

Analisis Faktor Sosial, Budaya, Pribadi dan Psikologis yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat dalam Memilih BMT Berkah Madani Cimanggis

Gabriel Muhammad Abyano^{1*)}, Abdul Haris Romdhoni²⁾

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

*Email correspondence: abilmuhammad48@gmail.com

Abstract

Islamic banks are financial institutions whose main business is to provide financing and other services with payment traffic and money circulation whose operations are in accordance with Islamic sharia principles. Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) is one of the microeconomic institutions that plays a role in smoothing the economy. This happens because BMT supports the economy, especially small and medium and micro enterprises which are quite large in Indonesia, the support provided is in the form of capital. While the factors that people choose to use BMT are social, cultural, personal and psychological factors. So the purpose of this study is to find out whether these factors affect customer selection. This research was conducted by distributing questionnaires to BMT Cimanggis customers. With a sample of 50 respondents and variables in this study are community decisions, social, cultural, personal and psychological factors. The data was processed with SPSS and analyzed by simple liner regression. The results of this study F calculated with F table obtained results of $11.110 > 2.578739$ and the magnitude of sig $0.000 < 0.05$, this shows that H_0 is rejected and H_a is accepted which means that the independent variables Social Factors (X_1), Cultural Factors (X_2), personal factors (X_3), and psychological factors (X_4) influence together (simultaneously) and significantly on the dependent variable of people's decision to choose BMT (Y).

Keywords: BMT Cimanggis, Social, Cultural, Personal, Psychological, Community decision

Citation suggestions: Abyano, G. M., & Romdhoni, A. H. (2023). Analisis Faktor Sosial, Budaya, Pribadi dan Psikologis yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat dalam Memilih BMT Berkah Madani Cimanggis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 2(01), 188-193. doi: -

DOI: -

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi perkembangan ekonomi masyarakat saat ini semakin maju yang ditandai dengan semakin banyaknya lembaga keuangan sehingga memudahkan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan keinginan setiap orang. Kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap lembaga keuangan sangat mendesak, dan mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, sehingga Indonesia berpeluang menjadi negara dengan pangsa pasar Syariah terbesar. Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menyediakan pembiayaan dan jasa lainnya sebagai bisnis utama mereka, dan memiliki aliran pembayaran dan sirkulasi modal, kegiatan bisnis mereka sejalan dengan prinsip-prinsip hukum Islam.

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menyediakan pembiayaan dan jasa lainnya sebagai aliran pembayaran dan peredaran mata uang sebagai bisnis utama mereka, dan bisnis mereka diatur sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam (Muhammad, 2005). Pada tahun 1998, UU No. 1 disempurnakan oleh pemerintah dan Republik Demokratik. 7/1992 menjadi nomor resmi. Nomor 10 Tahun 1998. Dijelaskan secara gamblang bahwa terdapat dua sistem (dual banking system) dalam industri perbankan tanah air, yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Kesempatan tersebut disambut baik oleh komunitas perbankan. Hal itu ditandai dengan berdirinya beberapa bank syariah lainnya yaitu, Bank IFI, Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank BTN, Bank Mega, Bank BRI, BPD Jabar dan BPD Aceh.

Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) merupakan salah satu lembaga ekonomi mikro yang berperan penting dalam percepatan pembangunan ekonomi. Ini terjadi karena BMT mendukung perekonomian terutama usaha

kecil dan menengah yang jumlahnya cukup banyak di Indonesia. Sementara itu, kelemahan internal BMT adalah pelayanan kepada nasabah masih belum profesional, dan belum ada perlindungan simpanan nasabah seperti bank umum. Faktor masyarakat yang memilih menggunakan BMT meliputi faktor sosial, budaya, pribadi, dan psikologis.

