

PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE* BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT PADA KELURAHAN LEATO UTARA KOTA GORONTALO

Muhammad Jihad Firman¹, Junaedy Abdullah²

IAIN Sultan Amai Gorontalo¹

IAIN Sultan Amai Gorontalo²

Email: Jihad@iaingorontalo.ac.id¹

Abstract: *The Influence of Knowledge Product of Bank Syariah Indonesia (BSI) on the Perception of the Community in Leato Utara Village, Gorontalo City. It aims to determine the influence of knowledge product of Islamic banks on the decision of the Leato Utara community in choosing products in Islamic banks. In addition, to determine the significance of the influence of perception on the decision of the Leato Utara community in choosing Islamic bank products. This study applies a quantitative approach, which prioritizes variables as research objects with the aim of describing or identifying the operational structure of each variable. Based on table 15, the value of R Square is 0.049, meaning that the ability of the Knowledge Product variable of Bank Syariah Indonesia in explaining the Community Perception variable is 0.049 or 4.9% while the remaining 95.1% is influenced by other variables that are not in this study. Based on the results of the study regarding the influence of product knowledge/knowledge of Bank Syariah Indonesia (BSI) products on the perception of the Leato Utara community, it can be concluded that the influence of knowledge of Bank Syariah Indonesia (BSI) products has an effect on the perception of the Leato Utara community. This can be proven from the results of a simple regression equation that produces a value of $Y = 1.853 + 0.173X$ so that the influence of product knowledge on public perception shows a positive value.*

Keywords: *Knowledge Product; Public Perception*

Abstrak: Pengaruh Knowledge Product Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Persepsi Masyarakat Kelurahan Leato Utara Kota Gorontalo. Memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh knowledge product bank syariah terhadap keputusan masyarakat Leato Utara dalam memilih produk di bank syariah. Selain itu, untuk mengetahui signifikansi pengaruh persepsi terhadap keputusan masyarakat Leato Utara dalam memilih produk bank syariah. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, yang memberikan prioritas pada variabel sebagai objek penelitian dengan tujuan menggambarkan atau mengidentifikasi susunan operasional pada setiap variabel tersebut. Berdasarkan tabel 15, besarnya R Square adalah 0.049 artinya kemampuan variabel Knowledge Product Bank Syariah Indonesia dalam menjelaskan variabel Persepsi Masyarakat adalah sebesar 0.049 atau 4.9% sedangkan sisanya 95.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh product knowledge/pengetahuan produk Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap persepsi masyarakat kelurahan Leato Utara maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh pengetahuan produk Bank Syariah Indonesia (BSI) berpengaruh terhadap persepsi masyarakat kelurahan Leato Utara. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil persamaan regresi sederhana yang menghasilkan nilai $Y = 1.853 + 0.173X$ sehingga pengaruh pengetahuan produk terhadap persepsi masyarakat menunjukkan nilai positif.

Kata Kunci: Knowledge Product; Persepsi Masyarakat

PENDAHULUAN

Bank adalah lembaga keuangan yang juga dikenal sebagai perantara keuangan (*financial intermediaries*), yang berarti kegiatannya terkait dengan uang. Inilah sebabnya mengapa perbankan selalu terkait dengan uang, yang merupakan instrumen paling penting yang memungkinkan terjadinya transaksi bisnis. Bank selalu terlibat dalam transaksi yang melibatkan komoditas tersebut. Hal ini mencakup pengiriman uang, penerimaan dan pembayaran tunai pada rekening giro, potongan harga tagihan, surat permintaan dan surat berharga lainnya; pembelian dan penjualan surat berharga; membeli dan menjual cek, wesel, sertifikat komersial dan menerbitkan bank garansi.

Bank sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah penyediaan jasa pergudangan dan penstrubusiaanya ke berbagai alternatif pinjaman kepada masyarakat umum, juga harus melakukan investasi pada kinerja pelayanan demi kepuasan nasabahnya.

