

DAMPAK PERSEPSI MASYARAKAT NON-MUSLIM SERTA BUDAYANYA TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI ACEH

Febyolla Presilawati¹⁾, Hemma Marlenny²⁾, Fudja Devany Balqi³⁾

Universitas Muhammadiyah Aceh

Email: febyollaraviq.fr@gmail.com, hemma.marlenny@unmuha.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak budaya dan pandangan masyarakat non-Muslim terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia di Aceh, baik secara individu maupun secara bersamaan. Metode analisis data yang diterapkan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, pengujian hipotesis, regresi linear berganda, dan analisis koefisien determinasi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa, secara individu, baik budaya maupun pandangan masyarakat non-Muslim memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh. Ketika di analisis secara bersamaan, budaya dan pandangan masyarakat non-Muslim juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan tersebut, dengan kontribusi pengaruh sebesar 60,1%.

Kata Kunci: *Pandangan, Keputusan, Nasabah, Bank Syariah Indonesia*

Abstract

This research aims to evaluate the impact of culture and views of non-Muslim communities on the decision to become a customer at Bank Syariah Indonesia in Banda Aceh City, both individually and simultaneously. The data analysis methods applied include validity testing, reliability testing, hypothesis testing, multiple linear regression, and coefficient of determination analysis. The research results reveal that, individually, both culture and the views of non-Muslim communities have a significant influence on the decision to become a customer at Bank Syariah Indonesia in Banda Aceh City. When analyzed simultaneously, the culture and views of non-Muslim communities also show a significant influence on the decision, with an influence contribution of 60.1%.

Keywords: *Views, Decisions, Customers, Bank Syariah Indonesia*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global yang berfokus pada peningkatan kekayaan individu telah menyebabkan ketimpangan distribusi kekayaan yang berujung pada banyaknya penderitaan. Namun, masih banyak masyarakat yang menganggap bahwa sistem ekonomi syariah hanya relevan bagi umat Muslim. Fanatisme agama yang masih kuat di masyarakat membuat pasar syariah sering di anggap sebagai domain eksklusif bagi umat Islam dan tidak terbuka bagi non-Muslim. Padahal, prinsip bagi hasil, salah

satu elemen utama pasar syariah, sudah lama diterapkan di negara-negara Eropa, terutama di Inggris. Hal ini menunjukkan bahwa anggapan bahwa pasar konvensional lebih menguntungkan dan lebih cocok untuk umat Muslim tidaklah tepat. Pertanyaannya adalah bagaimana citra "Islam" bisa menarik minat nasabah, sementara citra Islam sendiri belum menjadi daya tarik utama bahkan di kalangan umat Islam.

Bank Syariah Indonesia adalah sebuah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. Bank ini menawarkan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan hukum Islam, seperti pembiayaan tanpa bunga (*mudharabah, musyarakah*), jual beli dengan prinsip bagian keuntungan dan risiko yang adil (*murabahah*), serta penyediaan dana dengan prinsip bagi hasil (*wakalah, ijarah*). Dengan demikian, bank ini menghindari praktik riba dan investasi dalam sektor-sektor yang tidak sesuai dengan prinsip syariah, seperti alkohol, tembakau, atau perjudian. Bank Syariah Indonesia bertujuan memberikan layanan keuangan yang sesuai dengan ajaran Islam dan menawarkan alternatif bagi masyarakat yang ingin menggunakan layanan keuangan yang selaras dengan keyakinan mereka. Di Kota Banda Aceh, Kantor Pusat BSI terletak di Jl. Teuku H. Daud Beureuh, No. 15 H, Bandar Baru, Kec. Kuta Alam, Kota Banda Aceh, Aceh.

Saat ini, masyarakat semakin menyadari bahwa bank-bank konvensional tidak mampu menawarkan solusi terbaik untuk berbagai masalah yang dihadapi, sehingga mereka mulai mempertimbangkan ajaran Islam yang melarang riba. Perbankan memiliki peran penting sebagai pengumpul dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali, dengan sistem dan mekanisme yang didasarkan pada prinsip-prinsip hukum Islam. Tujuan penelitian ini adalah mengevaluasi apakah budaya dan persepsi masyarakat non-Muslim berdampak pada keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh, baik secara parsial maupun simultan.

B. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan jenis datanya, penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan data berupa angka yang di analisis melalui metode statistik. Penelitian ini bertujuan untuk mengkonfirmasi konsep dan teori dengan fakta dan data yang diperoleh dari lapangan.

2. Populasi dan Sampel

Menurut Wibowo (2019:115), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sementara itu, sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan, Sampel menurut Arikunto (2018), jika jumlah populasi kurang dari 100 orang, maka seluruh populasi diambil sebagai sampel. Namun, jika populasinya lebih dari 100 orang, sampel dapat diambil sebanyak 10-15% dari jumlah populasi. Dengan menggunakan *margin of error* sebesar 10%, jumlah minimal sampel yang dapat diambil adalah 100 orang calon nasabah Bank Syariah Indonesia.

3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Guna memperkuat hasil penelitian ini maka penulis mengambil data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber asli yang berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016: 142).

Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Skala *Likert* digunakan untuk sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Kuesioner skala model *likert* 5 poin yang akan menghasilkan data interval, digunakan dalam penelitian ini merujuk pada lima alternatif jawaban sebagai berikut:

b. Data Sekunder

Penulis juga mengumpulkan data sekunder untuk membantu menunjang kualitas penelitian. Data sekunder yang penulis kumpulkan dari sejumlah buku-buku, jurnal-jurnal, dan sumber bacaan lain yang ada kaitannya dengan pembahasan.

Dalam penelitian ini menggunakan dua cara untuk mengumpulkan data yaitu:

a) Kuesioner

Pengumpulan data menggunakan metode ini adalah memberikan pernyataan-pernyataan tertulis yang berhubungan dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

b) Wawancara

Pengumpulan data menggunakan metode ini dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada responden tentang pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian dan untuk memastikan bahwa jawaban yang diberikan responden adalah benar dan tidak dibuat-buat.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Data Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia dengan jumlah 100 orang responden.

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi (orang)	Presentasi (%)
Laki-laki	70	70
Perempuan	30	30
Jumlah	100	100

Sumber: olahan peneliti

2. Uji Validitas

Tabel 2 Uji Validitas Variabel Budaya Masyarakat Non Muslim (X1)

<u>Item</u>	<u>r_{hitung}</u>	<u>r_{tabel}</u>	<u>Keterangan</u>
X1.1	0,782	0,254	Valid
X1.2	0,614	0,254	Valid
X1.3	0,680	0,254	Valid
X1.4	0,753	0,254	Valid
X1.5	0,626	0,254	Valid
X1.6	0,599	0,254	Valid

Sumber: olahan peneliti

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dijelaskan bahwa item setiap pertanyaan pada penelitian ini dinyatakan valid, dalam menentukan validitas peneliti membandingkan

antara rhitung dengan rtabel dimana pengambilan keputusan ditentukan apabila rhitung > rtabel maka item dikatakan valid. Seperti tabel 7 diatas nilai tiap item yang nilai rhitung lebih besar dari nilai rtabel yaitu sebesar 0.254, maka item kuesioner X1 dinyatakan valid secara keseluruhan.

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Presepsi Masyarakat Non Muslim (X2)

<u>Item</u>	<u>rhitung</u>	<u>rtabel</u>	<u>Keterangan</u>
X2.1	0,793	0,254	Valid
X2.2	0,802	0,254	Valid
X2.3	0,865	0,254	Valid
X2.4	0,702	0,254	Valid
X2.5	0,865	0,254	Valid
X2.6	0,519	0,254	Valid

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dijelaskan bahwa item setiap pertanyaan pada penelitian ini dinyatakan valid, dalam menentukan validitas peneliti membandingkan antara rhitung dengan rtabel dimana pengambilan keputusan ditentukan apabila rhitung > rtabel maka item dikatakan valid. Seperti tabel 8 diatas nilai tiap item yang nilai rhitung lebih besar dari nilai rtabel yaitu sebesar 0.254, maka item kuesioner X2 dinyatakan valid secara keseluruhan.

