

Pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Simpanan Mudharabah (Studi Kasus pada KSPS Perambabulan Al-Qomariyah, Celancang)

Oleh : Meliyana* & Abdul Aziz**

ABSTRACT

The prospect of the development of Shariah Credit Unions (KSPS) in Indonesia seems more convincing, however there are still many people who do not use the services KSPS, even many who prefer Sharia banking services. In general mean organizer of KSPS feel difficulty at the time of offering deposit fund gathering product of mudaraba to society. They almost always fail to give satisfying letter when member candidate raise question concerning sharing holder to be got when its fund menyimpan in deposit of mudaraba. Quality of service trusted to have characteristic which same as selfportrait in influencing decision of purchasing, quality of service can stimulate purchasing from one company. Therefore, the innovation gap KSPS should seek to take advantage of new markets and survive the competition is increasingly high. And the need to continue to strive to make products that are in demand by the public and can survive in the market. Application of the profit sharing ratio and fair as well as improved quality of care is one of the marketing strategy.

Keywords: Profit Sharing, Quality Of Service, Interests Mudaraba Savings Deposit

PENDAHULUAN

Pemikiran dan aktivitas ekonomi syari'ah di Indonesia akhir abad ke-20 lebih diorientasikan pada pendirian lembaga keuangan dan perbankan syari'ah. Salah satu pilihannya adalah gerakan koperasi yang dianggap sejalan atau tidak bertentangan dengan syari'at Islām. Oleh karena itu gerakan koperasi mendapat sambutan baik. (BAPENAS, 1998)

Sebagaimana mestinya dalam KSPS mampu menciptakan animo masyarakat untuk menjadi partner sejati dalam meraih kesejahteraan di bidang ekonomi. KSPS dapat menjadikan manusia aset perusahaan apabila dalam tubuhnya mempunyai sumber daya manusia yang kreatif, inovatif dan produktif dalam mengelola keberadaannya. Secara implisit Islām sendiri mensinyalir bahwa manusia diciptakan untuk mengelola bumi sebagai khalifah yang pada aspek prakteknya manusia harus bekerja sama dengan orang lain secara rapi. Tidak salah ketika KSPS

melandaskan pada prinsip Al-Qur'an dan Hadits yang sarat dengan unsur kemanusiaan. Prinsip utama ajaran Islām dalam segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar dan teratur.

KSPS Perambabulan Al-Qomariyah mengatasmakan dirinya sebagai lembaga keuangan yang berlandaskan syari'ah secara simbolis benar, karena berlabel atribut syari'ah, dan secara substansi adalah fakta karena dalam pelaksanaannya, baik secara struktur, produk-produk, sistemnya memakai aturan syari'ah. Namun pada umumnya rata-rata pengelola KSPS merasa kesulitan pada saat menawarkan produk penghimpunan dana simpanan *mudhārabah* kepada masyarakat. Mereka hampir selalu gagal memberikan jawaban yang memuaskan ketika calon anggota mengajukan pertanyaan; "Berapa besar bagi hasil yang terima Anggota setiap bulan jika Anggota menyimpan dana dalam jumlah Sekian di KSPS? Persoalannya adalah, jika calon anggota diberikan jawaban sesuai

*) Meliyana, Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon

*) Abdul Aziz, * Dosen Pascasarjana Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon

dengan syari'ah, calon anggota cenderung meragukan dan menganggap simpanan *mudhārabah* berpotensi mengancam keselamatan dananya atau paling tidak, ia diyakini tidak memberi jaminan perolehan keuntungan atas dana yang dipercayakan untuk dikelola secara syari'ah di KSPS.

Kualitas pelayanan menjadi pedoman bagi kita setiap orang yang berhubungan dengan pelayanan. Nasabah pada zaman sekarang ini lebih menuntut dan sering kali mengharapkan dukungan dan kualitas layanan yang baik. Setiap nasabah akan memberikan perilaku yang berbeda atau sama lainnya yang diakibatkan oleh faktor-faktor yang mempengaruhinya, diantaranya faktor budaya, faktor lingkungan dan faktor psikologis. Hal ini dapat menjadi perhatian khusus dari perusahaan atau pemilik perusahaan untuk dapat merumuskan kebijakan yang tepat bagi perusahaan.

