

DOI: <https://doi.org/10.31933/jemsi.v5i5>

Received: 20 Maret 2024, Revised: 19 April 2024, Publish: 10 Mei 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat NonMuslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jambi

Frengki Oktapian^{1*}, Rafidah², Husin Abdul Wahab³, Aprizal Wahyudi Diprata⁴¹Postgraduate Magester Student, UIN Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi, Indonesia, email: oktapianfrengki@gmail.com²Dosen Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Jambi, email: erafidah15@gmail.com³Dosen Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Jambi, email: wahabhusin@gmail.com⁴Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Jambi, email: awd960401@gmail.com*Corresponding Author: oktapianfrengki@gmail.com

Abstract: This article discusses and analyzes the factors that influence the interest of non-Muslims to become customers at Bank Syariah Indonesia Jambi Branch Office. This literature review article writing method uses library research methods sourced from online media such as Google Scholar, Mendeley and/or other academic online media. The results of this article are: 1) The Project-based Learning model influences the ability to analyze; 2) The Project Based Learning model influences problem solving abilities; and 3) The Project Based Learning model influences the ability to evaluate. Apart from these 3 exogenous variables which influence the endogenous variable of subordinate placement, there are many other factors including, Synthesis Ability, Conclusion Ability and others.

Keywords: Project Based Learning Model, Analyzing, Problem Solving, Evaluating

Abstrak: Artikel ini membahas dan menganalisis tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jambi. Metode penulisan artikel Kajian Pustaka ini menggunakan metode penelitian kepustakaan yang bersumber dari media online seperti Google Scholar, Mendeley dan/atau media online akademik lainnya. Hasil dari artikel ini adalah: 1) Model Project-based Learning berpengaruh terhadap Kemampuan Menganalisis; 2) Model Project Based Learning berpengaruh terhadap kemampuan pemecahan masalah; dan 3) Model Project Based Learning berpengaruh terhadap kemampuan Mengevaluasi. Selain 3 variabel eksogen tersebut yang mempengaruhi variabel endogen penempatan bawahan masih banyak faktor lain diantaranya, Kemampuan Mensistesis, Kemampuan Menyimpulkan dan lainnya.

Kata Kunci: Model Project Based Learning, Menganalisis, Pemecahan Masalah, Mengevaluasi

INTRODUCTION

Perkembangan dunia usaha dalam berbagai jenis industri, seakan-akan tak pernah pupus karena pergeseran zaman. Demikian juga dengan perkembangan industry perbankan yang tidak berbeda jauh tingkat perkembangannya.

Ekonomi Syariah adalah sistem ekonomi yang bersumber dari wahyu yang *transcendental* (Alqur'an dan As-Sunnah) dan sumber interpretasi dari wahyu yang disebut dengan *ijtihad*.¹ hukum-hukum yang diambil dari Alqur'an dan Hadist secara konsep dan prinsip adalah tetap tidak dapat berubah kapanpun dan dimanapun, tetapi dalam hal yang berhubungan dengan nash yang bersifat zhanni itu dapat berubah yang dipengaruhi oleh waktu, tempat dan keadaan.

Peluang tersebut tidak hanya dirasakan oleh umat Islam saja, tetapi juga oleh umat non-muslim, karena bank Islam dinilai terbukti mampu menjadi sarana penunjang pembangunan ekonomi yang handal dan dapat beroperasi secara sehat, karena didalam operasinya terkandung misi kebersamaan antara nasabah dengan bank².

Banyak yang beranggapan bank syariah itu hanya diperuntukan untuk orang-orang muslim, karena bank syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan pada prinsip islam, maka sebagian orang akan berpandangan bahwa bank syariah ini identik dengan Islam dan umat Islam. Dengan kata lain, bank syariah hanya diperuntukkan kepada orang-orang yang beragama Islam saja, sedangkan agama lain (non-Muslim) tidak bisa bertransaksi di dalamnya. Meskipun demikian sebenarnya Bank Syariah telah menambah ranah segmentasi pasar. Seperti menurut Kotler yang menyatakan: *"Market segmentation is the process of breaking a heterogeneous group of potential buyer into smaller homogeneous groups of buyer, that is with relatively similar buying characteristics or needs"*.³

Beberapa fakta pesatnya pertumbuhan perbankan syariah dapat dilihat dari jumlah nasabah muslim dan non muslim dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Persentase perkembangan nasabah Muslim dan non muslim di Bank Syariah Indonesia KC Jambi Tahun 2017-2023

