

Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang

Asih Fitri Cahyani¹, Saryadi² & Sendhang Nurseto³

Asih_Fc@yahoo.com

Abstract

Most of people in Indonesia have recognize a bank, but they know an Islamic banking in 1991 when Muamalat Bank first use syariah principle, with the “dual banking system” policy from Bank Indonesia, conventional banking can oper for syariah unit exercise. One of conventional banking that serve syariah unit exercise is BNI 46 with the name BNI Syariah. The fundamental aim of this research is to find out the effect of the interest perception and service quality to saving interest on BNI Syariah in Semarang. Type of this research is explanatory with 100 respondents taken using quota sampling, purposive sampling and incidental sampling so that the sample of this research consist of 63 respondents (customers of BNI Syariah Ahmad Yani) and 37 respondents (customers of BNI Syariah Unisula). According to the result of regression analysis, this research shows that the interest perception ang service quality are significantly influence to saving interest on BNI Syariah in Semarang 36.3 percent and 47.2 percent. So that, it is recommended to management of BNI Syariah in Semarang to maintain and to educate their customers so they know the different between conventional and Islamic banking.

Keywords: *the interest perception, service quality, saving interest and Islamic banking*

Abstrak

Mayoritas penduduk muslim Indonesia sudah mengenal bank, namun baru mengenal bank syariah pada tahun 1991 dengan berdirinya bank Muamalat sebagai bank pertama yang menerapkan prinsip Syariah Islam, dengan adanya kebijakan “dual banking system” oleh Bank Indonesia kini bank konvensional dapat membuka unit usaha syariah. Salah satu bank konvensional yang membuka unit usaha syariah adalah BNI 46 dengan nama BNI Syariah. Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan 100 responden yang diperoleh menggunakan *quota sampling, purposive sampling* dan *incidental sampling* sehingga sampel dalam penelitian ini terdiri dari 63 responden (nasabah BNI Syariah Ahmad Yani) dan 37

¹Asih Fitri Cahyani, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Asih_fc@yahoo.com

²Saryadi, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Sendhang Nurseto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

responden (nasabah BNI Syariah Kampus Unisula). Menurut hasil dari analisis regresi, penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang 36,3% dan 47,2%. Sehingga, dapat direkomendasikan kepada manajemen BNI Syariah untuk mempertahankan dan mengedukasi nasabahnya sehingga mereka dapat mengetahui perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah.

kata kunci : persepsi bunga bank, kualitas pelayanan, minat menabung dan bank syariah

Pendahuluan

Bank merupakan lembaga intermediasi yang sangat penting bagi kelancaran sistem ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, lembaga ini beroperasi melalui 2 sistem yakni sistem konvensional dan syariah Islam yang biasa dikenal dengan bank syariah. Pada umumnya, masyarakat mengartikan bank sebagai tempat menabung dan meminjam dana. Indonesia yang mayoritas berpenduduk muslim sebenarnya sudah lama mengenal bank, namun untuk bank syariah sendiri baru muncul pada tahun 1991 dengan dibukanya bank Muamalat sebagai bank pertama yang menggunakan prinsip syariah. Munculnya bank syariah tak lain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat muslim untuk bertransaksi keuangan secara Islami yang jauh dari bunga bank. Hal tersebut dikarenakan bunga bank yang dikenal saat ini merupakan kategori riba, dan Allah melarang riba dalam QS. Al-Baqarah ayat 275.

Dalam perkembangannya, khususnya masyarakat perbankan menyambut hangat lahirnya bank syariah. Hal tersebut ditunjukkan oleh keterbukaan Bank Indonesia dengan mengeluarkan kebijakan "*dual banking system*", dimana bank konvensional diijinkan membuka unit usaha syariah dalam beroperasi (UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan). Kebijakan ini merupakan revisi atas UU No.7 Tahun 1992 Tentang Perbankan. Dengan adanya undang-undang yang baru ini, bank syariah dapat lebih mantap untuk beroperasi dan bersaing dengan bank-bank lain dalam menyediakan jasa perbankan bagi masyarakat.