Kualitas pelayanan dipercaya memiliki karakteristik yang sama seperti potret diri dalam mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas pelayanan dapat merangsang pembelian dari satu perusahaan (Makhalul Ilmi, 2002: 34). Pelayanan adalah hal utama yang harus di perhatikan lembaga keuangan, semakin besar lembaga keuangan merupakan indikator bahwa minat masyarakat tinggi. Demikian pula, transparansi bagi hasil yang adil dan jujur menimbulkan kepercayaan bagi nasabah serta kualitas pelayanan yang memuaskan dan memberikan kenyamanan bagi para nasabahnya sehingga muncul minat nasabah menabung simpanan *mudharabah*. Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah (KSPS) Perambabulan Al-Qomariyah berusaha meyakinkan calon anggota dan anggotanya untuk berinvestasi di KSPS Perambabulan Al-Qomariyah. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah anggota simpanan *mudhārabah* yang selalu menunjukkan peningkatan yang signifikan pada setiap tahunnya.

BAHAN DAN METODE

Konsep tentang Bagi Hasil

Islām memandang uang sebagai *flow concept*. Uang harus berputar dalam perekonomian. Islām tidak mengenal metode *time value of money* karena metode ini menambahkan nilai kepada uang semata-mata dengan bertambahnya waktu dan bukan usaha. Islām justru mengenal *money value of money*, yaitu waktu memiliki nilai ekonomi. Sesuai dengan ajaran Islām, manajemen moneter yang efisien dan adil tidak didasarkan pada penerapan metode bunga. Pada KSPS kepentingan nasabah penyimpan dana dapat diharmoniskan karena dengan metode bagi hasil, kepentingan pihak ketiga, yaitu memperoleh bagi hasil sesuai dengan keadaan yang benar-benar terjadi. Untuk itu manajemen KSPS akan berusaha mengoptimalkan keuntungan pemakai dana. (Edy Wibowo & Untung Hendy Widodo, 2005: 45-46)

Bagi hasil biasa dikenal juga dengan istilah *profit sharing*, menurut kamus ekonomi *profit sharing* berarti pembagian laba. Namun secara istilah *profit sharing* merupakan distribusi beberapa bagian laba pada para pegawai dari suatu perusahaan. (Muhammad Ridwan, 2004: 120). Sedangkan menurut Ali Hasan, sistem bagi hasil merupakan salah satu bentuk kerja sama antara pemilik modal dan seseorang, yang dilandasi oleh rasa tolong menolong. Sebab ada orang yang mempunyai modal, tetapi tidak mempunyai keahlian dalam menjalankan roda perusahaan. Ada juga orang yang mempunyai modal dan keahlian, tetapi tidak mempunyai waktu. Sebaliknya ada orang yang mempunyai keahlian dan waktu, tetapi tidak mempunyai modal. (M. Ali Hasan, 2003: 169).

Bagi hasil menjadi magnet utama dalam simpanan *mudhārabah*, karena masyarakat tidak mau dalam penyimpanan uangnya itu sia-sia, untuk itu mereka lebih

*) Melyana, Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon

*) Abdul Aziz, * Dosen Pascasarjana Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon

menyukai simpanan yang memiliki bagi hasil. Selain menguntungkan bagi hasil ini tidak ada unsur yang dilarang agama. Perhitungan bagi hasil tabungan *mudhārabah* dilakukan berdasarkan saldo rata-rata harian yang dihitung di tiap akhir bulan dan dibuka awal bulan berikutnya.

Rumus perhitungan bagi hasil tabungan *mudhārabah* adalah sebagai berikut:

Hari bagi hasil x saldo rata-rata harian x tingkat bagi hasil

Dalam memperhitungkan bagi hasil tabungan *mudhārabah* tersebut hal-hal yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:

- a. Hasil perhitungan bagi hasil dalam angka satuan bulat tanpa mengurangi hak nasabah, yaitu: (1) Pembulatan keatas untuk nasabah, dan (2) Pembulatan kebawah untuk bank.
- b. Hasil perhitungan pajak dibulatkan keatas sampai puluhan terdekat.