Kemudian dari sinilah penulis tertarik meneliti tentang masyarakat dikelurahan Leato Utara yang merupakan sebuah daerah yang terdapat suatu wisata kuliner yang lagi naik daun juga memiliki masyarakat yang berprofesi beragam dan sangat agamais. Penulis mengidentifikasi bahwa ini dapat menjadi peluang besar bagi bank syariah untuk memperkenalkan dan menawarkan berbagai produk serta meningkatkan pasar mereka. Diketahui bahwa para pedagang atau nelayan membutuhkan modal usaha dan mencari lembaga keuangan untuk menyimpan uang mereka. Berdasarkan studi lapangan sementara yang diperoleh oleh penulis dari data primer, mayoritas penduduk di Kelurahan Leato Utara masih belum menggunakan bank Syariah sebagai lembaga keuangan mereka. Dari data-data tersebut penulis menemukan mayoritas masyarakat Leato Utara masih minim pengetahuan mengenai produk-produk serta sistem yang terdapat pada bank Syariah itulah mengapa mayoritas masyarakat tidak menggunakan bank Syariah sebagai lembaga keuangan mereka akan tetapi mayoritas masyarakat kelurahan Leato Utara sudah memiliki pengetahuan secara umum akan bank Syariah.

Penelitian ini menerapkan merapkan pendekatan *kuantitatif*, yang memberikan prioritas pada variable sebagai objek penelitan dengan tujuan menggambarkan atau mengidentifikasi susunan operasional pada setiap variabel tersebut. Metode ini dipilih untuk mencapai hasil akhir yang diinginkan, seperti menguji hipotesis, menemukan korelasi antara variabel, menetapkan fakta, menyajikan deskripsi statistik, serta memperkirakan dan mengantisipasi hasil yang diperoleh. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder.

Data primer adalah data yang didapat dan diolah serta disusun pertama kali oleh peneliti tepatnya diperoleh langsung dari penyebaran pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan tema penelitian penulis kepada masyarakat Leato Utara, Kota Gorontalo. Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan disusun oleh peneliti lain atau sumber kedua. Dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *knowledge product* bank syariah terhadap keputusan masyarakat Leato Utara dalam memilih produk di bank syariah serta untuk mengetahui signifikansi pengaruh preparasi terhadap preparasi masyarakat Leato Utara dalam memilih produk di bank syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan pendekatan *kuantitatif* dengan data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diberikan melalui beberapa bentuk yaitu bentuk wawancara, angket dan observasi. Sedangkan untuk data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan disusun oleh peneliti lain atau sumber ke dua. Populasi dan sampel penelitian ini adalah Masyarakat Kelurahan Leato Utara yang merupakan pengguna bank dengan total responden sebanyak 588 orang. Teknik sampling atau cara penggabilsan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik slovin dengan bantuan program SPSS versi 20, dimana sampel yang dihasilkan dari populasi 588 diperoleh 85 sampel yang akurat. Analisis data mencakup uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji linearitas, uji heterokedstisitas, uji parsial, analisis regresi sederhana, dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji Validitas

Uji Validitas dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tidak valid. Dalam taraf signifikansi 5% serta $n = 85$ ($n = 85 - 2$) didapat $r_{tabel} = 0,179$ sehingga dapat diketahui r_{hitung} setiap komponen $> 0,179$. Tabel dibawah ini menunjukkan hasil pengujian penentuan validitas Pengaruh *Knowledge Product* terhadap Persepsi Masyarakat diantaranya sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Corrected Item R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>Knowledge Product</i> (X)	KP1	0.958	0.179	Valid
	KP2	0.956	0.179	Valid
	KP3	0.952	0.179	Valid

	KP4	0.916	0.179	Valid
	KP5	0.892	0.179	Valid
Persepsi Masyarakat (Y)	PM1	0.883	0.179	Valid
	PM2	0.841	0.179	Valid
	PM3	0.753	0.179	Valid

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 20 (2023)

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20, maka dapat diketahui bahwa seluruh indikator variabel *Knowledge Produk* (X) dan variabel Persepsi Masyarakat (Y) dikatakan valid, karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan tersebut dapat dipergunakan ketahap pengolahan data lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan cronbach's alpha dengan tingkat/taraf signifikan yang digunakan. Menurut Ghozali Suatu instrumen penelitian dikatakan dapat diandalkan (*reliable*) apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Adapun kriteria pengujian reliabilitas yaitu :

1. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka item pertanyaan dalam kuesioner dapat diandalkan (*reliable*).
2. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60, maka item pertanyaan dalam kuesioner tidak dapat diandalkan (*not reliable*)

Adapun pada uji reliabilitas peneliti memakai program SPSS versi 20, hasil uji reliabilitas ini menunjukkan bahwa pengukurannya akurat atau dapat dipercaya. Adapun dari tabel berikut merupakan hasil pengujian dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Nilai Ketentuan Cronbach's Alpha	Keterangan
Knowledge Product (X)	0.964	5	0.60	Reliabel
Persepsi Masyarakat (Y)	0.760	3	0.60	Reliabel

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 20 (2023)

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20, maka dapat diketahui bahwa seluruh indikator variabel *Knowledge Product* (X) dan Persepsi Masyarakat (Y) dikatakan reliabel, karena nilai cronbach's Alpha > 0,60 Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan varibel baik.

Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah pengujian untuk mengetahui kenormalan sebuah data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji normalitas dengan uji One Sample Kolmogorov-smirnow. Sebuah data dikatakan normal jika nilai signifikan > 0.05. berikut hasil olahan data uji normalitas sebagai berikut :

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Knowledge_P roduk	Persepsi_Mas yarakat
N		85	85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	16.8824	10.8824
	Std. Deviation	6.63399	3.20495
Most Extreme Differences	Absolute	.140	.130
	Positive	.111	.099
	Negative	-.140	-.130
Kolmogorov-Smirnov Z		1.287	1.203
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073	.111

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 20 (2023)

Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa nilai data kedua variabel berdistribusi normal karena $0.073 > 0.05$ dan $0.111 > 0.05$.

Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah variable indenpenden mempunyai hubungan linear atau secara signifikan. Sebuah data dikatakan bersifat linear apabila nilai signifikan *deviation from linearity* lebih besar dari 0.05. berikut hasil SPSS 20 uji linearitas sebagai berikut :

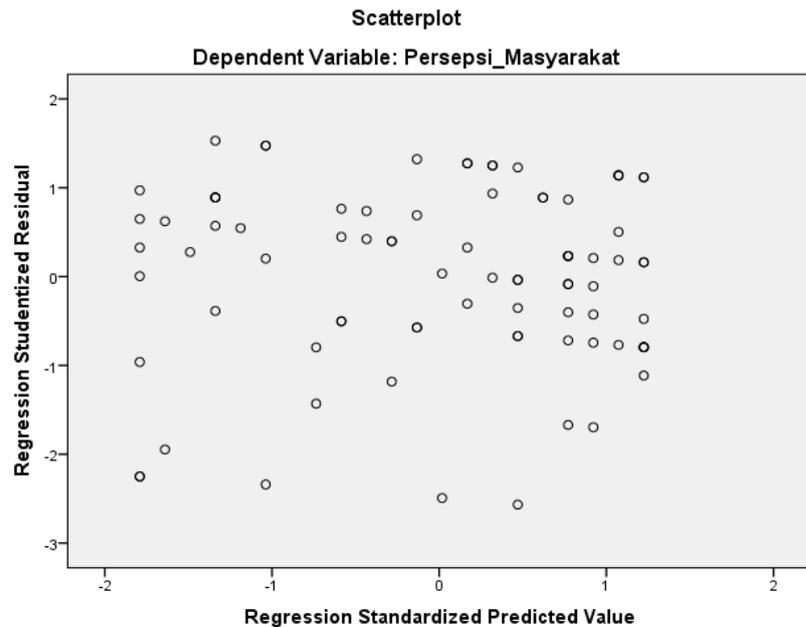
Tabel 4. Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Persepsi_Masyarakat at Knowledge_Produk *	Between Groups	(Combined)	263.325	19	13.859	1.503	.114
		Linearity	21.030	1	21.030	2.280	.136
		Deviation from Linearity	242.296	18	13.461	1.459	.135
	Within Groups		599.498	65	9.223		
Total			862.824	84			

Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa data bersifat linear karena nilai signifikan *Deviation from Linearity* sebesar $0.135 > 0.05$.

Uji Heterokadastisitas

Uji Heterokadastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *uji scatterplot* dalam heterokadastisitas. Suatu data dikatakan baik jika tidak terjadi gejala hetetokadastisitas dengan memperhatikan hasil scatterplot dimana data menyebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu (Y). Berikut hasil SPSS 20 uji heterokadastisitas sebagai berikut :



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, karena hasil dari scaterterplot menunjukkan bahwa data menyebar diantara atas dan dibawah sumbu (Y).

