

Faktor-Faktor Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Syariah (Studi Kasus Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo)

Irsan Angga Setiawan^{1*)}, Abdul Haris Romdhoni²⁾, Wikan Budi Utami³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Bisnis, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

*Email correspondence: anggga.joshua@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to find out how the factors of customer decisions in choosing Islamic Bank Savings products. This study aims to examine cultural, social, personal and psychological factors that influence customers in selecting Islamic bank savings products. The population in this study were customers of Bank BTN Syariah Solo Branch Office. Determination of the sample in this study using a sampling technique with Incidental Sampling technique. Incidental Sampling is taking respondents as a sample based on coincidence, namely customers who have saved money and anyone who meets the researcher by chance at the BTN Syariah Solo Branch Office can be used as a sample. Analysis using linear regression with a significant level (α) 0.05. The results of this study indicate that: (1) Cultural factors do not significantly influence customer decisions in choosing Bank BTN Syariah Solo Branch Office. This is because customers choose Bank BTN Syariah Solo Branch Office not because of the culture or habits that exist around them, for example the majority of the population of Solo City or the majority of Indonesia's population are Muslims. (2) Social factors have no significant effect on customer decisions in choosing Bank BTN Syariah Solo Branch Office. This is because customers choosing Bank BTN Syariah Solo Branch Office do not pay attention to reference groups such as recommendations from neighbors and friends or required by family. (3) Personal factors have a significant effect on customer decisions in choosing Bank BTN Syariah Solo Branch Office. This is caused by the perception and implementation of usury in accordance with customer beliefs. (4) Psychology factors have a significant effect on customer decisions in choosing Bank BTN Syariah Solo Branch Office. This is due to the existence of motivation within him that can meet his needs.

Keywords: Factors, Customer Behavior, Islamic Bank

Citation suggestions: Setiawan, I. A., Romdhoni, A. H., & Utami, W. B. (2023). Faktor-Faktor Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Syariah (Studi Kasus Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 2(02), 223-228. doi: -

DOI: -

1. PENDAHULUAN

Aktivitas menyisihkan sebagian uang dari hasil pendapatan atau yang lebih akrab disebut menabung sudah dikenal sebagai kegiatan yang positif di kalangan masyarakat Indonesia. Penanaman dan budaya menabung sudah diajarkan sejak di bangku sekolah agar nantinya dapat menjadi kebiasaan yang diteruskan di masa depan dan dapat berpikir antisipatif terhadap keadaan yang tidak terduga seperti inflasi. Inflasi yakni kenaikan dengan terus menerus pada harga jasa maupun barang dalam jangka waktu tertentu. Dengan menabung, daya beli masyarakat yang tinggi akan menurun sehingga laju inflasi dapat dikendalikan. Inflasi pun berdampak pada tabungan domestik, dimana adapun solusi untuk menangani kondisi itu yakni dengan menggalakkan kegiatan menabung (Marlina dan Iskandar, 2019). Dalam melakukan kegiatan menabung, masyarakat dapat menggunakan jasa perbankan untuk menyimpan uang yang dimilikinya. Peran dari bank besar sekali untuk kemajuan serta perkembangan dari sebuah negara. Bank pada operasional usahanya bukan sebatas mengutamakan laba, tetapi juga mengarah untuk meningkatkan taraf hidupnya penduduk. Hal ini tercantum pada Pasal 1 butir 2 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Dalam perkembangannya, sektor perbankan tidak hanya terdiri dari bank konvensional saja. Perbankan syariah juga hadir guna melayani kebutuhan perbankan masyarakat yang

membutuhkan layanan bank secara islami. Indonesia yakni sebuah negara yang mempunyai warga beragama Islam paling banyak di dunia. Kondisi itu menjadi penyebab dari perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang pesat. Perekonomian bisa dengan baik berjalan serta bisa dengan lancar berkembang bila perbankan pada daerah tersebut berjalan dengan baik.

Adapun dibalik pertumbuhan regulasi dari bank syariah, terdapat suatu fakta bahwasanya kemunculan bank syariah merupakan jawaban dari keinginan penduduk Indonesia akan perbankan yang terbebas dari bunga. Akan tetapi setelah dinyatakan legal untuk melaksanakan operasionalnya di Indonesia mulai tahun 1992, bank syariah tidak berkembang dengan pesat. Akan tetapi setelah dinyatakan legal untuk melaksanakan operasionalnya di Indonesia mulai tahun 1992, bank syariah tidak berkembang dengan pesat. Setelah itu timbul fakta terbaru yang mengejutkan dimana bank syariah merupakan lembaga finansial yang tetap stabil serta sehat ketika kurs runtuh.