3. Uji Reliabilitas

Tabel 5 Uji Reabilitas

<u>Variabel</u>	<u>Cronbach's Alpha</u>	<u>Keterangan</u>
X1	0,777	Reliabel
X2	0,862	Reliabel
Y	0,709	Reliabel

Sumber: output SPSS

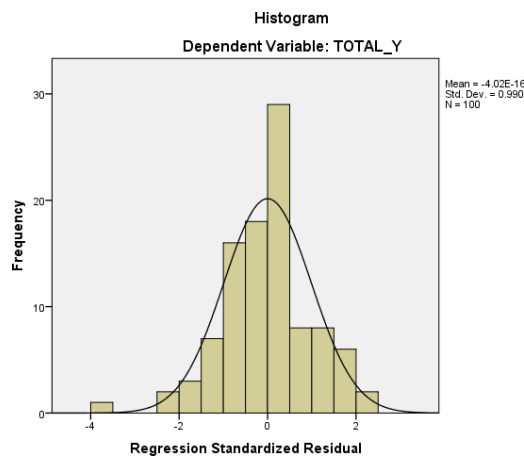
Berdasarkan tabel 5 di atas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,777 untuk variabel budaya non-muslim (X1) lebih besar dari 0,60 maka dapat dikatakan reliabel.

Nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,862 untuk variabel persepsi masyarakat non-Muslim (X2) lebih besar dari 0,60 maka dapat dikatakan reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,709 untuk variabel pengambilan keputusan manjadi nasabah (Y) lebih besar dari 0,60 maka dapat dikatakan reliabel.

4. Uji Normalitas

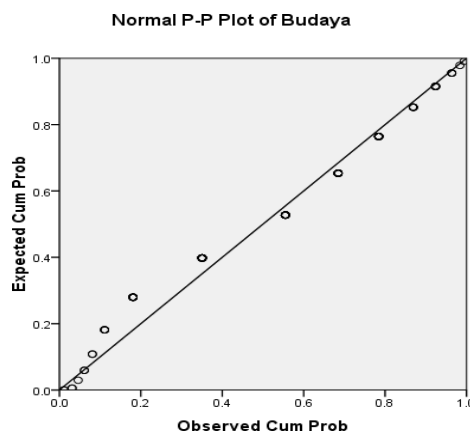
Berdasarkan gambar 1 diatas maka dapat dilihat dengan nilai *skewnses* berada di titik sumbu ke 4 dan sumbu (-4). Pada sumbu X sebagai sumbu *skweness* dan pada sumbu Y kurtosis berada pada nilai 3. Hal ini menandakan tingkat simetris antara *skweness* dan kurtosis memiliki keseimbangan dimana grafik berbentuk simetris lonceng.

Gambar 1 Histogram



Sumber: output SPSS

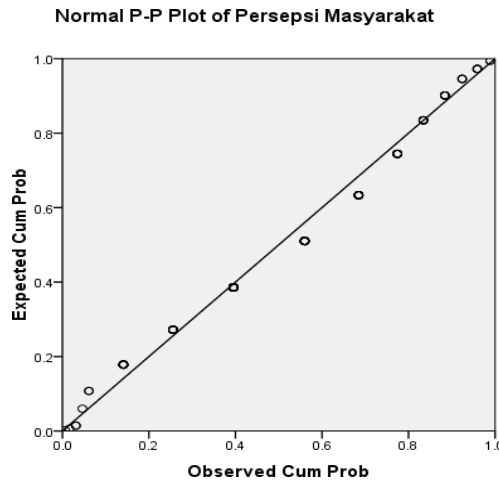
Gambar 2 P-Plot Variabel Budaya Masyarakat Non Muslim (X1)



Sumber: output SPSS

Berdasarkan gambar 2 di atas data pada variabel X1, dinyatakan terdistribusi normal. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

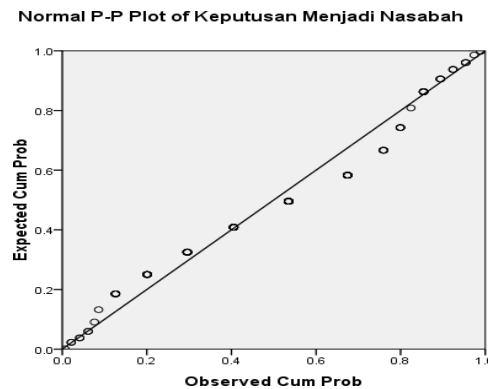
Gambar 3 P-Plot Variabel Persepsi Masyarakat Non-Muslim (X2)



Sumber: output SPSS

Berdasarkan gambar 3 di atas data pada variabel X2, dinyatakan terdistribusi normal.

