sedangkan yang dimaksud dengan perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Berdasarkan ketentuan Pasal 3 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, tujuan penyaluran dana oleh perbankan syariah adalah menunjang pelaksanaan pembangunan, meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Perbankan syariah telah memberikan pengaruh yang signifikan pada praktik keuangan syariah lainnya, seperti asuransi syariah, obligasi dan reksadana syariah, perusahaan pembiayaan dan pasar modal syariah. Dengan berkembangnya perbankan syariah dan sektor

keuangan syariah lainnya, berarti telah terbentuk *dual system* ekonomi di Indonesia, yaitu ekonomi konvensional dan ekonomi syariah.

Salah satu bank syariah pertama yang ada di Indonesia yaitu Bank Muamalat, Bank Muamalat didirikan pada tanggal 1 November 1991 diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan oprasinya pada tanggal 1 Mei 1992. Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkokoh posisi Perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa dan produk yang terus dikembangkan.

Bank Muamalat memberikan informasi dan mensosialisasikan produknya kepada masyarakat mengenai tabungan iB muamalat haji dan umrah yaitu dengan cara memberikan pemahaman yang komperhensif dan integratif melalui sosial media, spanduk, dan brosur secara terus-menerus, sehingga akan tertanam pemahaman yang benar mengenai produk yang ditawarkan tersebut. Karena, pengaruh sosial media juga akan memupuk loyalitas yang kuat dibenak masyarakat, sehingga secara tidak sadar dengan sendirinya, mereka akan memahami tentang produk bank syariah yang disampaikan oleh pelaku perbankan tersebut.

Dari beberapa produk tabungan di Bank Muamalat, Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah merupakan salah satu produk yang ditawarkan Bank Muamalat kepada para nasabah, Bank Muamalat dipercaya sebagai Bank umum syariah pertama di Indonesia, sejak tahun 1999 Bank Muamalat selalu mendapat kepercayaan dari Kementrian Agama menjadi salah satu BPS BPIH (Bank Penerima Setoran Ibadah Haji). Karenanya, profesionalitas Bank Muamalat dalam mengantarkan nasabah-nasabahnya untuk bisa berangkat beribadah haji dan umrah tak perlu diragukan lagi.

Tabel  
Data Nasabah Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah

Tahun	Jumlah Nasabah Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah
2014	5.915
2015	6.236
2016	8.251
2017	8.567

Menurut Notoatmodjo, pengetahuan seseorang terhadap objek mempunyai intensitas atau tingkat yang berbeda-beda Pengetahuan adalah informasi atau maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang. Pada umumnya pengetahuan memiliki kemampuan prediktif terhadap sesuatu sebagai hasil pengenalan atas suatu pola. Manakala informasi dan data sekedar berkemampuan untuk menginformasikan atau bahkan menimbulkan kebingungan, maka pengetahuan berkemampuan untuk mengarahkan tindakan.

Pengetahuan konsumen juga merupakan semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan

produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan terbagi menjadi tiga jenis pengetahuan produk yaitu:

1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk.
2. Pengetahuan tentang manfaat produk.
3. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh produk/jasa bagi konsumen.

Berikut indikator dari pengetahuan nasabah :

1. Akad
2. Jumlah Setoran awal
3. Nama Produk Tabungan

Setiap konsumen melakukan berbagai macam keputusan tentang pencairan, pembelian, penggunaan beragam produk, dan merek pada setiap periode tertentu. Keputusan adalah sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Jika konsumen tidak memiliki pilihan alternatif, maka hal tersebut bukanlah situasi konsumen melakukan keputusan.

Berdasarkan faktor yang dipertimbangkan, menurut Hawkins et al. Dalam Simamora, pengambilan keputusan pembelian dibagi dua yaitu: *pertama*, pengambilan keputusan berdasarkan atribut produk, pada pengambilan keputusan ini memerlukan pengetahuan tentang apa atribut suatu produk dan bagaimana kualitas produk tersebut. Artinya keputusan diambil secara rasional dengan mengevaluasi atribut-atribut yang dipertimbangkan. *Kedua*, pengambilan keputusan berdasarkan sikap, pengambilan keputusan ini diambil berdasarkan kesan umum, intuisi maupun perasaan. Pengambilan keputusan ini bisa terjadi pada produk yang belum dikenal atau tidak sempat dievaluasi oleh konsumen. Faktor-faktor yang menyebabkan perubahan sikap antara lain: faktor eksternal, yaitu faktor diluar dari individu yaitu dari lingkungan yang diterima. Faktor internal, yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu, kemampuan menyeleksi atau menganalisis pengaruh yang datang dari luar termasuk di sini minat dan perhatian.