Handayani (2021) berpendapat bahwa faktor sosial adalah pengaruh kelompok sosial, keluarga dan bahan referensi, yang juga mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan. Faktor budaya adalah kebiasaan masyarakat dalam menanggapi hal-hal yang dianggap memiliki nilai dan kebiasaan, dan ini bisa dimulai dari penerimaan informasi, posisi sosial mereka dalam masyarakat, dan pemahaman mereka tentang apa yang mereka rasakan. Suprpto (2022) menyatakan bahwa kebudayaan adalah gejala tingkah laku manusia yang dikonstruksikan untuk kelangsungan hidup. Faktor personal mengacu pada pola kebiasaan yang dibentuk oleh seseorang ketika menentukan pilihan dengan dipengaruhi oleh lingkungan terdekatnya kemudian diwujudkan dalam tindakan, faktor personal didefinisikan sebagai karakteristik yang ada dalam diri individu dan melibatkan berbagai proses mental yang akan menentukan suatu kecenderungan dan kecenderungan manusia. reaksi terhadap benda. Lingkungan. Sedangkan yang terakhir adalah faktor psikologis, adalah dorongan dari seseorang yang mempengaruhi pilihan terhadap sesuatu berdasarkan fleksibilitas produk yang digunakan, keinginan yang lebih besar dan kemudahan penggunaan produk dibandingkan dengan orang lain. Karuntu (2021) faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, sikap dan keyakinan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Analisis Kuantitatif, analisis kuantitatif adalah metode analisis yang menggunakan rumus-rumus yang relevan untuk mengklasifikasikan, membandingkan, dan menghitung. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 50 responden, dan Populasi pada penelitian ini adalah nasabah BMT Cimanggis. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, studi pustaka, observasi nasabah BMT Cimanggis. Angket /kuesioner berisi tentang factor-factor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih BMT Cimanggis ini. Metode Analisis Data pada penelitian ini menggunakan Uji Statistik Deskriptif, Uji Instrumen yang berisikan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas dan Uji Asumsi Klasik yang berisikan Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi. Dan Hipotesis menggunakan Uji Regresi Linier Berganda.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Model	Koefisien Regresi	Sig.
Constant	7,025	
Faktor Sosial (X1)	0,508	0,020
Faktor Budaya (X2)	0,157	0,243
Faktor Pribadi (X3)	-0,011	0,948
Faktor Psikologis (X4)	0,368	0,043

Formulasi persamaan regresi berganda sendiri adalah sebagai berikut:

$$Y = 7,025 + 0,508X_1 + 0,157X_2 - 0,011X_3 + 0,368X_4 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut:

- Berdasarkan hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 7,025 jika variabel *independen* nilainya 0 (nol) maka besar keputusan masyarakat memilih BMT adalah sebesar 7,025.
- Berdasarkan hasil uji koefisien regresi pada variabel factor social (X1) sebesar 0,508. Artinya apabila factor social mengalami peningkatan 1 satuan, keputusan masyarakat memilih BMT akan meningkat sebesar 0,508 satuan dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- Berdasarkan hasil uji koefisien regresi pada variabel factor budaya (X2) sebesar 0,157. Artinya apabila factor budaya mengalami peningkatan 1 satuan, keputusan masyarakat memilih BMT akan meningkat sebesar 0,157 satuani dengan asumsi variabel lainnya konstan.

- d. Berdasarkan hasil uji koefisien regresi pada variabel factor pribadi (X3) sebesar 0,011 dengan arah negatif. Artinya apabila factor pribadi mengalami peningkatan 1 satuan, keputusan masyarakat memilih BMT akan menurun sebesar 0,011 satuan dengan asumsi variabel lainnya konstan .
- e. Berdasarkan hasil uji koefisien regresi pada variabel factor psikologis (X4) sebesar 0,368 dengan arah negatif. Artinya apabila factor psikologis mengalami peningkatan 1 satuan, keputusan masyarakat memilih BMT akan meningkat sebesar 0,368 satuan dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Tabel 2. Hasil Uji t

Model	Koefisien Regresi	Sig.	Alpha	t _{hitung}	t _{tabel}	Keterangan
Constant	7,025					
Faktor Sosial (X1)	0,508	0,020	0,05	2,404	2,01410	Signifikan berpengaruh
Faktor Budaya (X2)	0,157	0,243	0,05	1,184	2,01410	Tidak berpengaruh Signifikan
Faktor Pribadi (X3)	-0,011	0,948	0,05	-0,066	2,01410	Tidak berpengaruh Signifikan
Faktor Psikologis (X4)	0,368	0,043	0,05	2,081	2,01410	Signifikan berpengaruh

Besar kecilnya berpengaruh pada masing-masing bagian ivariabel bebas (secara individual) terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:

- a. Pengaruh Faktor Sosial terhadap keputusan masyarakat memilih BMT, diketahui t hitung Faktor Sosial sebesar 2,404 dan t tabel sebesar 2,01410 maka menghasilkan perbandingan $2,404 > 2,01410$ dan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan (alpha) 0,05 yaitu $0,020 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Faktor Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih BMT.
- b. Pengaruh Faktor Budaya terhadap keputusan masyarakat memilih BMT. Diketahui t hitung Faktor Budaya sebesar 1,184 dan t tabel sebesar 2,01410 maka menghasilkan perbandingan $1,184 < 2,01410$ dan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan (alpha) 0,05 yaitu $0,243 > 0,05$. Dari data ini menunjukkan Faktor Budaya tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat memilih BMT.
- c. Pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat memilih BMT. Diketahui t hitung Faktor Pribadi sebesar 0,066 dan t tabel sebesar 2,01410 maka menghasilkan perbandingan $0,066 < 2,01410$ dan nilai signifikansinya dibandingkan dengan tingkat kesalahan (alpha) sebesar 0,05 yaitu $0,948 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa faktor personal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih BMT.
- d. Pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan masyarakat memilih BMT. Diketahui t hitung Faktor psikologis sebesar 2,081 dan t tabel sebesar 2,01410 maka menghasilkan perbandingan $2,081 > 2,01410$ dan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan (*alpha*) 0,05 yaitu $0,043 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa faktor psikologis tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan masyarakat memilih BMT.