Uji T (Parsial)

Uji T bertujuan untuk menguji secara parsial pengaruh variabel bebas *Knowledge Product* (X) terhadap variabel terikat Persepsi Masyarakat (Y). Adapun hasil pengujian SPSS versi 20 yaitu :

Tabel 5. Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.853	.232		7.976	.000
	PK_X	.173	.084	.221	2.066	.042

a. Dependent Variable: PM_Y

Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwasannya pengaruh *Knowledge Product* (X) terhadap Persepsi Masyarakat (Y) sebagai berikut :

- Dilihat dari Beta standar koefisien 1.853 artinya pengaruhnya Positif
- Dilihat dari signifikansi, nilai sig = 0.042 < 0.05, artinya pengaruhnya signifikan
- Dilihat dari T hitung. T hitung X ialah 2.066 > 1.988 T tabel, artinya pengaruhnya signifikan secara parsial.

Analisis Regresi Sederhana

Dari hasil pengujian diperoleh persamaan analisis regresi sederhana yaitu :

$$Y = 1.853 + 0.173X$$

Interpretasi dari persamaan adalah sebagai berikut :

- Nilai konstanta dari persamaan diatas sebesar 1.853 yang artinya jika variabel independent adalah nol, maka tingkat pengaruh persepsi masyarakat yang dihasilkan sebesar 1.853
- Variabel *Knowledge Product* (X) memiliki nilai koefisien sebesar 0.173 yang berarti variabel *Knowledge Product* (X) berpengaruh positif terhadap Persepsi Masyarakat (Y). Hal ini menggambarkan bahwa setiap peningkatan *Knowledge Product* (X) pada masyarakat maka Persepsi Masyarakat kelurahan Leato Utara terhadap Bank Syariah Indonesia akan meningkat.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Dalam menentukan sejauh mana variabel *Knowledge Product* (X) dapat mempengaruhi Persepsi Masyarakat (Y) digunakan koefisien determinasi (R²). Nilai koefisien determinasi R square kemudian dikalikan 100%. Adapun hasil uji koefisien determinasi yaitu :

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.221 ^a	.049	.037		.38988

a. Predictors: (Constant), PK_X

Adapun rumus dan perhitungan dalam menentukan nilai koefisien determinasi yaitu :

$$\begin{aligned}
 KD &= r^2 \times 100\% \\
 &= (.221)^2 \times 100\% \\
 &= 0.049 \times 100\% \\
 &= 4.9 \%
 \end{aligned}$$

Menurut Sugiyono adapun Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

Sangat Rendah = 0.00 hingga 0.199
Rendah = 0.20 hingga 0.399
Sedang = 0.40 hingga 0.599
Kuat = 0.60 hingga 0.799
Sangat Kuat = 0.80 hingga 1.000

Dari hasil perhitungan besarnya R Square adalah 0.049 artinya kemampuan variabel *Knowledge Product* Bank Syariah Indonesia dalam menjelaskan variabel Persepsi Masyarakat adalah sebesar 0.049 atau 4.9% sedangkan sisanya 95.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *product knowledge*/pengetahuan produk Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap persepsi masyarakat kelurahan Leato Utara maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh pengetahuan produk Bank Syariah Indonesia (BSI) berpengaruh terhadap persepsi masyarakat kelurahan Leato Utara. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil persamaan regresi sederhana yang menghasilkan nilai $Y = 1.853 + 0.173X$ sehingga pengaruh pengetahuan produk terhadap persepsi masyarakat menunjukkan nilai positif.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa pengetahuan produk (*Product Knowledge*) terhadap persepsi masyarakat kelurahan Leato Utara memiliki pengaruh secara signifikan berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2.066 > 1.988$ dengan nilai signifikan sebesar $0.042 < 0.05$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima.

Berdasarkan dari penelitian ini, dapat di tarik kesimpulan bahwa yang mengakibatkan minimnya nasabah pengguna Bank Syariah di Gorontalo, yaitu: Minimnya pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah, terutama yang disebabkan adanya dominasi perbankan konvensional selama ini, Masih banyak masyarakat menganggap bahwa Bank Syariah belum se-moderen dan sebagus Bank Konvensional, baik dari layanannya maupun produknya, Keberadaan Bank Syariah di Gorontalo masih sulit ditemukan terutama di pelosok- pelosok Gorontalo, Masyarakat menganggap prosedur pembiayaan di Bank Syariah rumit dan butuh waktu yang lama menunggu respon terutama dalam bidang pembiayaan yang sangat di perlukan oleh nasabah. Bank Syariah juga lebih condong pada penghimpunan dana dari pada pembiayaan. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah akan produk-produknya kepada masyarakat sehingga masyarakat belum menemukan informasi yang lebih dari Bank Syariah.