Salah satu lembaga bank konvensional yang turut membuka unit usaha syariah adalah Bank Negara Indonesia (BNI 46). Manajemen BNI 46 pada tanggal 29 April 2000 membuka Unit Usaha Syariah dengan nama BNI Syariah (www.bnisyariah.tripod.com). BNI Syariah merupakan Unit Usaha Syariah yang melayani jasa perbankan kepada nasabah berdasarkan prinsip Syariah Islam. Sejak dibuka hingga saat ini, BNI Syariah memiliki prestasi yang cukup baik. Prestasi ini dapat dilihat dari jumlah aset dan nasabah BNI Syariah yang terus meningkat (www.bnisyariah.com). Hal tersebut dikarenakan masyarakat muslim Indonesia mulai menyadari akan adanya kebutuhan transaksi keuangan yang sesuai dengan syariah dan kemudahan yang diperoleh. Namun peningkatan ini masih jauh bila dibandingkan dengan BNI 46 Konvensional, BNI Syariah baru mampu menguasai 10% dari total pangsa pasar BNI 46 (www.bnisyariah.com). Hal tersebut dapat diasumsikan terjadi, karena BNI Syariah yang merupakan anak perusahaan BNI 46 belum memiliki kantor cabang sebanyak BNI 46 sehingga mempengaruhi minat menabung nasabah. Oleh karena itu dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti tentang pengaruh persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang layak untuk diangkat didalam penelitian ini, yakni: (1) Apakah ada pengaruh persepsi bunga bank terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang?, (2) Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang?, (3) Apakah ada pengaruh persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang?. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi bunga bank terhadap minat

menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang, pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang serta untuk mengetahui pengaruh persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang.

Kerangka Teori

G.M. Verryn Stuart dalam Jayadi (2011:2) merumuskan bank adalah suatu badan yang bertujuan untuk merumuskan kebutuhan kredit, baik dengan alat-alat pembayarannya sendiri atau dengan jalan mengedarkan alat-alat penunjang baru berupa uang giral.

Jenis-jenis bank terdiri dari (1) Jenis bank dilihat dari segi fungsinya ada Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. (2) Jenis bank dari segi kepemilikan ada bank milik pemerintah, bank milik swasta nasional, bank milik koperasi, bank milik asing, bank milik campuran. (3) Dari segi statusnya ada bank devisa dan bank nondevisa dan (4) dari segi cara menentukan harga ada bank berdasarkan prinsip konvensional dan bank berdasarkan prinsip syariah (Kasmir, 2011: 34-42)

Bank Islam atau selanjutnya disebut bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga (Muhammad, 2005: 13). Sedangkan menurut ensiklopedi Islam dalam Sumitro (1996: 5) Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

Persepsi Bunga Bank

Menurut William J. Stanton dalam Setiadi (2003: 160), persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, stimuli (rangsangan-rangsangan yang kita terima melalui lima indera). Sedangkan Solomom (1999) dalam Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw mendefinisikan persepsi sebagai proses dimana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilah dan dipilih kemudian diatur dan akhirnya diinterpretasikan. Sehingga persepsi bunga bank terbagi menjadi dua, yakni: (1) persepsi bunga bank menurut pengertian konvensional diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya (Kasmir, 2011: 131). (2) Persepsi bunga bank secara syariah, bunga bank termasuk kategori riba dimana dalam transaksi pinjam dana, secara konvensional, si pemberi pinjaman mengambil tambahan dalam bentuk bunga tanpa adanya suatu penyeimbang yang diterima si peminjam kecuali kesempatan dan faktor waktu yang berjalan selama proses peminjaman tersebut. Yang tidak adil disini adalah si peminjam diwajibkan untuk selalu, tidak boleh tidak, harus, mutlak dan pasti untung dalam setiap penggunaan kesempatan tersebut (Syafi'i, 2001: 38).

Kualitas Pelayanan

Menurut Goetsch dan Davis (1994) dalam Tjiptono dan Anastasia Diana (2001: 4), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pelayanan dalam Gronroos (1990) dalam Ratminto dan Atik Septi Winarsih (2008: 2) merupakan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan yang pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen.

Kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono dalam Sulistyono (2012: 11) dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan dilihat dalam 5 dimensi dimana dalam Lupiyoadi dan A. Hamdani (2006: 182)

model ini disebut Model *Service Quality (Servqual)* yang terdiri dari (1) Bukti fisik (*Tangible*), (2) Keandalan (*Reliability*), (3) Daya Tangkap (*Responsiveness*), (4) Jaminan (*Assurance*), (5) Empati (*Emphaty*).