Dalam hal pembayaran bagi hasil, bank syari'ah menggunakan metode *end of month*, yaitu:

- a. Pembayaran bagi hasil tabungan *mudhārabah* dilakukan secara bulanan.
- b. Bagi hasil bulan pertama dihitung secara proporsional hari efektif termasuk tanggal tutup buku, tetapi tidak termasuk tanggal pembukaan tabungan.
- c. Bagi hasil bulan terakhir dihitung secara proporsional hari efektif. tingkat bagi hasil yang dibayarkan adalah bagi hasil tutup buku bulan terakhir.
- d. Jumlah hari sebulan adalah jumlah hari kalender bulan yang bersangkutan (28 hari, 29 hari, 30 hari dan 31 hari)
- e. Bagi hasil bulanan yang diterima nasabah dapat diafiliasikan ke rekening lainnya sesuai dengan permintaan nasabah.

Dengan menggunakan rumus tersebut, secara prinsipil telah sesuai dengan prinsip bagi hasil sebagaimana

ditetapkan syari'ah. Adapun prinsip-prinsip tersebut adalah:

a. Keadilan (*'adalah*)

- 1) Adanya keseimbangan dan kesetaraan antara pemilik modal di satu pihak dengan ukuran sejumlah dana dan pengelola dana di pihak lain dengan ukuran kemampuan mengelola yang ditunjukkan dengan kelayakan usaha, prospek usaha atau proposal.
- 2) Adanya kesetaraan dimaksud adalah adanya sikap masing-masing pihak dalam menghadapi usaha yang menjadi tujuan kerjasama dalam arti tidak ada yang merasa lebih berkuasa atau lebih berhak.
- 3) Adanya keseimbangan dalam pembagian hasil dalam pengertian bahwa bagi hasil yang disepakati seimbang dengan kontribusi modal dan manajemen yang digunakan.

b. Peningkatan prestasi

- 1) Adanya masing-masing pihak senantiasa mengutamakan perhatiannya dalam rangka peningkatan kinerja usaha.
- 2) Memperhatikan peningkatan kualitas sumberdaya.
- 3) Mengutamakan keuntungan melalui sebuah proses yang rasional dan adil.

c. Kebersamaan dan tolong menolong (*ta'awun wa musyawwah*)

- 1) Menumbuhkan rasa saling memiliki, sebagai wujud adanya tolong menolong.
- 2) Saling memperhatikan kelebihan dan kekurangan masing-masing. Saling memberikan kontribusi sesuai dengan kelebihannya masing-masing dan menyadari kelemahan dan kekurangannya. (DSN-MUI, 2003: 13).
- 3) Saling memahami kesulitan dalam arti memahami keterbatasan seseorang dalam menjaga kesulitan.

*) Meliyana, Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon

*) Abdul Aziz, * Dosen Pascasarjana Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon

d. Keterbukaan

- 1) Adanya kejujuran dalam kondisi perkembangan usaha.
- 2) Adanya penerapan manajemen terbuka sehingga pihak pemilik dana dapat melakukan koreksi seperlunya.
- 3) Adanya perencanaan yang diketahui kedua belah pihak dengan tujuan agar dapat diketahui adanya kesinambungan antara rencana dan realisasi.

e. Tanggung jawab

- 1) Adanya kemauan masing-masing pihak menanggung resiko yang terjadi.
- 2) Adanya pihak yang berusaha sekuat tenaga untuk memperkecil resiko.

- 3) Tanggung jawab tersebut harus diikuti dengan pembinaan dan bimbingan oleh pihak lainnya.

f. Pemenuhan rukun dan syarat

- 1) Terpenuhinya rukun dalam kerjasama (*syirkah*).
- 2) Terpenuhinya syarat untuk tiap rukun.

Dengan demikian, maka pendapatan bagi anggota atas dana baik yang disimpan maupun pembiayaan pada lembaga keuangan mikro syariah, khususnya BMT adalah dengan pola bagi hasil, non ribawi (bunga) sebagaimana dalam lembaga konvensional. Perbedaan atas pola bagi hasil dan pola sistem bunga dapat ditabulasikan sebagai berikut:

Tabel 1. Perbedaan Bunga Dan Bagi Hasil

Bunga	Bagi hasil
Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung.	Penentuan besarnya rasio atau nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung atau rugi.
Besarnya persentase berdasarkan pd jumlah uang yang dipinjamkan.	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh
Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan oleh pihak nasabah untung atau rugi.	Bagi hasil bergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan, Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama kedua belah pihak.
Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat.	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama, termasuk Islam.	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.