No	Tahun	Nasabah Muslim	Nasabah Non Muslim	Total	Persentase perkembangan Nasabah Non Muslim
1.	2017	18.595	271	18.866	11,8 %
2.	2018	18.785	289	19.074	12,6 %
3.	2019	19.184	311	19.495	13,6 %
4.	2020	19.347	329	19.676	14,4 %
5.	2021	19.501	341	19.842	14,9 %
6.	2022	19.867	352	20.219	15,4 %
7.	2023	20.110	397	20.507	17,3 %

Sumber data: Arsip BSI KC.Jambi

Dari Tabel diatas dapat dicermati bahwa dari tahun 2017 nasabah non muslim di Bank Syariah Indonesia KC Jambi berjumlah 271 dengan nasabah muslim sebesar 18.595 dan total keseluruhan sebesar 18.866, namun ditahun 2018 mengalami peningkatan menjadi 289 nasabah non muslim diikuti juga dengan meningkatnya nasabah muslim sebesar 18.785

¹Ahmad Roziq, *Buku Cerdas Investasi dan Transaksi Syariah*, (Jakarta: Trasmedia, 2012), vii.

²Arifin, *Memahami Bank Syariah, Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*, (Jakarta, Al- Fabet, 2010), 33.

³Philip Kotler *Marketing An Introducing: Penterjemah Elis Subandhono, Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2*. (Jakarta: Mitra Media, 2007), 443.

sehingga jumlah nasabah keseluruhan sebesar 19.074, dan pada tahun 2019 juga mengalami peningkatan menjadi 311 nasabah non muslim diikuti nasabah muslim sebesar 19.184 dengan total nasabah 19.495, sedangkan di tahun 2020 juga mengalami peningkatan nasabah non muslim sebanyak 329, sedangkan nasabah muslim di Bank syariah Indonesia KC Jambi 19.347, nasabah di Bank syariah Indonesia KC Jambi berjumlah 19.676 nasabah pada tahun 2020. Sedangkan tahun 2021 nasabah non muslim sebanyak 19.501 sedangkan non muslim 341 dengan total nasabah 19.842, kemudian pada tahun 2022 nasabah muslim sebanyak 19.867 dan non muslim sebanyak 352 dengan total 20.219, dan pada tahun 2023 nasabah muslim sebanyak 20.110 dan nasabah non muslim sebanyak 397 dengan total 2.507.

Sehingga Rumusan masalah dalam penelitian ini merupakan suatu rumusan yang mempertanyakan suatu fenomena, baik dalam kedudukannya sebagai fenomena mandiri, maupun dalam kedudukannya sebagai fenomena yang saling terkait di antara fenomena yang satu dengan yang lainnya, baik sebagai penyebab maupun sebagai akibat. Adapun rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah

1. Apakah faktor produk mempengaruhi nasabah non muslim untuk jadi nasabah di Bank Syariah Indonesia kantor Cabang Jambi ?
2. Apakah faktor promosi mempengaruhi nasabah non muslim untuk jadi nasabah di Bank Syariah Indonesia kantor Cabang Jambi ?
3. Apakah faktor bagi hasil mempengaruhi nasabah non muslim untuk jadi nasabah di Bank Syariah Indonesia kantor Cabang Jambi ?
4. Dari produk, promosi dan bagi hasil, faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank syariah Indonesia kantor cabang jambi ?

LITERATURE REVIEW

Minat

Minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu.⁴ Pengertian minat diartikan sebagai keinginan, kehendak, atau kesukaan. Dan atau minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih.⁵Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut.

Definisi minat menurut Andi Mappiare dalam Rifa'atul Machmudah⁶ adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Sedangkan menurut Keller dalam Esthi Dwityanti⁷ minat konsumen adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek Lainnya.

⁴Nawawi, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), 40.

⁵Muh Risky Adi Hirmawan, *"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah"* (Studi Kasus di Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta)", *Naskah Publikasi* (Surakarta: Program Studi Akutansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Surakarta, 2015).

⁶Rifa'atul Machmudah, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah" (Studi Bank CIMB NIaga Syariah Cabang Semarang)", *Skripsi* (Semarang: Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah, Semarang, 2009).

⁷Esthi Dwityanti, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Layanan Internet Banking Mandiri (Studi Kasus pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta)", *Thesis* (Semarang: Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponogoro Semarang, 2008).