## **METODE PENELITIAN**

### **a. Jenis Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif, merupakan penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk menemukan karakteristik individu atau kelompok, menilai sifat dari kondisi-kondisi yang tampak. Tujuan dalam peneliti ini dibatasi untuk menggambarkan karakteristik sesuatu sebagaimana adanya.

### **b. Metode Penentuan Subjek**

#### **1) Populasi**

Menurut Sugiyono, "Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu." Dalam penelitian ini populasinya adalah 8.567 yaitu nasabah yang masuk ke dalam produk tabungan iB muamalat haji dan umrah di Bank Muamalat Tasikmalaya.

#### **2) Sampel**

Menurut Sugiyono , “Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Sedangkan menurut Arikunto, Penentuan pengambilan sampel sebagai berikut : apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10 – 15% atau 20 – 55% atau lebih. Maka peneliti mengambil sampel sebanyak 99.

c. Metode Pengumpulan Data

- 1) Kuesioner/Angket
- 2) Wawancara
- 3) Observasi
- 4) Dokumentasi
- 5) Studi Kepustakaan

d. Teknik Analisis Data

a) Uji Validitas

Validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Jadi validitas merujuk kepada ketepatan dan kecermatan test dalam menjalankan fungsi pengukurannya.

b) Uji Reliabilitas

Menurut Anastasia dan Susana menyebutkan bahwa Reliabilitas adalah sesuatu yang merujuk pada konsistensi skor yang dicapai oleh orang yang sama ketika mereka diuji ulang dengan tes yang sama pada kesempatan yang berbeda, atau dengan seperangkat butir-butir ekuivalen (*equivalent items*) yang berbeda, atau di bawah kondisi pengujian yang berbeda. Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten.

c) Analisis Terhadap Kuesioner

Menurut Ridwan menyatakan bahwa dalam menyusun instrumen penelitian. Harus mengetahui dan paham tentang jenis skala pengukuran yang digunakan dan tipe-tipe skala pengukuran agar instrumen bisa diukur sesuai apa yang diukur dan bisa dipercaya serta variabel (konsisten) terhadap permasalahan instrumen penelitian.

Teknik pembobotan yang dilakukan dalam penyusunan kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan *skala likert* yang berskala ordinal. Menurut Sugiyono menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, seperti : Sangat Setuju, Setuju, Ragu-ragu, Tidak setuju, Sangat tidak setuju.

d) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Analisis parametrik seperti regresi linier menyatakan bahwa data harus terdistribusi dengan normal.

e) Uji Linieritas

Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat berbentuk linier atau tidak. Kriteria intepretasinya adalah dikatakan linier jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka berhubungannya tidak linier.

f) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Taraf signifikansi menggunakan 0,05. Pengambilan keputusannya adalah :

$t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} > t_{tabel}$  jadi  $H_0$  diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < t_{tabel}$  jadi  $H_0$  ditolak

g) Uji Simultan (Uji F)

Untuk menjawab hipotesis dari penelitian ini, maka digunakan uji F. Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (pengetahuan nasabah) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (keputusan menjadi nasabah). Asumsinya adalah:

1. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_A$ . Artinya variabel (pengetahuan nasabah) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan menjadi nasabah).
2. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan menolak  $H_A$ . Artinya variabel independen (pengetahuan nasabah) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan menjadi nasabah).
3. Apabila nilai F hitung lebih besar dari F tabel, maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_A$ . Artinya variabel independen (pengetahuan nasabah) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan menjadi nasabah).

h) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tabel

#### Uji Validitas Variabel X

PERNYATAAN	r hitung	r tabel	KETERANGAN
1	0,678	$> 0,1975$	Valid
2	0,707	$> 0,1975$	Valid
3	0,711	$> 0,1975$	Valid
4	0,739	$> 0,1975$	Valid
5	0,652	$> 0,1975$	Valid
6	0,530	$> 0,1975$	Valid
7	0,666	$> 0,1975$	Valid
8	0,659	$> 0,1975$	Valid

### Tabel

#### Uji Validitas Variabel Y

PERNYATAAN	r hitung	r tabel	KETERANGAN
1	0,669	$> 0,1975$	Valid

2	0,689	> 0,1975	Valid
3	0,702	> 0,1975	Valid
4	0,732	> 0,1975	Valid
5	0,677	> 0,1975	Valid
6	0,579	> 0,1975	Valid
7	0,632	> 0,1975	Valid
8	0,634	> 0,1975	Valid

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan setiap satu pertanyaan yang telah diteliti memiliki nilai yang valid yaitu dengan ditunjukkannya nilai-nilai r hitung > r tabel (0,1975) dan memiliki nilai yang positif.