Gambar 4 P-Plot Variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

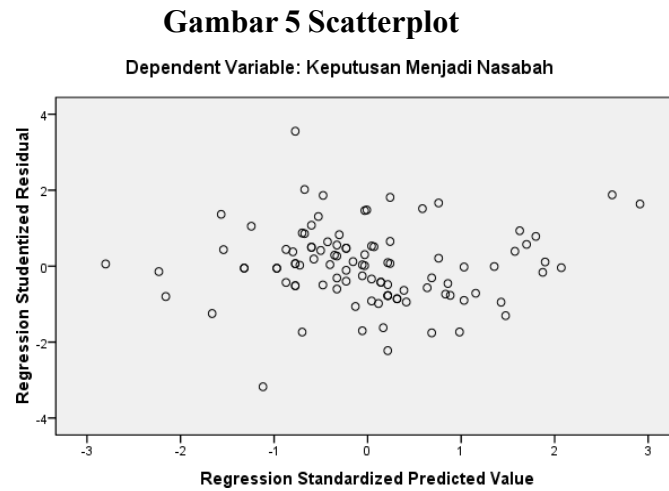


Sumber: output SPSS

Berdasarkan gambar 4 di atas data pada variabel Y, dinyatakan terdistribusi normal.

5. Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar 5 di bawah dapat dilihat bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas karena penyebaran titik-titik data tidak berpola, titik-titik data r menyebarkan di atas dan di bawah atau disekitar angka 0 dan titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.



Sumber: output SPSS

6. Uji Multikolinearitas

Tabel 6 Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai VIF	Keterangan
Budaya (X1)	1,114	Terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas
Persepsi Masyarakat (X2)	1,114	Terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas

Sumber: olahan peneliti

Berdasarkan tabel 6 di atas nilai VIF adalah 1,114 untuk semua variabel, hasil ini berarti bebas dari asumsi klasik multikolinearitas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

7. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7 *Coefficients*^a

	<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	4,363	1,132		3,854	,000
	X1	,558	,091	,555	6,106	,000
	X2	,209	,068	,280	3,080	,003

a. Dependent Variable: Y

Sumber: output SPSS

Dari tabel 7 diatas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut $Y = 4,363 + 0,558 X_1 + 0,209 X_2$, nilai konstanta sebesar 4,363 satu satuan menyatakan bahwa jika dalam keadaan konstan atau tetap budaya dan persepsi masyarakat maka keputusan menjadi nasabah bernilai 4,363 satu satuan. Koefisien regresi X_1 sebesar 0,558 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan tingkat budaya, budaya akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah sebesar 0,558 satu satuan. Dan sebaliknya, jika budaya menurunkan 1 satuan tingkat budaya, maka keputusan menjadi nasabah akan turun sebesar 0,558 satu satuan dengan anggapan X_2 tetap. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,209 satu satuan menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan persepsi masyarakat, persepsi masyarakat akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah sebesar 0,209 satu satuan. Dan sebaliknya, jika persepsi masyarakat menurunkan 1 tingkat persepsi masyarakat, maka keputusan menjadi nasabah akan turun sebesar 0,209 satu satuan dengan anggapan X_1 tetap.

8. Uji Hipotesis

Hipotesis pertama “budaya masyarakat non-muslim berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh. Dalam tabel 7 *coefficients* diperoleh nilai sig. sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka $\text{Sig.} < \alpha = 0,000 < 0,05$. Karena nilai sig. $< \alpha$ maka dikatakan hipotesis diterima.

Hipotesis yang kedua “persepsi masyarakat non-muslim berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh. Dalam tabel 7 *coefficients* diperoleh nilai sig. sebesar 0,003 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka $\text{Sig.} < \alpha$

$= 0,003 < 0,05$. Karena nilai sig. $< \alpha$ maka dikatakan Hipotesis diterima.

Hipotesis yang ketiga “budaya dan persepsi masyarakat non-muslim berpengaruh signifikan secara simultan terhadap pengambilan keputusan menjadinasabah pada Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh. Untuk menguji variabel budaya masyarakat non-muslim (X1) dan persepsi masyarakat non-muslim (X2) yang secara signifikan bersama-sama mempengaruhi keputusan menjadi nasabah maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji F. Berdasarkan nilai *sig* pada tabel anova (*output SPSS*) sebesar 0,000, dibandingkan dengan taraf signifikansi (α) = 0,05 (5%) atau: $\text{Sig.} < \alpha$; $0,000 < 0,05$, karena nilai *sig* lebih kecil dibandingkan α , maka dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima.