Perbedaan antara bunga dan bagi hasil ialah ajaran Islam mendorong kepada warga masyarakat untuk melakukan praktik bagi hasil serta mengharamkan riba. Keduanya sama-sama memberi keuntungan bagi pemilik dana, namun keduanya mempunyai perbedaan yang sangat nyata dan mendasar (Ali, 2010). Prinsip bagi hasil (*profit sharing*) merupakan karakteristik umum dan landasan dasar bagi operasional bank syariah secara keseluruhan. Secara syariah, prinsipnya berdasarkan kaidah al-mudharabah.

Pada saat ini banyak faktor yang menyebabkan nasabah belum memakai jasa Bank syariah, diantaranya masih banyak yang menganggap bank syariah itu sama dengan bank konvensional. Namun masih banyak faktor seperti budaya, sosial, pribadi dan psikologi mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih produk tabungan syariah, sehingga membuka peluang nasabah semakin banyak yang memilih produk Tabungan Syariah terutama di Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo. Untuk itu peneliti menyarankan agar lebih meningkatkan pelayanan dan mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi dengan cara menambah mesin ATM di setiap daerah mengingat masih sedikit mesin ATM di beberapa tempat.

Tujuan penelitian:

- a. Untuk mengetahui faktor budaya mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo.
- b. Untuk mengetahui faktor sosial mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo.
- c. Untuk mengetahui faktor pribadi mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo.
- d. Untuk mengetahui faktor psikologi mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo.

Pengertian Bank Syariah Menurut Sudarsono (2018) , yaitu : “Lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit atau pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip –prinsip Syariah.” Sedangkan definisi bank Syariah menurut Ascarya (2007) , yaitu: “Bank dengan pola bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasinya, baik dalam produk pendanaan, pembiayaan, maupun dalam produk-produk lainnya.” Dalam penelitian ini terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan syariah, yaitu :

- a. Faktor Budaya

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat (Syafri dan Huda, 2015). Kebudayaan merupakan seperangkat nilai-nilai, kepercayaan, kebiasaan, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh masyarakat sekitar, dari keluarga, atau lembaga formal lainnya sebagai sebuah pedoman perilaku. Aspek eksternal ini menjadi faktor penentu yang paling mendasar dari segi keinginan dan perilaku seseorang karena menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Dalam faktor kebudayaan, pemasar harus memahami pengaruhnya terhadap konsumen yang meliputi budaya, subbudaya dan kelas sosial (Andi dan Muhammad, 2018).

- b. Faktor Sosial

Wells dan Prensky (1996) menyatakan bahwa kelas sosial mengacu pada posisi tertentu dalam struktur sosial dan ekonomi suatu masyarakat, yang didasarkan pada kriteria pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan.

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi menggabungkan antara tatanan psikologis dan pengaruh lingkungan. Termasuk watak, dasar seseorang, terutama karakteristik dominan mereka. Meskipun kepribadian adalah salah satu konsep yang berguna dalam mempelajari perilaku konsumen, beberapa pemasar percaya bahwa kepribadian mempengaruhi jenis-jenis dan merek-merek produk yang dibeli (Sufitrayati dan Nailufar, 2018).

d. Faktor Psikologi

Pilihan pembelian seseorang juga dapat dipengaruhi oleh motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Semakin tinggi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap seseorang terhadap suatu produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian Frederecca dan Chairy (2010).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan studi pustaka melalui pendekatan literatur review. Dalam melakukan studi ini, penulis melakukan pengumpulan data dari berbagai literatur yang terkait dengan faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi dalam keputusan nasabah. Data-data tersebut dihimpun dari berbagai jurnal nasional, buku, dan situs resmi terverifikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model		Unstrandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	7,125	1,298		5,488	0,000
	BUD	0,067	0,075	0,066	0,895	0,373
	SOS	0,117	0,084	0,108	1,402	0,164
	PRI	0,593	0,149	0,432	3,371	0,000
	PSI	0,341	0,099	0,338	3,439	0,001

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Keterangan:

- Berdasarkan persamaan regresi linear berganda di atas, dapat dilihat nilai konstanta 7,125 yang artinya jika faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), faktor pribadi (X_3) dan faktor psikologi (X_4) bernilai nol atau konstan maka nilai keputusan nasabah (Y) sebesar 7,125.
- Koefisien regresi variabel faktor budaya (X_1) bernilai positif sebesar 0,067. Hal ini berarti apabila penerapan variabel faktor budaya naik sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan keputusan nasabah (Y) sebesar 0,067 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Dan sebaliknya apabila penerapan variabel faktor budaya turun sebesar satu satuan, maka akan menurunkan keputusan nasabah (Y) sebesar 0,067 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
- Koefisien regresi faktor sosial (X_2) bernilai positif sebesar 0,117. Hal ini artinya jika faktor sosial naik sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan kualitas keputusan nasabah (Y) sebesar 0,117 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Dan sebaliknya apabila faktor sosial turun sebesar satu satuan, maka akan menurunkan kualitas keputusan nasabah (Y) sebesar 0,117 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
- Koefisien regresi variabel faktor pribadi (X_3) bernilai negatif sebesar 0,593. Hal ini berarti apabila faktor pribadi naik sebesar satu satuan, maka akan menurunkan kualitas keputusan nasabah (Y) sebesar 0,593 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Dan sebaliknya apabila faktor pribadi turun sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan kualitas keputusan nasabah (Y) sebesar 0,341 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