Tabel 3. Hasil Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	262.345	4	65.586	11.110	.000 ^b
Residual	265.655	45	5.903		
Total	528.000	49			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

Berdasarkan Tabel 3 ditampilkan hasil Uji F yang dapat dipergunakan untuk memprediksi aspek-aspek variabel Faktor Sosial (X1), Faktor Budaya (X2), faktor pribadi (X3) dan faktor psikologis (X4) terhadap

keputusan masyarakat memilih BMT (Y). Perbandingan F hitung dengan F tabel mendapatkan hasil $11,110 > 2,578739$ yang diperoleh dari $df1 = K-1$ maka $df1 = 5-1=4$ dan $df2= n-k$ maka $50-5=45$ (dimana nilai k adalah jumlah variabel bebas maupun terikat dan nilai n adalah jumlah sampel). Karena nilai F hitung $> F$ tabel ($11,110 > 2,578739$) dan besarnya $sig\ 0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel *independen* (Faktor Sosial, Faktor Budaya, faktor pribadi, dan factor psikologis) berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen* (keputusan masyarakat memilih BMT)

Tabel 4. Hasil Uji R Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.705 ^a	.497	.452	2.430	.497	11.110	4	45	.000	1.711

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

b. Dependent Variable: Y

Nilai koefisien determinasi (R^2) yang ditunjukkan dengan Adjusted R Square sebesar 0,452. Hal ini berarti 45,2% variabel *dependen* berupa keputusan masyarakat memilih BMT (Y) dan dapat dijelaskan oleh variabel *independen* yaitu Faktor Sosial, Faktor Budaya, faktor pribadi, dan factor psikologis sedangkan sisanya sebesar 54,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

3.2. Pembahasan

Dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pengaruh Faktor Sosial terhadap keputusan masyarakat memilih BMT Berkah Madani Cimanggis**
Faktor Sosial memiliki t hitung Faktor Sosial sebesar 2,404 dan t tabel sebesar 2,01410 maka menghasilkan perbandingan $2,404 > 2,01410$ dan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan ($alpha$) 0,05 yaitu $0,020 < 0,05$. Hal ini menunjukkan Faktor Sosial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih BMT. Artinya semakin tinggi Faktor Sosial berpengaruh terhadap meningkatkan keputusan masyarakat memilih BMT Berkah Madani Cimanggis.
- b. Pengaruh Faktor Budaya terhadap keputusan masyarakat memilih BMT Berkah Madani Cimanggis**
Faktor Budaya memiliki t hitung Faktor Budaya sebesar 1,184 dan t tabel sebesar 2,01410 maka menghasilkan perbandingan $1,184 < 2,01410$ dan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan ($alpha$) 0,05 yaitu $0,243 > 0,05$. Hal ini menunjukkan Faktor Budaya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih BMT Berkah Madani Cimanggis.
- c. Pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat memilih BMT Berkah Madani Cimanggis**
Faktor pribadi memiliki t hitung Faktor Pribadi sebesar 0,066 dan t tabel sebesar 2,01410. Maka menghasilkan perbandingan $0,066 < 2,01410$ dan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan ($alpha$) 0,05 yaitu $0,948 > 0,05$. Hal ini menunjukkan factor pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih BMT Berkah Madani Cimanggis.
- d. Pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan masyarakat memilih BMT Berkah Madani Cimanggis**
Faktor psikologis memiliki t hitung Faktor psikologis sebesar 2,081 dan t tabel sebesar 2,01410 maka menghasilkan perbandingan $2,081 > 2,01410$ dan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan ($alpha$) 0,05 yaitu $0,043 < 0,05$. Hal ini menunjukkan faktor Psikologis berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih BMT Berkah Madani Cimanggis. Hasil ini bisa dijelaskan perlu ditingkatkan motivasi dari dalam diri dan juga persepsi yang baik akan suatu bank yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menabung di BMT.

e. Pengaruh Faktor Sosial, Faktor Budaya dan faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat memilih BMT Berkah Madani Cimanggis