Tabel

Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai R Tabel (n=50) (a = 5%)	Keterangan
Pengetahuan Nasabah (X)	0,779	> 0,1975	Reliabel
Keputusan menjadi Nasabah (Y)	0,809	> 0,1975	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan jika hasil uji reliabilitas dari masing-masing variabel membuktikan semua nilai koefisien reliabilitas r hitung lebih besar dari r tabel (0,1975). Sehingga seluruh pernyataan dinyatakan reliabel.

Dalam pengolahan data peneliti menggunakan regresi linier sederhana yang berfungsi seberapa jauh hubungan sebab dan akibat variabel X (keputusan nasabah). Model regresi berdasarkan hasil yang telah dianalisis adalah sebagai berikut :  $Y = a + bx$ ,  $Y = 35,109 + 0,766 x$ .

Dari uji anova atau F test, didapat F hitung adalah 24,456 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena probabilitas (0,001) jauh lebih kecil dari 0,05, maka tabel regresi bisa dipakai untuk memprediksi pengetahuan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil uji t untuk variabel X (pengetahuan nasabah) diperoleh t 5,675 dan t tabel sebesar 1.66071. Hal ini berarti t hitung lebih tinggi dari pada t tabel serta variabel X nilai signifikan = 0,001. Dengan demikian variabel X pengetahuan nasabah signifikan karena nilainya kurang dari 0,05 mempengaruhi secara signifikan terhadap (keputusan menjadi nasabah) (Y).

Nilai koefisien korelasi R bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel bebas (pengetahuan nasabah) terhadap variabel terikat (keputusan menjadi nasabah).

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi R mencapai 0,668 artinya nilai tersebut menjelaskan bahwa hubungan pengetahuan nasabah terhadap keputusan nasabah adalah cukup. Hal tersebut sesuai dengan tabel pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, sebab nilai 0,668 terletak diantara  $>0,25 - 0,5$ . Sedangkan nilai koefisien determinasi atau  $R^2$  bertujuan untuk seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat yaitu pilihan konsumen. Dari tabel diatas diperoleh nilai  $R^2 = 0,105$  yang artinya bahwa pengetahuan nasabah X berpengaruh sebesar 10,5 terhadap keputusan Y.

## **SIMPULAN**

Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah merupakan simpanan yang menggunakan akad wadiah (titipan) yang diperuntukan bagi calon nasabah ataupun nasabah yang berkeinginan dan berencana untuk melaksanakan ibadah haji. Bank Muamalat merupakan salah satu bank yang dipercaya oleh nasabah ataupun calon nasabah untuk membantu perencanaan ibadah haji dan umrah dengan mudah. Bank muamalat juga dipercaya oleh Kementerian Agama menjadi salah satu BPS BPIH (Badan Penerima Setoran Biaya Penyelenggara Ibadah Haji). Strategi yang digunakan oleh Bank Muamalat dalam memasarkan produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah yaitu dengan cara melalui media sosial (seperti twitter, facebook, instagram Bank Muamalat) spanduk, sosialisasi ke KBIH, dan menyebarkan brosur-brosur. Berdasarkan pengetahuan nasabah tentang produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah terhadap keputusan menjadi nasabah berpengaruh signifikan terhadap pengetahuan nasabah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anshori, Abdul Ghofur. Perbankan Syariah di Indonesia. Yogyakarta: Gadjah Mada University Perss.
- Arikunto, Suharsimi. 1992. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Renske Cipta.
- Bugin, Burhan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Dewi, Gamala. 2007. *Aspek – Aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Djaelani, Firdaus dan Veithzal Rivai Zainal. 2017. *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- <http://ciputrauceo.net/blog/2015/6/11/perilaku-konsumen>.
- Isgiyanto, Awal. 2009. *Teknik Pengambilan Sampel pada Penelitian Non Ekserimental*. Yogyakarta: Mitra Cendekia Press.
- Muhamad. 2014. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Muttaqien, Dadan. 2006. *Sistem Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta: Gadjah Mada Univesity Perss.
- Nazir, Habib dan Muhammad Hassanuddin. *ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Bandung: Kaki langit.
- Sugiyono. 2009. *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.



Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: CAPS Publisihing Service.

-----, 2014. *Praktek Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: CAPS