- e. Koefisien regresi variabel faktor psikologi (X_4) bernilai negatif sebesar 0,341. Hal ini berarti apabila faktor psikologi naik sebesar satu satuan, maka akan menurunkan kualitas keputusan nasabah (Y) sebesar 0,341 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Dan sebaliknya apabila faktor psikologi turun sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan kualitas keputusan nasabah (Y) sebesar 0,341 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Tabel 2. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Model		Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4	140,933	72,739	0,000 ^b
	Residual	93	1,938		
	Total	97			

Sumber: Data olahan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F sebesar 17,088 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan melihat tabel Uji F dengan tingkat signifikansi 0,05 diperoleh nilai F_{table} sebesar 2,469. Kriteria data dikatakan layak apabila $F_{hitung} \geq F_{table}$ dan $p\text{-value}$ F-statistik $\leq \alpha$ 0,05. Dari hasil penelitian ini diperoleh hasil $72,739 \geq 2,469$ dan $0,000 \leq \alpha$ 0,05 sehingga model regresi layak digunakan. Hasil Uji F membuktikan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 3. Uji Parsial (Uji-t)

Model		Unstrandardized Coefficen		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	T	
1	(Constant)	7,125	1,298		5,488	0,000
	X1_BUD	0,067	0,075	0,066	0,895	0,373
	X2_SOS	0,117	0,084	0,108	1,402	0,164
	X3_PRI	0,593	0,149	0,432	3,971	0,000
	X4_PSI	0,341	0,099	0,338	3,439	0,001

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

- a. Pengaruh faktor budaya terhadap keputusan nasabah (Hipotesis 1)

Berdasarkan uji statistik secara parsial pada tabel 4.10 diperoleh nilai t hitung sebesar 0,895 dengan arah yang positif dan t tabel sebesar 1,661 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($0,895 < 1,661$) dengan nilai signifikannya 0,373. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,373 > 0,05$) menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_A ditolak, artinya bahwa faktor budaya berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan nasabah.

- b. Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah (Hipotesis 2)

Berdasarkan uji statistik secara parsial pada tabel 4.10 diperoleh nilai t hitung sebesar 1,402 dengan arah positif dan t tabel sebesar 1,661 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($1,402 < 1,661$) dengan nilai signifikannya 0,164. Nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,164 > 0,05$) menunjukkan menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_A ditolak, artinya bahwa faktor sosial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan nasabah.

- c. Pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan nasabah (Hipotesis 3)

Berdasarkan uji statistik secara parsial pada tabel 4.10 diperoleh nilai t hitung sebesar 3,971 dengan arah positif dan t tabel sebesar 1,661 sehingga t hitung lebih kecil dari t tabel ($3,971 > 1,661$) dengan nilai signifikannya 0,000. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa H_A diterima H_0 ditolak, artinya bahwa faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

- d. Pengaruh faktor psikologi terhadap keputusan nasabah (Hipotesis 4)

Berdasarkan uji statistik secara parsial pada tabel 4.10 diperoleh nilai t hitung sebesar 3,439 dengan arah positif dan t tabel sebesar 1,661 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($3,439 > 1,661$) dengan nilai signifikannya 0,001. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) menunjukkan bahwa H_A diterima H_0 ditolak, artinya bahwa faktor psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,871	0,758	0,747	1,39194

Sumber: Data olahan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,747 atau sebesar 75,8%. Sedangkan sisanya sebesar 24,2% (100% - 75,8%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