Sumber: Muhammad Syafi’I Antonio (2001: 61)

Konsep tentang Kualitas Pelayanan

Modernitas dengan kemajuan teknologi yang tinggi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan oleh perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pada kondisi dan hidup pelanggan

menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality*. (Rambat Lupiyoadi, 2001: 140).

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga

*) Melyana, Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 *) Abdul Aziz, * Dosen Pascasarjana Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon

definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. (Fandy, Tjiptono, 2001: 52).

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut J. Supranto (2006: 226), adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Sedangkan definisi pelayanan menurut Gronroos adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Kotler (2002: 83), memberikan definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada

konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakannya pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan, dengan kepuasan ini nasabah menjadi yakin dan percaya terhadap lembaga tersebut, dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum.

Kualitas pelayanan diberikan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi pelayanan. Dimensi Kualitas Pelayanan dibagi menjadi lima dimensi diantaranya adalah: (Rambat Lupiyoadi, 2001: 148).

- 1) *Tangibles* (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- 2) *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

*) Meliyana, Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon

*) Abdul Aziz, * Dosen Pascasarjana Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon

- 3) *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu daya tanggap atau kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera.
- 4) *Assurance* (jaminan dan kepastian) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
- 5) *Empathy* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Pada hakikatnya pengukuran kualitas suatu jasa atau produk dapat diperoleh melalui pengukuran atas kepuasan pelanggannya yang ditunjukkan melalui variabel harapan dan kinerja yang dirasakan pelanggan atau *perceived performance*, (Fandy Tjiptono, 2000: 46). Menurut Kotler (2005: 95), menjelaskan bahwa jasa dapat diperingkat menurut kepentingan pelanggan (*customer importance*) dan kinerja perusahaan (*company performance*). Namun demikian kualitas jasa lebih sukar

didefinisikan, dijabarkan, dan diukur bila dibandingkan dengan kualitas barang. Bila ukuran kualitas dan pengendalian telah lama ada untuk barang-barang berwujud (*tangible goods*), maka untuk jasa berbagai upaya telah dan sedang dikembangkan untuk merumuskan ukuran-ukuran semacam itu.

Pada dasarnya inti dari pengukuran dan penilaian kualitas terletak pada dua sisi, yaitu dari sudut pandang konsumen dalam hal ini harapannya, dan disatu sisi terletak pada sudut pandang manajemen perusahaan dalam hal ini kinerja atas kualitas jasa secara keseluruhan. Dengan kata lain terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu; jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*). Harapan pelanggan dapat berupa tiga tipe. **Pertama**, *will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. **Kedua**, *should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatasnya diterima konsumen. **Ketiga**, *ideal expectation*, yaitu kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

Gronroos (dalam Fandy Tjiptono (2000: 51-2), menyatakan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas total suatu jasa terdiri atas dua dimensi utama. Dimensi pertama, yakni *technical quality (outcome dimension)* yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang dipersepsikan pelanggan. Dan dimensi kedua, yaitu *functional quality (process-related dimension)* berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa atau menyangkut proses transfer kualitas teknis, output atau hasil akhir jasa dari penyedia jasa kepada pelanggan. Jika penyedia jasa memiliki citra positif di dalam benak pelanggan, kesalahan minor yang terjadi sangat mungkin dimaafkan. Apabila kesalahan kerap terjadi, maka citra positif tersebut akan rusak. Sebaliknya, jika citra

*) Meliyana, Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon

*) Abdul Aziz, * Dosen Pascasarjana Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon

organisasi sudah negatif terlebih dahulu, maka pengaruh atau efek dari setiap kesalahan yang dilakukannya kerap kali jauh lebih besar dari pada bila citranya positif. Dalam kaitannya dengan persepsi terhadap kualitas, citra dapat dipandang sebagai filter.

Kerangka Pemikiran

Bagi hasil biasa dikenal juga dengan istilah *profit sharing*, menurut kamus ekonomi *profit sharing* berarti pembagian laba. Namun secara istilah *profit sharing* merupakan distribusi beberapa bagian laba pada para pegawai dari suatu perusahaan. (Muhammad Ridwan, 2004: 120).