9. Uji Koefisien Determinasi

Untuk linier berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan (*Adjusted R Square*), karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan (Sujianto 2009, 71).

Tabel 8 Model Summary

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,781 ^a	,609	,601	1,20967

a. Predictors: (Constant), Persepsi Masyarakat, Budaya

Sumber: *output SPSS*

Nilai *R Square* atau koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1. Dalam tabel 15 diatas, *R Square* sebesar 0,609. Nugroho menyatakan, untuk regresi linier berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan atau tertulis *Adjusted R Square*, karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan. Nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,601 atau 60,1%. Artinya budaya dan persepsi masyarakat memiliki pengaruh sebesar 60,1% terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh dan sisanya 39,9% dijelaskan oleh variabel lain.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan di analisis oleh peneliti, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa budaya memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap keputusan individu untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh. Selain itu, persepsi masyarakat juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan tersebut. Ketika kedua faktor ini dipertimbangkan secara bersamaan, mereka memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank tersebut, dengan tingkat pengaruh sebesar 60,1%.

E. REFERENSI

Buku:

- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Cet.13*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ascarya. 2008. *Akad dan Produk Bank*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 1998. *Al- Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Departemen Agama Islam.
- Djaslim, Saladin. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Linda Karya.
- Hadi, Sutrinno. 2000. *Metodologi Research Jilid 1*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hadjar, Ibnu. 1996. *Dasar-dasar Metodologi Kuantitatif Dalam Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hartono. 2008. *SPSS 16.0 Analisa Data Statistik dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kementrian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. 2013. *Modul Pengawasan Penerapan Prinsip-prinsip*. Modul Pelatihan Pendirian dan Pengembangan KJKS.
- Kotler, Philip. 2002. *Marketing Managemen*, Millenium Edition North Western University. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.

- Martodirjdo, Haryo S. 2004. *Pemahaman Lintas Budaya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Muhammad. 2005. *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*. Yogyakarta: UII Press.
- Muhammad. 2007. *Lembaga Ekonomi Cet Pertama*. Yogyakarta: Ghara Ilmu.
- Nurhartati, Fitri. 2008. *Koperasi*. Surakarta: PT. Era Intermedia.
- Prasetya, Joko Tri. 2004. *Ilmu Budaya Dasar*. Jakarta: MKDU.
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*. Yogyakarta: UII Pres.
- Sobirin, Achmad. 2007. *Budaya Organisasi*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Sugiono. 2006. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Alfabeta.
- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Sukandarrumidi. 2006. *Metode Penelitian Petunjuk Praktis untuk Penelitian Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sunaryo. 2002. *Psikologi Untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Supranto, J. 2005. *Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Suryabrata, Sumadi. 2003. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Sutrisno, Mudji. 2003. *Teori-Teori Kebudayaan*. Jakarta: UPP-AMP YKPN. Swasta
- DH. Basu. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Syarifudin, Arif. 2011. *Manajemen Keuangan*. Bengkalis: STAIN Bengkalis.
- Tanzeh, Ahmad. 2009. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Ed. III. Cet. Ke-3*. Yogyakarta: Kanisius.

- Usman, Husain. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Walgito, Bimo. 1990. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widiyono, Thy. 2006. *Aspek Hukum Operasional Transaksi Produk Perbankan Di Indonesia* Bogor: Ghalia Indonesia

Jurnal:

- Eryana. 2017. “Pengaruh Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Rumah Sakit Lancang Kuning Pekanbaru”. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 6 (1).
- Rachmad, Dedy. 2013. “Pemilihan Institusi Perbankan Syariah Di Kalangan Masyarakat Muslim Indonesia”. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 2 (1).

Tesis, Disertasi, atau Laporan Penelitian:

- Efendi, Lutfi. 2009. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah pada Bank Muamalat Malang”. *Skripsi*.
- Hamka, Muhammad. 2002. “Hubungan antara Persepsi Terhadap Pengawasan Kerja dengan Motivasi Berprestasi”. *Skripsi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Fakultas Psikologi.
- Sudjana, Nana. 2001. *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah Makalah-Skripsi-Tesis-Disertasi*, Bandung: Sinar Baru Algasindo.