Hasil Uji F ini dapat digunakan untuk memprediksi aspek-aspek variabel Faktor Sosial (X1), Faktor Budaya (X2), faktor pribadi (X3) dan faktor psikologis (X4) terhadap keputusan masyarakat memilih BMT (Y). Perbandingan F hitung dengan F tabel menghasilkan $11,110 > 2,578739$ yang diperoleh dari $df1 = K-1$ maka $df1 = 5-1=4$ dan $df2 = n-k$ maka $50-5=45$ (dimana nilai k jumlah ivariabel bebas maupun terikat dan nilai n adalah jumlah sampel). Karena nilai F hitung $> F$ tabel ($11,110 > 2,578739$) dan besarnya sig $0,000 < 0,05$, maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel *independen* (Faktor Sosial, Faktor Budaya, faktor pribadi, dan factor psikologis) berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen* (keputusan masyarakat memilih BMT). Diperoleh nilai F hitung dengan F tabel didapat hasil $11,110 > 2,578739$ dan besarnya sig $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel *independen* Faktor Sosial (X1), Faktor Budaya (X2), faktor pribadi (X3), dan faktor psikologis (X4) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) dan signifikan terhadap variabel *dependen* keputusan masyarakat memilih BMT(Y)

4. KESIMPULAN

- a. Faktor Sosial (X1) memiliki t hitung sebesar 2,404 dan t tabel sebesar 2,01410 maka menghasilkan perbandingan $2,404 > 2,01410$ dan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan (*alpha*) 0,05 yaitu $0,020 < 0,05$, hal ini menunjukkan Faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan nasabah, maka semakin tinggi faktor sosial semakin berpengaruh terhadap keputusan masyarakat
- b. Faktor Budaya (X2) memiliki t hitung Faktor Budaya sebesar 1,184 dan t tabel sebesar 2,01410 maka menghasilkan perbandingan $1,184 < 2,01410$ dan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan (*alpha*) 0,05 yaitu $0,243 > 0,05$. Maka faktor budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.
- c. Faktor Pribadi (X3) memiliki t hitung Faktor Pribadi sebesar 0,066 dan t tabel sebesar 2,01410 maka menghasilkan perbandingan $0,066 < 2,01410$ dan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan (*alpha*) 0,05 yaitu $0,948 > 0,05$ yang berarti faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.
- d. Faktor Psikologis (X4) memiliki t hitung Faktor psikologis sebesar 2,081 dan t tabel sebesar 2,01410 maka menghasilkan perbandingan $2,081 > 2,01410$ dan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan (*alpha*) 0,05 yaitu $0,043 < 0,05$. Faktor psikologis sangat berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih BMT Cimanggis
- e. Faktor Sosial, Faktor Budaya dan faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat memilih BMT Berkah Madani Cimanggis F hitung dengan F tabel didapat hasil $11,110 > 2,578739$ dan besarnya sig $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel *independen* Faktor Sosial (X1), Faktor Budaya (X2), faktor pribadi (X3), dan faktor psikologis (X4) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) dan signifikan terhadap variabel *dependen* keputusan masyarakat memilih BMT(Y).

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karuniaNya. Penulis juga mengucapkan Terimakasih kepada Bapak Muhammad Tho'in, SEI., ME.Sy sebagai pembimbing pertama dan Bapak Abdul Haris Romdhoni, SE., MEI selaku pembimbing kedua sehingga karena bimbingannya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu. Penulis juga mengucapkan Terimakasih kepada penulis skripsi terdahulu yang menjadikan referensi bagi penulis.

6. REFERENSI

- Anoraga, P. (2000). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dwiratih, C. (2014). *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mitra Dalam Memilih Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Berkah Madani Cimanggis Depok*. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta

- E.P, Cindy. (2020). Pengaruh Sosial, Pribadi, Dan Psikologis terhadap Keputusan Menabung di BPRS Mitra Harmoni Semarang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
- Giyanti, S. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk BMT*. Universitas Alma ata. Yogyakarta
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Edisi ke empat. Semarang: UNDIP
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS21*. Semarang: BP UNDIP
- Ghazali, I. (2016). *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- H, N, P Purnama. (2016). *Baitul Maal Wattamwil*. Jakarta: AMZAH
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran I: Analisi, perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: Prenha II indo.
- Nazaruddin, dkk. (2019). Analisa Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Menabung di BMT Masjid Al-Azhar Kec. Pinang Kota Tangerang. *Penelitian Dosen*. Sekolah Tinggi Agama Islam Asy Syukriyyah Tangerang.
- Purwanto, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Pertama. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Ridwan, M. (2004). *Manajemen Baitul Maal wat Tamwil*. Yogyakarta: UII Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Sunyoto, D. (2013). *Analisa Regresi dan Uji Hipotesis*. Cetakan pertama. Jakarta. PT. Buku Kita.
- Soemitra, A. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana
- Syukuriyah, L. (2010). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan BMT Berkah Madani Cimanggis*. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta
- Muhammad. (2012). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta
- Tanjung, M. (2018). *Eksistensi Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Dalam Perekonomian Islam*. vol iii. Jakarta
- Wahyuni, A. (2013). *Pengaruh Budaya, Psikologis dan Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Murabahah pada BMT Bina Ummat Mandiri Tambang*. Riau : Skripsi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Sultan Syarif Kasim.