Non muslim

Berdasarkan terminologi fiqh islam klasik, non muslim disebut zimmi, yang diartikan sebagai kaum yang hidup dalam pemerintah islam yang dilindungi keamanan hidupnya dan dibebaskan dari kewajiban militer dan zakat, namun diwajibkan membayar pajak. Pada zaman penaklukan wilayah politik islam, yang berlangsung secara besar besaran sejak zaman khulafaur rasyidin, kemudian dimapankan pada zaman bani umayyah dan bani abbasiyah sesudahnya. Non muslim pada saat ini itu diberi alternatif yakni memeluk islam atau tetap pada agamanya dan rela hidup dan diatur oleh pemerintah politik islam yang menaklukkannya. Mereka yang tetap pada agamanya disebut dengan kafir dzimmi yaitu orang-orang yang dilindungi.⁸

Non muslim yang tinggal di negara islam dan memperoleh hak-hak asasi mereka yang ditetapkan dalam perlindungan hukum syariah. Hak-hak yang diberikan kepada orang kafir zimmi merupakan suatu ketetapan yang tidak dapat ditarik kembali. Adapun sejumlah pedoman dalam al-quran dan sunnah menjelaskan tentang upaya memperkuat hubungan antara umat muslim dan non muslim, dasar hubungan tersebut terdapat pada Q.S Muhtahanah (60 : 8-9).

RESEARCH METHODS

The method of writing scientific articles is the qualitative method and literature review (Library Research). Examining theories and relationships or influences between variables from books and journals both offline in libraries and online sourced from Mendeley, Scholar Google and other online media.

This study uses the library research method, namely; this type of qualitative research. In general, in every research discussion obtained in the literature and sources, and or the latest findings regarding the role of leadership in the organization of Islamic educational institutions. Second, analyze everything findings from various readings, relating to the shortcomings of each source, the strengths or relationships of each about the discourse discussed in it. According to Kaelan, in library research sometimes has descriptive and also has historical characteristics (Kaelan, 2010).

In qualitative research, literature review must be used consistently with methodological assumptions. This means that it must be used inductively so that it does not direct the questions posed by the researcher. One of the main reasons for conducting qualitative research is that the research is exploratory in nature, (Ali, H., & Limakrisna, 2013).

For this reason, in library research, collecting books must be done in stages, because to get all the needs mentioned above, they can be produced through libraries, books, articles, or journals related to the discussion to be studied, using data from various sources. These references are collected by reading (text reading), reviewing, studying, and recording literature that is related to the issues discussed in this paper. Data collection techniques, in this case the author will identify discourse from books, papers, or articles, magazines, journals, the web (internet), or other information related to writing titles to look for things or variables in the form of notes, transcripts, books, newspapers, magazines and so on related to the study of the role of leadership in the organization of Islamic educational institutions. Meanwhile, as a data analysis model, this study uses a descriptive analysis model.

FINDINGS AND DISCUSSION

Pengaruh faktor produk terhadap minat nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di bank syariah Indonesia cabang jambi

Dari hasil penelitian dapat diketahui variabel produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah Indonesia cabang jambi, hal ini dapat dilihat dari signifikan produk sebesar 0,001 yang berarti lebih

⁸ www.referensi.makalah/2014/12/pengertian-non-muslim-dalam-ilmu-fiqih.htm, artikel pada 2 november 2016

kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari thitung > ttabel atau $3,314 > 1,991$ sehingga mengindikasikan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah Indonesia cabang jambi.

Dari hasil diatas tampak jelas bahwa produk secara positif dan Signifikan terhadap minat nasabah non muslim. Dengan begitu untuk Meningkatkan keputusan masyarakat atau nasabah agar tetap menjadi nasabah di bank syariah Indonesia dengan terus meningkatkan kualitas dari produk yang ada di bank syariah Indonesia cabang jambi

Teori kotler mengenai konsep bauran pemasaran (marketing mix) yang salah satunya adalah produk. Keunggulan produk bank adalah salah satu faktor penting agar menarik perhatian dan minat masyarakat untuk bertransaksi pada bank tersebut. Produk adalah segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat ataupun organisasi. Pengertian produk secara umum juga telah dikemukakan oleh beberapa ahli. Menurut kotler produk adalah segala sesuatu yang bias ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai, atau konsumsi sehingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Pengaruh Faktor Promosi Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Untuk Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi

Dari perhitungan tabel 4.12, variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,735 > 1,991$ dan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar $0,008 < 0,05$ Maka hal ini H_a diterima H_o ditolak dengan kata lain bahwa variabel promosi secara signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah Indonesia cabang jambi.

Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Cabang Jambi, ini menandakan bahwa promosi yang dilakukan BSI Cabang Jambi memang sudah baik dan dapat dipahami oleh masyarakat, khususnya bagi nasabah non muslim yang telah menjadi responden dalam penelitian ini. Dengan promosi yang baik, kepercayaan konsumen dengan BSI Cabang Jambi secara otomatis akan meningkat. Suatu promosi penjualan mendorong seseorang untuk menggunakan jasa atau produk dengan menawarkan sesuatu yang nyata.

Menurut teori Indriyo⁹ kegiatan promosi yang dilakukan bank menjadi sarana untuk memperkenalkan produk yang dimiliki bank kepada nasabah sehingga nasabah mengenal lebih jauh produk yang ditawarkan bank. Promosi merupakan kegiatan penting bagi setiap perusahaan termasuk bank karena sebaik apapun produk yang dihasilkan jika tidak dikenal oleh nasabah maka produk tersebut tidak akan berhasil dipasarkan.

Hal ini sejalan dengan teori promosi yang dikemukakan Rambat Lupiyoadi bahwa promosi sebagai suatu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyampaikan manfaat suatu produk dan sebagai alat yang mempengaruhi konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa sesuai kebutuhannya.¹⁰ Kemudian Raina Linda Sari dan Evi Yupiter, promosi sebagai upaya perbankan untuk memperkenalkan bank kepada semua elemen masyarakat via media cetak maupun elektronik.¹¹ bank syariah akan lebih dikenal oleh masyarakat luas jika promosi yang dilakukan secara continue, kreatif, inovatif serta mampu mengedukasi masyarakat.

⁹ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta:BPFE UGM,2010).

¹⁰ Rambat Lupiyoadi, *manajemen pemasaran jasa* (Jakarta: salemba Empat, 2013),92.

¹¹ Evi Yupiter And Raina Linda Sari, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan, Ekonomi Dan Keuangan 1, no. (2012); 50, <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/edk/article/view/617>.

Pengaruh faktor bagi hasil terhadap minat nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di bank syariah Indonesia cabang jambi

Dalam Penelitian dapat diketahui variabel bagi hasil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah Indonesia cabang jambi, hal ini dapat dilihat dari signifikan bagi hasil sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari thitung > ttabel atau $3,494 > 1,991$ sehingga mengindikasikan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah Indonesia cabang jambi.

Dari hasil diatas tampak jelas bahwa proses bagi hasil secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Dengan begitu untuk meningkatkan keputusan masyarakat atau nasabah agar tetap menjadi nasabah di bank syariah Indonesia cabang jambi salah satunya adalah dengan terus meningkatkan upaya edukasi apa yang sebenarnya di maksud dengan bagi hasil. Karena, salah satu pembeda antara bank syariah dan bank konvensional adalah pada bank syariah tidak terdapat bunga karena bunga jelas dalam islam dilarang. Proses bagi hasil tentu menjadi pemicu masyarakat sehingga perlahan masyarakat akan tertarik untuk menjadi nasabah di bank syariah Indonesia

Faktor mana Dari produk, promosi dan bagi hasil yang paling berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di bank syariah Indonesia cabang jambi

Dalam penelitian Pada penelitian ini variabel yang dipengaruhi artinya variabel yang mempengaruhi (produk, promosi, dan bagi hasil) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi, variabel tersebut memiliki peran dalam mendorong masyarakat menjadi nasabah.

Dari hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa antara variabel produk, promosi dan bagi hasil, variabel yang paling berpengaruh atau paling dominan adalah variabel Bagi hasil dengan nilai beta sebesar 0,279 dan memperoleh hasil nilai signifikan bagi hasil sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari hasil nilai thitung > ttabel atau $3,494 > 1,991$, hasil ini didapatkan dari hasil uji SPSS.

CONCLUSION AND RECOMMENDATION

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis yang dilakukan, maka temuan dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Y), Dari hasil penelitian dapat diketahui variabel produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah Indonesia cabang jambi, hal ini dapat dilihat dari signifikan produk sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari thitung > ttabel atau $3,314 > 1,991$. Dengan demikian hasil analisis data ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh positif secara antar variabel produk terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi terbukti kebenarannya.
2. Pengaruh promosi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Y) Dari Hasil penelitian pengaruh variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat karena nilai thitung > ttabel atau $2,735 > 1,991$ dan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar $0,008 < 0,05$. Dengan demikian hasil analisis data ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh positif secara antar variabel promosi terhadap

- minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi terbukti kebenarannya.
3. 3. Pengaruh bagi hasil (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Y) Dari hasil penelitian dapat diketahui variabel bagi hasil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah Indonesia cabang jambi, hal ini dapat dilihat dari signifikan bagi hasil sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,494 > 1,991$. Dengan demikian hasil analisis data ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh positif secara anatar variabel Bagi hasil terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi terbukti kebenarannya.
 4. 4. Berdasarkan hasil analisis uji F (Uji Simultan) terhadap Variabel- variabel independen yaitu pengaruh produk, promosi, dan bagi hasil secara bersama-sama (Simultan) diketahui nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan perbandingan nilai F hitung dengan F table, diketahui nilai F hitung sebesar $37,788 > F_{tabel}$ sebesar 2,72. Dengan Demikian hasil analisis data ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan ada pengaruh positif secara signifikan antara pengaruh produk, promosi dan bagi hasil terhadap minat nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Indonesia terbukti kebenarannya. Semakin tinggi nilai produk, promosi dan bagi hasil maka Semakin Tinggi Minat Nasabah Non Muslim Menabung Di Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi.

REFERENSI

- Abd Rahman BP. 2022. "Pengertian Pendidikan, Ilmu Pendidikan Dan Unsur-Unsur Pendidikan". Al Urwatul Wutsqa. Volume 2 (01).
- Ali, H., & Limakrisna, N. 2013. *Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis Untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi (Doctoral dissertation, Tesis, dan Disertasi)*. In Deepublish: Yogyakarta.
- Jarwanto. 2015. *Pengantar Manajemen (3 IN 1)*. Mediatara: Yogyakarta.
- John W. Slocum, Jr. 2015 Don Hellriegel, *Principles of Organizational Behavior*. Cengage Learning: Canada., pp. 10.
- Malayu Hasibuan. 2022. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Bumi Aksara : Jakarta. pp. 88.
- Ngalim Purwanto. 2017. *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*. Remaja Rosdakarya Bandung.
- Sutarto Hp. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu (MMT-TQM) Teori dan Penerapan Di Lembaga Pendidikan*. UNY Press: Yogyakarta.
- Sharon E. Smaldino, Deboran L Lowther, James D, Russel, *Intruksional Technology & Media For Learning Teknologi Pembelajaran dan Media untuk Belajar*, Jakarta: Kencana, 2011
- Yun Iswanto. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Universitas Terbuka: Tangerang pp. 63.
- Mukhtar dkk. 2016. *Pengembangan Karir Tenaga Pendidik: Teori dan Aplikasi*: Magnum Pustaka Utama: Yogyakarta. pp. 26-27.
- Imron Fauzi, 2019 "Problematika Kebijakan Linierisasi dan Mutasi Guru di Kabupaten Jember", *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 12 (01), pp: 8.
- Haryanto, 2012: dalam artikel "pengertian pendidikan menurut para ahli <http://belajarpsikologi.com/pengertianpendidikan-menurut-ahli/> diakses pada, [Desember 24, 2017

- Raditya Ardani Hindriyanto dikutip di jurnal internet dihalaman web: <http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/article/view/12682/5878>: 2019, pada 03 Juli 2023 pukul :21:05 WIB.
- Ahmad Roziq, Buku Cerdas Investasi dan Transaksi Syariah, (Jakarta: Trasmedia, 2012), vii.
- Arifin, Memahami Bank Syariah, Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek, (Jakarta, Al-Fabet, 2010), 33.
- Philip Kotler Marketing An Introducing: Penterjemah Elis Subandhono, Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. (Jakarta: Mitra Media, 2007), 443.
- Nawawi, Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), 40.
- Muh Risky Adi Hirmawan, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah” (Studi Kasus di Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta)”, Naskah Publikasi (Surakarta: Program Studi Akutansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Surakarta, 2015).
- Rifa’atul Machmudah, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah” (Studi Bank CIMB NIaga Syariah Cabang Semarang)”, Skripsi (Semarang: Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah, Semarang, 2009).
- Esthi Dwityanti, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Layanan Internet Banking Mandiri (Studi Kasus pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta)”, Thesis (Semarang: Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponogoro Semarang, 2008).
- www.referensi.makalah/2014/12/pengertian-non-muslim-dalam-ilmu-fiqih.htm, artikel pada 2 november 2016
- Indriyo Gitosudarmo, Manajemen Pemasaran (Yogyakarta:BPFE UGM,2010).
- Rambat Lupiyoadi, manajemen pemasaran jasa (Jakarta: salemba Empat, 2013),92.
- Evi Yupitri And Raina Linda Sari, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan, Ekonomi Dan Keuangan 1, no. (2012); 50, <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/edk/article/view/617>.