Kepada Bank Syariah Indonesia (BSI) agar lebih mensosialisasikan dan memberikan pengetahuan serta informasi produk terhadap masyarakat tentang produk-produk apa saja yang di bank syariah sebab pengetahuan dan informasi produk dapat mempengaruhi persepsi masyarakat sehingga berpeluang besar menambah minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Serta tetap dapat memperhatikan faktor lain yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat untuk menjadi nasabah.

Kepada masyarakat penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah serta dapat menjadi pertimbangan kedepannya untuk memilih menjadi nasabah

Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan perluasan sampel penelitian karena disebabkan terbatasnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Serta dapat memperhatikan variabel-variabel apa saja yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.

DAFTAR RUJUKAN

- Abu Ahmadi, 'Psikologi Umum', in *Psikologi Umum* (Surabaya: Bina Ilmu, 1982), p. h. 43
- Adiwarman, A. Karim, 'Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan', in *Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2010), p. 108

- Afriani Rachmawati, Gusti Oka Widana, 'Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah', *Jurnal Liquidity*, Vol. 08 (2019), h. 114
- , 'Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah', *Jurnal Liquidity*, Vol. 08 (2019), 114
- Agus Marimin, Dkk, 'Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 01, N, h. 76-77
- Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, 'Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis', in *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2016), p. h.63
- Alo Liliweri, 'Persepsi Teoritis', in *Persepsi Teoritis* (Bandung: Cipta Aditya Bakti, 1994), p. h. 173
- Amstrong, Philip Kotler dan Gary, 'Principle Of Marketing', in *Principle Of Marketing* (Jakarta: Erlangga, 2014), p. 2016
- Andi Nurul, Dewi Fatmala, 'Risiko Operasional Bank Dalam Pertumbuhan Pangsa Pasar Bank Syariah Indonesia (BSI) Di Era Pandemi Covid-19', *Jurnal Masharif Al-Syariah : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 07, 300
- Antonio, Muhammad Syafi'i, 'Bank Syariah Dari Teori Dan Praktik', in *Bank Syariah Dari Teori Dan Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2007), p. 148
- , 'Bank Syariah Dari Teori Dan Praktik', in *Bank Syariah Dari Teori Dan Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2007), p. 86
- Apri Budiarto, 'Manajemen Pemasaran', in *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015), p. 179
- Bimo, Walgito, 'Psikologi Umum', in *Psikologi Umum* (Yogyakarta: Andi Offset, 1993), p. 54
- 'Bisnis Dan Manajemen', *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*
- Budi Darma, 'Statistika Penelitian Menggunakan SPSS', in *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* (Jawa Barat: Guepedia, 2021), p. h.17
- Budiarti Isnir, 'Penerapan Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance (GCG) Pada Dunia Perbankan', *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 2011, p. h.66
<<https://doi.org/10.18326/muqtasid.v7i2.1-21>>
- Burhan Bungin, 'Metodologi Penelitian Kuantitatif', in *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2011), p. h. 132
- Dian Cita Sari, dkk, 'Manajemen Pemasaran', in *Manajemen Pemasaran*
- Fajar Rezky, dkk, 'Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth', *JIHBIZ:Global Journal of Islamic Banking and Finance 2*, Vol.02 (2020), h.124-137
- JavanLabs, 'Al-Baqarah', *TafsirQ.Com*, 2015, p. 2;275 <<https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-275>>
- Kartini Kartono, 'Psikologi Sosial Untuk Manajemen, Perusahaan Dan Industri', in *Psikologi Sosial Untuk Manajemen, Perusahaan Dan Industri* (Jakarta: Rajawali, 1991), p. h. 304
- Kasmir, 'Pemasaran Bank', in *Pemasaran Bank*, Pert (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004), p. h.78
- Khoirotu Soviyana, Mila Kamila, Nanang Sugiyono, Hendri Hermawan Adinugrah, 'Strategi Pemasaran UMKM Produksi Tahu Desa Batang Dalam Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha', *Journal Of Social Work And Empowerment*, Vol. 02 (2022), 14-15