3.2. Pembahasan

- a. Faktor Budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai t hitung budaya sebesar 0,895 lebih kecil dari t tabel yaitu 1,661 dengan nilai signifikansi 0,373 > 0,05. Hasil penelitian terhadap nasabah Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo, dapat disimpulkan bahwa budaya tidak menjadi keputusan nasabah dalam memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo. Nasabah memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo bukan karena budaya atau kebiasaan yang ada disekitarnya misalnya sebagian besar penduduk Kota Solo atau mayoritas penduduk Indonesia bergama Islam. Selain itu, nasabah memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo bukan karena kesejahteraan dan kemakmuran di lingkungan sekitar atau menciptakan solidaritas kehidupan bertetangga.
- b. Faktor Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai t hitung budaya sebesar 1,402 lebih kecil dari t tabel yaitu 1,661 dengan nilai signifikansi 0,164 > 0,05. Hasil penelitian terhadap nasabah Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo, dapat disimpulkan bahwa sosial tidak menjadi keputusan nasabah dalam memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo. Nasabah memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo tidak memperhatikan kelompok referensi seperti rekomendasi dari tetangga dan teman atau diharuskan oleh keluarga. Selain itu, nasabah juga tidak memperhatikan peranan status seperti lingkungan kerjanya.
- c. Faktor Pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai t hitung pribadi sebesar 3,971 lebih besar dari t tabel yaitu 1,661 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini dikarenakan bahwa faktor pribadi menjadi salah satu faktor keputusan nasabah dalam memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo. Nasabah memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo karena persepsi dan implementasi mengenai riba sesuai dengan keyakinan nasabah. Segala kebutuhan transaksi serta produk dan jasa dapat dipenuhi oleh Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo. Selain itu, menggunakan layanan dari Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo sesuai dengan gaya hidup.
- d. Faktor Psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai t hitung pribadi sebesar 3,439 lebih besar dari t tabel yaitu 1,661 dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. Nasabah memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo karena adanya motivasi dalam dirinya yang dapat memenuhi kebutuhannya. Persepsi dan belajar menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo seperti persepsi terhadap larangan riba atau bunga bank yang haram. Selain itu, memori juga dapat menjadi alasan nasabah dalam memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo misalnya nasabah pernah melihat promosi mengenai bank tersebut baik di televisi atau media lainnya.

4. KESIMPULAN

- a. Faktor budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo. Hal ini dikarenakan nasabah memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo bukan disebabkan budaya atau kebiasaan yang ada disekitarnya misalnya sebagian besar penduduk Kota Solo atau mayoritas penduduk Indonesia bergama Islam. Selain itu, bukan karena kesejahteraan dan kemakmuran di lingkungan sekitar atau menciptakan solidaritas kehidupan bertetangga.
- b. Faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo. Hal ini dikarenakan nasabah memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo tidak memperhatikan kelompok referensi seperti rekomendasi dari tetangga dan teman atau diharuskan oleh keluarga. Selain itu, nasabah juga tidak memperhatikan peranan status seperti lingkungan kerjanya.

- c. Faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo. Hal tersebut disebabkan oleh persepsi dan implementasi mengenai riba sesuai dengan keyakinan nasabah. Segala kebutuhan transaksi serta produk dan jasa dapat dipenuhi oleh Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo. Selain itu, menggunakan layanan dari Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo sesuai dengan gaya hidup.
- d. Faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo. Hal tersebut disebabkan oleh adanya motivasi dalam dirinya yang dapat memenuhi kebutuhannya. Persepsi dan belajar menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo seperti persepsi terhadap larangan riba atau bunga bank yang haram. Selain itu, persepsi, memori juga dapat menjadi alasan nasabah dalam memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo misalnya nasabah pernah melihat promosi mengenai bank tersebut baik di televisi atau media lainnya.
- e. Faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur atas rahmat Allah SWT yang melimpahkan karuniaNYA kepada tim penulis sehingga terselesainya penelitian ini. Terimakasih juga peneliti ucapkan kepada para penulis skripsi yang menjadi referensi pada studi ini dan Bapak Abdul Haris Romdhoni selaku pembimbing pertama serta Ibu Dra. Wikan Budi Utami selaku pembimbing kedua sehingga peneliti dapat melakukan penelitian ini dengan baik. Penulis mengucapkan terimakasih kepada PT. Bank BTN Syariah Kantor Cabang Solo yang telah mengizinkan penulis menyelesaikan penelitian ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ascarya, A., & Syariah, P. B. (2007). Jakarta: Pt. *Raja Grafindo Persada*.
- Bahari, A. F., & Ashoer, M. (2018). Pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen ekowisata. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(1), 68-78.
- Fredereca, B. Geofanny. & Chairy. 2010. Pengaruh Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan I vol 3.(2): 128-143*
- Marlina, N., & Iskandar, D. (2019). Gerakan menabung sejak dini di rowosari. *Jurnal Pengabdian Vokasi*, 1(1), 27-32.
- Sudarsono, H. (2018). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah; deskripsi dan ilustrasi*. Ekonisia FE UII.
- Syafril dan Nuril Huda. 2015. Analisis Faktor Sosial Budaya Dan Psikologis Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Pada Warung Mikro (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*.
- Sufitrayati, S., & Nailufar, F. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syari'ah di Kota Banda Aceh. *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 2(1).
- Wells, W.D., dan Prensky, D. (1996). *Consumer Behavior*. John Wiley & Sons, Inc., Canada.
- Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta : Sinar Grafika, 2010