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakannya pelayanan adalah agar konsumen

merasakan adanya kepuasan, dengan kepuasan ini nasabah menjadi yakin dan percaya terhadap lembaga tersebut, dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum.

Minat adalah suatu proses kejiwaan yang bersifat abstrak yang dinyatakan oleh seluruh keadaan aktivitas, ada objek yang dianggap bernilai sehingga diketahui dan dinginkan. Sehingga proses jiwa menimbulkan kecenderungan perasaan terhadap sesuatu, gairah atau keinginan terhadap sesuatu. Bisa dikatakan pula bahwa minat menimbulkan keinginan yang kuat terhadap sesuatu. Keinginan ini disebabkan adanya rasa dorongan untuk meraihnya, sesuatu itu bisa berupa benda, kegiatan, dan sebagainya baik itu yang membahagiakan ataupun menakutkan. Sedang, menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.

Simpanan *mudhārabah* adalah simpanan yang dijalankan berdasarkan akad *mudhārabah*, (Adiwarman Karim, 2007: 347). Seperti yang telah dikemukakan *mudhārabah* mempunyai dua bentuk, yakni *mudhārabah mutlaqah* dan *mudhārabah muqayyadah*, perbedaan utama keduanya terletak pada ada atau tidak adanya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya. Dalam hal ini bank syari'ah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak *shahibul maal* (pemilik dana). Bank syari'ah dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah serta dapat mengembangkannya, termasuk melakukan akad *mudhārabah* dengan pihak lain. Namun disisi lain bank syari'ah juga

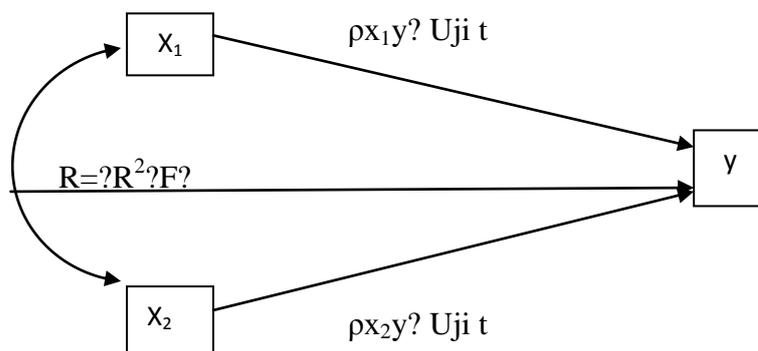
*) Meliyana, Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon

*) Abdul Aziz, * Dosen Pascasarjana Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon

memiliki sifat sebagai seorang *wali amanah*, yang berarti bank harus berhati-hati atau bijaksana serta beriktikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan sebelumnya, dimana antara bagi hasil dan kualitas pelayanan masing-masing memiliki pengaruh terhadap minat menabung. Untuk itu peneliti ingin melakukan penelitian

lanjutan mengenai hal tersebut, apakah benar memiliki pengaruh atau tidak. maka penelitian yang saya lakukan ini akan memfokuskan pada “Pengaruh Bagi Hasil dan kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Simpanan *Mudhārabah*” (Studi kasus di KSPS Perambabulan Al-Qomariyah, Celancang). Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut di atas, maka paradigma penelitiannya dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan :

X₁ : Bagi Hasil

X₂ : Kualitas Pelayanan

Y : Minat Menabung Simpanan Mudharabah

R : Regresi linier berganda

R² : Koefisien Determinasi

F : Uji f Simultan

ρ : Uji t Parsial

Pengajuan Hipotesis

- a. H₁ : ρ_{y.1} ≠ 0 Terdapat pengaruh yang signifikan antara bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung simpanan *mudhārabah* pada Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah (KSPS) Perambabulan Al-Qomariyah.
- b. H₁ : ρ_{y.2} ≠ 0 Terdapat pengaruh yang signifikan antara bagi hasil dan kualitas

pelayanan terhadap minat menabung simpanan *mudhārabah* pada Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah (KSPS) Perambabulan Al-Qomariyah.

- c. H₁ : R_{y.1.2} ≠ 0 Terdapat pengaruh yang signifikan antara bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung simpanan *mudhārabah* pada Koperasi Simpan Pinjam

*) Melyana, Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon

*) Abdul Aziz, * Dosen Pascasarjana Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Syari'ah (KSPS)
Perambabulan Al-
Qomariyah.

bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung simpanan *mudhārabah*.