- , 'Strategi Pemasaran UMKM Produksi Tahu Desa Batang Dalam Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha', *Journal Of Social Work And Empowerment*, Vol. 02 (2022), 15
- , 'Strategi Pemasaran UMKM Produksi Tahu Desa Batang Dalam Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha', *Journal Of Social Work And Empowerment*, Vol. 02 (2022), h. 16
- M.Firmansyah, Agus Suman, dan Asfi Manzilati Susilo, 'Rasionalitas Memilih Transaksi Dengan Bank Syariah (Perspektif Teori Bounded)', *Jurnal Ekonomi*, 230
- Meiryani, 'Memahami Composite Reliability Dalam Penelitian Ilmiah', 2021 <<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-composite-reliability-dalam-penelitian-ilmiah/>> [accessed 9 July 2023]
- Muhammad, 'Manajemen Dana Bank Syariah', in *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), pp. 28–29
- , 'Manajemen Dana Bank Syariah', in *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), p. 35
- , 'Teknik Perhitungan Bagi Hasil Dan Profit Margin Pada Bank Syariah', in *Teknik Perhitungan Bagi Hasil Dan Profit Margin Pada Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2004), pp. 18–19
- Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, 'Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan', in *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2018), p. h.76
- Nilda Miftahul Janna dan Herianto, 'Konsep Uji Validitas dan Realibilitas Dengan Menggunakan SPSS', in *Konsep Uji Validitas dan Realibilitas Dengan Menggunakan SPSS*, 2021
- Notoatmodjo. S, 'Metodologi Penelitian Kesehatan', in *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Revisi (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), p. h. 12
- Otoritas Jasa Keuangan, 'Statistik Perbankan Syariah', 2020 <<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/default.aspx>> [accessed 12 September 2023]
- Ovan Dan Andika Saputra, 'CAMI: Aplikasi Uji Validitas Dan Reabilitas Instrument Penelitian Berbasis', *Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia*, 2020, p. h.1
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, 'Resume Manajemen Pemasaran', 13th edn
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, 'Principle Of Marketing', in *Principle Of Marketing*, 2014, p. 301
- Prof. Dr. Sugiyono, 'Metode Penelitian Manajemen', in *Metode Penelitian Manajemen*, ed. by M. Pd. Setiyawani, S.H., cet. 6 (Bandung: Alfabeta, CV, 2018), p. h. 148
- R.Risaldi, 'Pengaruh Diklat Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palopo Di Bank Syariah', 2019, p. h.40 <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/3403/1/skripsi_risaldi.pdf> [accessed 9 July 2023]
- Rahmat, Jalaludin, 'Psikologi Komunikasi', in *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1996)
- Resmawa, Ira Ningrum, 'Pengaruh Brand Image Dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Dengan Green Price Sebagai Moderating Variable', *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi, Dan Bisnis*, Vol. 105-1 (2017)
- Sahid Raharjo, 'Uji Heterokedastisitas Dengan Grafik Scatterplot SPSS', 2015 <<https://www.konsistensi.com/2015/01/uji-heteroskedastisitas-dengan-grafik.html>> [accessed 10 July 2023]

- Sarlito W. Sarwono, 'Psikologi Lintas Budaya', in *Psikologi Lintas Budaya* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), p. 24
- Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hadmawan, 'Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen', in *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), p. h.64
- Sofiyani Siregar, 'Statistika Deskriptif Untuk Penelitian', in *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), p. h.37
- Sondang P. Siagian, 'Teori Motivasi Dan Aplikasinya', in *Teori Motivasi Dan Aplikasinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 1995)
- Sujarweni Wiratna, 'Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi', in *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), p. h.228
- Suryani, 'Taktik Suryani Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran', in *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Graha Ilmu, 2008), p. 97
- Wibowo, 'Perilaku Dalam Organisasi', in *Perilaku Dalam Organisasi*, 01 edn (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), p. h. 59
- Wilson Eduan, 'Influence Of Study Abroad Factors on International Research Collaboration Evidence from Higher Education Academics in Sub-Saharan Africa', *Studies In Higher Education*, 44 (2019), h. 70-71
- Zulkifli Nurul Haqq, dkk, 'Pengertian, Peranan Dan Perkembangan Bank Syari'ah Di Indonesia', *Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 2005, p. h. 01-02