Minat Menabung

Minat (*interest*) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan penelitian (Kotler, 2002) dalam (Nissak dkk, 2012)

Minat menabung seseorang merupakan bagian dari motivasi seseorang menabung. Motivasi menurut Schiffman dan Kanuk (2000) dalam Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw, adalah dorongan dari dalam individu yang menyebabkan dia bertindak.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatori, dimana dalam Singarimbun dan Sofian Effendi (2008: 4) penelitian eksplanatori merupakan tipe penelitian untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesa. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kusioner kepada responden.

Sampel

Sampel dalam penelitian ini diambil berdasarkan populasi nasabah penabung pada BNI Syariah di Kota Semarang yakni BNI Syariah Cabang Pusat Ahmad Yani dan BNI Syariah Cabang Pembantu Kampus Unisula yang diketahui berjumlah 32.781 nasabah. Dengan menggunakan metode slovin maka diketahui jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$= \frac{32.781}{1 + 32.781(0,1)^2}$$

= 99,695 dibulatkan menjadi 100, sehingga jumlah responden sebanyak 100 orang

Dimana: N = Ukuran Populasi

n = Ukuran Sampel

e = Taraf kesalahan yang ditolerir (*Margin of Error*) 10%

Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel secara bertahap (multi strategi) yang terdiri dari Sampling Kuota maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel terdiri dari 63 responden merupakan nasabah penabung pada Bank BNI Syariah Cabang Pusat Ahmad Yani dan 37 responden merupakan nasabah penabung pada Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Kampus Unisula. Kemudian teknik selanjutnya yakni menggunakan Sampling Purposive, dengan kriteria responden yakni: (1) responden merupakan nasabah BNI Syariah yang menabung pada salah satu kantor cabang BNI Syariah Kota Semarang, (2) responden merupakan nasabah yang telah menjadi nasabah BNI Syariah Kota Semarang minimal selama 1 tahun.

Selanjutnya untuk mendapatkan sampel penelitian, peneliti menggunakan Teknik Sampling Insidental yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2010: 122). Dimana dalam penelitian ini, sebelum seseorang yang kebetulan ditemui oleh peneliti diputuskan menjadi sampel, peneliti melakukan wawancara terlebih dahulu untuk menentukan cocok tidaknya seseorang tersebut untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria yang telah dirumuskan sebelumnya dalam teknik sampling purposive.

Metode analisis data yang digunakan merupakan analisis data kuantitatif dengan menggunakan data-data kuantitatif yang sudah tersusun dalam tabel dan perhitungannya menggunakan uji statistik SPSS *for windows 16.00*. Alat analisis data kuantitatif terdiri dari Regresi Sederhana dan Regresi Berganda.

Hasil

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka didapat hasil sebagai berikut:

No	Uji Hipotesis	Hasil				Keterangan Hipotesis
		t hitung dan F hitung	Signifikansi	Korelasi	Determinasi	
1	Pengaruh Persepsi Bunga bank (X_1) terhadap minat menabung (Y)	3,853	0,000	0,363	13,2%	Ha diterima
2	Pengaruh Kualitas pelayanan (X_2) terhadap Minat menabung (Y)	5,300	0,000	0,472	22,3%	Ha diterima
3	Pengaruh Persepsi bunga bank (X_1) dan Kualitas pelayanan (X_2) terhadap Minat menabung (Y)	17,941	0,000	0,520	27%	Ha diterima

Sumber: Hasil Penelitian yang Diolah, 2013.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa persepsi bunga bank memiliki pengaruh terhadap minat menabung sebesar 0,363 yang dapat diketahui dari kesesuaian antara tanggapan responden terhadap keberadaan persepsi bunga bank yang terdiri dari persepsi nasabah tentang bunga bank yang termasuk kategori riba, pengetahuan nasabah tentang bank Islam dan pengetahuan nasabah tentang bunga bank. Variabel persepsi bunga bank mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat menabung, dengan

signifikansi 5% maka nilai t-tabel sebesar 1,9845 dengan nilai t-hitung sebesar 3,853 > t-tabel 1,9845 maka **hipotesis 1 diterima**.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat menabung sebesar 0,472 yang dapat diketahui dari kesesuaian antara tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan bank yang terdiri dari dimensi *tangible, reability, responsiveness, assurance, dan emphaty*. Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat menabung, dengan signifikansi 5% maka nilai t-tabel sebesar 1,9845 dengan nilai t-hitung sebesar 5,300 > t-tabel 1,9845 maka **hipotesis 2 diterima**.

Persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung. Penelitian menunjukkan hasil yang signifikan antara persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung yang diperoleh dari hasil uji regresi berganda. Dimana angka F-tabel sebesar 3,09 dengan signifikansi 5%. F-hitung sebesar 17,941 > F-tabel sebesar 3,09 maka **hipotesis 3 diterima**.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi bunga bank dan minat menabung memiliki koefisien determinasi sebesar 0,132 atau 13,2%. Hal ini berarti 13,2% variabel minat menabung dapat dijelaskan oleh variabel persepsi bunga bank. Sedangkan sisanya 86,8% dijelaskan oleh faktor lain, selain faktor persepsi bunga bank. Dari hasil uji regresi berganda koefisien beta menunjukkan bahwa variabel persepsi bunga bank memiliki pengaruh terhadap minat menabung sebesar 0,231 atau sebesar 23,1% terhadap minat menabung. Kita ketahui bahwa dalam perbankan syariah bunga bank termasuk kategori riba sebagaimana pendapat Syafi'i (2001: 38) dimana dalam transaksi pinjam dana, secara konvensional, si pemberi pinjaman mengambil tambahan dalam bentuk bunga tanpa adanya suatu penyeimbang yang diterima si peminjam kecuali kesempatan dan faktor waktu yang berjalan selama proses peminjaman tersebut. Yang tidak adil disini adalah si peminjam diwajibkan untuk selalu, tidak boleh tidak, harus, mutlak dan pasti untung dalam setiap penggunaan kesempatan tersebut. Meskipun berpengaruh, namun sedikitnya angka persentase koefisien determinasi menunjukkan bahwa persepsi bunga bank yang dikategorikan riba tidak terlalu mempengaruhi minat seseorang menabung pada bank syariah. Hal ini sesuai dengan penelitian empiris sebelumnya oleh Ade Gunawan dan Ahmad Effendi (2004), bahwa fatwa MUI tentang bunga bank tidak terlalu berpengaruh terhadap peningkatan minat menabung masyarakat pada PT. BPRS Puduarta Insani Medan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan minat menabung memiliki koefisien determinasi sebesar 0,223 atau sebesar 22,3%. Hal ini berarti 22,3% variabel minat menabung dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 77,7% dijelaskan oleh faktor lain. Dari hasil uji regresi berganda koefisien beta menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat menabung sebesar 0.395 atau sebesar 39,5% terhadap minat menabung. Hal tersebut sebagaimana pendapat Fandy Tjiptono dalam Sulistyono (2012: 11) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Dengan demikian kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung pada Bank BNI Syariah. Hal ini mendukung penelitian Ghozali Maski (2010), yang menunjukkan bahwa faktor pelayanan merupakan faktor yang paling diperhatikan nasabah dalam

menggunakan jasa bank. Dengan demikian kualitas pelayanan merupakan faktor yang turut mempengaruhi minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang.

Kemudian melalui uji regresi berganda, menunjukkan bahwa variabel persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada bank BNI Syariah di Kota Semarang sebesar 0,520. Dan penelitian menunjukkan hasil F-tabel sebesar $17,941 > F$ -hitung dengan signifikansi 5% sebesar 3,09.

Kesimpulan

Tanggapan responden tentang persepsi bunga bank yang dikategorikan riba cukup tinggi yakni sebanyak 56% (56 responden) menyatakan setuju bahwa bunga bank termasuk kategori riba. Sedangkan sebagian yang lain masih ragu yakni sebanyak 28 responden (28%) apakah bunga bank termasuk kategori riba atau bukan. Hal ini dikarenakan persepsi bunga bank masih menjadi polemik yang setiap orang memiliki persepsi yang berbeda tentang keberadaan bunga bank. Tanggapan responden tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank BNI Syariah Kota Semarang adalah memuaskan, dimana secara keseluruhan responden 58% (58 responden) menyatakan bahwa pelayanan BNI Syariah Kota Semarang memuaskan bahkan 38% (38 responden) menyatakan bahwa pelayanan BNI Syariah Kota Semarang sangat memuaskan. Hal ini terjadi, karena dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya, BNI Syariah didukung oleh sumber daya manusia yang memadai yang memiliki keterampilan dalam melayani nasabah dengan baik. Selain itu, BNI Syariah didukung oleh fasilitas-fasilitas fisik yang baik dan memadai.

Persepsi bunga bank secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang yakni sebesar 0,363 dengan koefisien determinasi sebesar 13,2%. Sehingga apabila masyarakat terus diedukasi untuk mempersepsikan bunga bank sebagai bagian dari riba maka minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang akan meningkat.

Kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada bank BNI Syariah di Kota Semarang yakni sebesar 0,472 dengan koefisien determinasi 22,3%. Sehingga apabila BNI Syariah di Kota Semarang terus menerus meningkatkan kualitas pelayanannya kepada nasabah, maka minat menabung pada BNI Syariah di Kota Semarang akan meningkat.

Persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang sebesar 0,520 dengan koefisien determinasi 27% sedangkan sisanya 73% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Sehingga apabila semakin banyak masyarakat yang mempersepsikan bunga bank sebagai kategori riba dan BNI Syariah terus meningkatkan kualitas pelayanan maka minat menabung pada BNI Syariah di Kota Semarang akan meningkat.

Saran

Adapun rekomendasi yang dapat diberikan:

1. Sebaiknya pihak manajemen BNI Syariah khususnya di Kota Semarang terus mempertahankan kualitas pelayanan yang selama ini sudah terbangun, mengingat menurut responden kualitas pelayanan BNI Syariah di Kota Semarang saat ini dinilai memuaskan.
2. Sebaiknya pihak manajemen BNI Syariah khususnya di Kota Semarang terus mengedukasi pasar dengan melakukan sosialisasi, agar masyarakat dapat mengetahui

perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah. Hal ini dikarenakan adanya mispersepsi di masyarakat yang masih menyamakan bank syariah dengan bank konvensional.

Daftar Referensi

- Gunawan, Ade dan Ahmad Effendi, “*Pengaruh Fatwa Majelis Ulama Indonesia Tentang Bunga Bank Terhadap Minat Menabung Masyarakat, Studi Kasus Pada PT. BPRS Puduarta Insani medan*”. Jurnal Ilmiah “Manajemen & Bisnis” Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah, vol. 4, No. 2, September 2004, hal. 67-76.
- Ghozali, Maski, “*Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah di Malang*”, *Journal of Indonesian Applied Economics*, vol. 4, No. 1, Mei 2010, hal. 43-47.
- Jayadi, Abdullah.(2011). *Beberapa Aspek Tentang Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Kasmir.(2011). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Lupiyoadi, Rambat.(2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhammad.(2005). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta.
- Nisak, Arifatun, Saryadi dan Sri Suryoko, “*Pengaruh Kelompok Acuan dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syari’ah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syari’ah Semarang*”.(2012). Dalam *ejournal-s1.undip.ac.id*. Diunduh pada tanggal 19 Maret 2013 Pukul 13.23 WIB
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw.(2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Ratminto dan Atik septi Winarsih.(2008). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Setiadi, Nugroho. J.(2008). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi.(2008). *Metode Penelitian Survey*. Jarkarta: Pustaka LP3ES Indonesia
- Sugiyono.(2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyo, Emy Dewi.(2012). Analisis Tingkat Kepuasan Biro Perjalanan Wisata Atas Kualitas Pelayanan PT. Sindoro Satriamas Semarang. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Sumitro, Warkum.(1996). *Azas-Azas perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Syafi’i, Muhammad Antonio.(2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia.(2001). *Total Quality Management Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi.

www.bnisyariah.com. Diunduh pada tanggal 5 Juni 2012, pukul 10.00 WIB

www.bnisyariah.tripod.com. Diunduh pada tanggal 8 Juni 2012, pukul 11.00 WIB