Teknik Pengumpulan Data

- 1. Observasi.** Dilakukan dengan cara pengamatan langsung ke objek penelitian. Teknik observasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap tujuan penelitian yang diselidiki, dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian.
- 2. Kuesioner.** Kuisisioner, yaitu dengan menyebarkan kuisisioner kepada nasabah untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian kepada nasabah KSPS Perambabulan Al-Qomariyah. Angket yang digunakan dalam skripsi ini yaitu angket tertutup adalah angket yang dimana pertanyaan atau pernyataan tidak memberikan kebebasan kepada responden untuk memberikan jawaban dan pendapatnya sesuai dengan keinginan mereka. (M. Iqbal Hasan, 2002: 84-85)
- 3. Dokumentasi.** Ada beberapa buku yang menganggap dokumentasi sebagai sebuah metode pengumpulan data. Anggapan ini biasanya terjadi dalam riset-riset historis, yaitu bertujuan untuk menggali data-data masa lampau secara sistematis dan objektif. (Rachmat Kriyantono, 2006: 120)

Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasio-kausal. Artinya data yang dikumpulkan berupa angka-angka, pendekatan kuantitatif dapat memberikan gambaran tentang populasi secara umum, hubungan antara variabel-variabel serta menguji hipotesis (*testing study hipotesis*) yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam hal ini penulis menganalisis pengaruh

Pengumpulan Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memenuhi syarat untuk dijadikan objek penelitian. Sampel adalah sebagian dari individu yang menjadi objek penelitian. Sampel ini bertujuan untuk memperoleh keterangan mengenai objek penelitian dengan cara mengamati hanya sebagian dari populasi supaya memperoleh sampel lebih akurat, dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah Populasi

d = Nilai Presisi

Menentukan sampel dengan populasi 270 responden adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{N(d)^2 + 1} \\ n &= \frac{270}{270(0,1)^2 + 1} \\ &= \frac{270}{3,7} \\ &= 72,97 \end{aligned}$$

Jadi sampel yang digunakan untuk populasi sebanyak 270 adalah 72,97 dibulatkan menjadi 73 responden. Penelitian ini menggunakan *probability sampling*, dengan menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu cara pengambilan sampel dari anggota populasi dengan menggunakan acak tanpa memperhatikan tingkatan dalam anggota populasi tersebut.

Uji Validitas dan Reliabilitas

*) Meliyana, Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon

*) Abdul Aziz, * Dosen Pascasarjana Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner, (Danang Sunyoto, 2009: 72). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *Alpha* (α). Menurut Sekaran yang dikutip oleh Toni Wijaya dalam bukunya yang berjudul “*Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*” menyatakan bahwa suatu konstruk dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,7$. (Toni Wijaya, 2009: 110).

Uji Hipotesis

a. Uji t Parsial

Uji-t ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara

parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Uji dua pihak digunakan bila hipotesis nol (H_0) berbunyi “sama dengan” dan hipotesis alternatifnya (H_a) berbunyi “tidak sama dengan” ($H_0 =$; $H_a \neq$). Dalam rangka mengambil keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis secara statistik sebagai berikut:

H_a : Terdapat pengaruh bagi hasil terhadap minat nasabah menabung simpanan *mudhārabah*.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh bagi hasil terhadap minat nasabah menabung simpanan *mudhārabah*.

Dengan dk ($n-2$), taraf kesalahan (α) 0,05 serta uji dua pihak, pengambilan keputusan yang diajukan adalah :

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_a di tolak dan H_0 diterima.

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

c. Uji f Simultan

Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel independen (X_1, X_2, X_n) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Uji t Parsial

Tabel 2. Hasil Uji t secara Parsial

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.966	1.512		3.284	.002		
	bagi hasil	.159	.067	.179	2.377	.020	.246	4.068
	kualitas	.732	.070	.790	10.483	.000	.246	4.068

^a) Melyana, Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon

^{*}) Abdul Aziz, * Dosen Pascasarjana Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon

	pelayanan						
a. Dependent Variable: minat menabung simpanan <i>mudhārabah</i>							

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa hasil pengujian hipotesis Setelah t_{hitung} diketahui, untuk mengetahui valid atau tidak nya perlu dibandingkan dengan t_{tabel} . Distribusi t_{tabel} , untuk $\alpha = 0,5$ dan derajat kebebasan $dk = n-2$ ($73-2=71$). Dengan ketentuan kaidah keputusan; Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti valid dan sebaliknya jika

$t_{hitung} < t_{tabel}$ tidak valid. Jika Instrument itu valid, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasi (r), bagi hasil menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,377 > t_{tabel}$ 1,99. Artinya signifikan, dan hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $10,483 > t_{tabel}$ 1,99. Artinya signifikan.

b. Analisis Regresi F Simultan

Tabel 3. Hasil Uji F Secara Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1384.007	2	692.004	323.069	.000 ^a
	Residual	149.938	70	2.142		
	Total	1533.945	72			

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, bagi hasil

b. Dependent Variable: minat menabung simpanan *mudhārabah*

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa hasil pengujian hipotesis setelah f_{hitung} diketahui, untuk mengetahui valid atau tidaknya perlu dibandingkan dengan f_{tabel} . Distribusi f_{tabel} , untuk $\alpha = 0,5$ dan derajat kebebasan $df = (n-m)$. Dengan ketentuan kaidah keputusan; Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ berarti secara statistika data yang digunakan membuktikan bahwa semua variabel independen (X) dan sebaliknya jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ berarti secara statistika dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen (X) secara simultan berpengaruh teradap variabel dependen (Y). Maka menunjukkan nilai f_{hitung} sebesar $323.069 > f_{tabel}$ 3,98. Artinya secara statistik data yang digunakan membuktikan bahwa semua variabel independen (X_1 dan X_2) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Dengan demikian, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$H_{a1}: \beta_{x_1y} \neq 0$: Terdapat pengaruh positif dan signifikan bagi hasil terhadap minat nasabah menabung simpanan *mudhārabah*.

$H_{a2}: \beta_{x_2y} \neq 0$: Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung simpanan *mudhārabah*.

$H_{a3}: \beta_{x_3y} \neq 0$: Terdapat pengaruh positif dan signifikan bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung simpanan *mudhārabah*.

Berdasarkan pada hasil perhitungan tabel *coefficients* di peroleh angka t_{hitung} penelitian bagi hasil sebesar 2.377 dan kualitas pelayanan sebesar 10.483 Untuk nilai t_{tabel} ditentukan berdasarkan tingkat signifikan yang digunakan dengan derajat

^a) Melyana, Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon

^{*}) Abdul Aziz, * Dosen Pascasarjana Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon

keabsahan ($dk = n - 2 = 73 - 2 = 71$) dengan tingkat kesalahan $\alpha = (0,05)$ dan uji satu pihak (*one tailed*) diperoleh t_{hitung} sebesar 1,99. Keputusan uji hipotesisnya sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Berdasarkan nilai t_{hitung} bagi hasil sebesar 2.377 dan t_{tabel} 1,99. Diketahui bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.377 > 1,99$), dan berdasarkan nilai t_{hitung} kualitas pelayanan sebesar 10,483 dan t_{tabel} 1,99. Diketahui bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($10,483 > 1,99$) Dengan demikian keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung simpanan *mudhārabah*.

Berdasarkan pada hasil perhitungan tabel di peroleh angka f_{hitung} penelitian 323.069. Untuk nilai f_{tabel} ditentukan berdasarkan tingkat signifikan yang digunakan sebesar 0,05 dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $dk = (97 - 2) = 95$ dan uji satu pihak (*one tailed*) diperoleh f_{tabel} sebesar 3,98 (lihat tabel f pada lampiran). Keputusan uji hipotesisnya sebagai berikut:

Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Berdasarkan nilai f_{hitung} 323.069 dan f_{tabel} 3,98. Diketahui bahwa f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($323.069 > 3,98$). Dengan demikian keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung simpanan *mudhārabah*.

SIMPULAN

1. Pengaruh bagi hasil diantaranya nilai t_{hitung} sebesar $2,377 > t_{tabel}$ 1,66 menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung simpanan *mudhārabah*.
2. Pengaruh kualitas pelayanan diantaranya nilai t_{hitung} sebesar $10,483 > t_{tabel}$ 1,98 menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung simpanan *mudhārabah*.
3. Pengaruh bagi hasil dan kualitas pelayanan diantaranya menunjukkan nilai f_{hitung} sebesar $323.069 > f_{tabel}$ 3,98 menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung simpanan *mudhārabah*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdad, M Zaidi. *Lembaga Perekonomian Umat Di Dunia Islam*. Bandung: Angkasa, 2003.
- Al-Arif, M Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syari'ah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Al-Jaziri, Abd Ar-Rahman. *Al-Fiqh Ala Al-Mazhab Al-Arba'ah*. Mesir: At-Tijarah Al-Kubra, 2010.
- Amin, Ahmad Riawan. *The Celestial Management*. Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2004.
- Antonio ,Muhammad Syafi'I. *Bank Syariah: Wacana Ulama dan Cendekiawan*. Jakarta: Central Bank of Indonesia and Tazkia Institute, 1999.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2006.
- Aziz, M Amin. *Mengembangkan Bank Islam di Indonesia*. Jakarta: Bangkit, 2000.
- Bangun, Wilson. *Intisari Manajemen*. Bandung : PT Refika Aditama, 2008.
- Budisantoso, Totok dan Sigit Triandaru. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat, 2006 .

*) Melyana, Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon

*) Abdul Aziz, * Dosen Pascasarjana Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon

- Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2008.
- DSN MUI, *Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI*, Jakarta: CV. Gaung Persada, 2006.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005.
- Hafidhuddin, Didin dan Hendri Tanjung. *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2003
- Hasan, M Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta : Bumi Aksara, 2009.
- Ilmi, Makhalul. *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta : UII Press, 2002
- Ismanto, Kuart. *Manajemen Syariah Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Karim, Adiwarmar. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Karim, Helmi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1997.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- Kottler, Phillip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks, 2005.
- Laporan Tahun Buku KJKS Perambabulan Al-Qomariyah tahun, 2012
- Lexy J Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 1991.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Manan, Abdul. *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta : Kharisma Putra Utama, 2012.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. *Perilaku Konsumen*. Bandung : Eresco, 1988.
- Marhijanto, Bambang & Ridlwan I Hanafi. *Tehnik Mengambil Keputusan*. Surabaya: CV. Bintang Remaja, 2005.
- Muhammad. *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta : Try Sihono/ UII Press, 2001.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia, 2003.
- Nasution, S. *Metode Research*. Jakarta : Bumi Aksara, 2004.
- P, Djaka. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surakarta: Pustaka Mandiri, 2009.
- Ratminto dan Atik Winarsih. *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Yogyakarta: Pelajar, 2005.
- Riduwan. *Belajar Mudah Penelitian Guru dan Karyawan*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- Rivai, Veithzal dan Andria Permata Veithzal dan Ferry N Idroes. *Bank and Financial Institution Management Conventional and Syariah System*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2007.
- Rivai, Veithzal dan Arfiyan Arifin. *Islamic Banking*. Jakarta : PT Bumi Aksara, 2010.
- Reksohadiprodjo, Sukanto. *Manajemen Koperasi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 1998.

*) Meliyana, Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon

*) Abdul Aziz, * Dosen Pascasarjana Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon

- Riduwan dan Sunarto. *Pengantar Statistik*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Ridwan, Muhammad. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press, 2004.
- Rubin, Theodore Isaac. *8 Strategi Keputusan Yang Efektif*. Jakarta: Effhar & Dahara Size, 2010.
- Saleh, Nabil A. *Unlawfu Gain and Legitimate Profit in Islamic Law: Riba Gharar and Islamic Banking*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.
- Sumiyanto, Ahmad. *BMT Menuju Koperasi Modern*. Solo: ISES Publishing, 2008.
- Supranto. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Cetakan Ketiga*. Jakarta: Rineka Cipta 2006.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset, 2001.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Wibowo, Edy & Untung Hendy Widodo. *Mengapa Memilih Bank Syariah?*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2005.
- Wijaya, Tony. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Jaya Yogyakarta 2009, 81.
- Winarno, Sigit dan Sujana Ismaya. *Kamus Besar Ekonomi*. Bandung: Pustaka Grafika, 2003.
- Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

*) Meliyana, Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon

*) Abdul Aziz, * Dosen Pascasarjana Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon