

**PENGARUH LAYANAN FITUR BERBAGI ZISWAF TERHADAP
PREFERENSI NASABAH DALAM MENYALURKAN DONASI DI BSI
KOTAWARINGIN TIMUR**

Sofyan Hakim

Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya

Email: sofyan.hakim@iain-palangkaraya.ac.id

Indah Rahmanungsih

Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya

Email: indahrahmanungsih@gmail.com

Abstract. *This research aim to know how big influence of service of fitur shar Ziswaf to client preferensi in channelling donation BSI Kotawaringin East. This Research use descriptive quantitative approach. Data type in this research primary data with data collecting method use method of kuesioner. this Research Sampel counted 67 taken client with technique of Purposive Sampling. Determination of amount of sampel use formula of Lemeshow with tolerance range 10%. Method analyse data the used method Analyse Linear Regresi Modestly by using program of SPSS 22.0. Result of this research indicate that service variable of fitur shar Ziswaf have an effect on positive and signifikan to client preferensi in channelling donation. Its meaning progressively service goodness of fitur shar Ziswaf improved, hence will improve client preferensi in channelling donation [at] BSI Kotawaringin East.*

Keywords: *Service Ziswaf Sharing Feature, Customer Preference*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh layanan fitur berbagi Ziswaf terhadap preferensi nasabah dalam menyalurkan donasi di BSI Kotawaringin Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Sampel penelitian ini sebanyak 67 nasabah yang diambil dengan teknik *Purposive Sampling*. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Lemeshow* dengan batas toleransi 10%. Metode analisis data yang digunakan adalah metode Analisis Regresi Linier Sederhana dengan menggunakan program SPSS 22.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel layanan fitur berbagi Ziswaf berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menyalurkan donasi. Artinya semakin baik layanan fitur berbagi Ziswaf ditingkatkan, maka akan meningkatkan preferensi nasabah dalam menyalurkan donasi pada BSI Kotawaringin Timur.

Kata kunci: Layanan Fitur Berbagi Ziswaf, Preferensi Nasabah

LATAR BELAKANG

Pertumbuhan ekonomi Indonesia maka akan semakin berkembang pesat dan akan menimbulkan suatu permintaan akan kebutuhan untuk pendanaan yang telah dibutuhkan pihak masyarakat untuk meningkatkan kebutuhan produktif ataupun sebagai kebutuhan konsumtif (ANIK FAIDATUL KHUSNA, 2019) Transformasi digital di dunia perbankan tak sebatas untuk tujuan memudahkan dalam mengelola keuangan. Kini, kotak amal digital itu sudah ada di BSI *Mobile*, yang memungkinkan kita bisa berwakaf hanya dengan sekali klik. BSI memanfaatkan platform BSI *Mobile* melalui fitur berbagi Ziswaf.

Dalam fitur berbagi ziswaf, para nasabah BSI bisa berbagi Zakat, Infaq, Wakaf, Sedekah dan Fidyah secara mudah melalui ponsel tanpa terikat waktu dan lokasi. Keunggulan layanan ini pastinya tidak ditemukan pada kebanyakan aplikasi *Mobile Banking* dan website penyaluran Ziswaf pada umumnya, mengelola zakat, wakaf, infaq dan shodaqoh dengan baik, maka akan memiliki kemungkinan mendapatkan pendapatan dari hasil pengelolaan Ziswaf untuk dapat memenuhi kebutuhan negara dalam membantu masyarakat yang membutuhkan (NUR HABIBAH, 2021). Bank syariah merupakan bank yang memiliki kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Telah dijelaskan dalam Undang-Undang Dasar Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 Pasal 2 tentang perbankan syariah menyatakan bahwa kegiatan usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah seperti kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur *riba*, *maisir*, *gharar*, dan *zalim* (*Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*, n.d.).

Dapat dilihat adapun data penghimpunan dana ZISWAF dari Baznaz dan bank syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Realisasi Penghimpunan Dana ZISWAF Baznas Lima Tahun Terakhir 2017 – 2021

No	Tahun Penghimpunan	Jumlah Zakat, Infaq dan Wakaf
1	2017	158,752,636,318,85
2	2018	195,092,051,942,01
3	2019	296,653,558,808,87
4	2020	386,405,231,105,00
5	2021	517,206,705,951,00

Sumber: Data diolah berdasarkan Laporan Keuangan BSI.

Berdasarkan laporan keuangan Baznaz dilihat dari tabel 1.1 penghimpunan ZISWAF terus meningkat dari tahun ke tahun, meski demikian penghimpunan ini masih belum optimal mengingat potensi ZISWAF di Indonesia bisa mencapai Rp. 600 triliun.

Tabel 1.2 Data Realisasi ZISWAF Bank Syariah Indonesia

No	Jenis Data	2020 (DalamJutaanRupiah)	2021 (DalamJutaanRupiah)
1	Zakat	177.873	231.813
2	Infaq/Sedekah	53.968	72.606
3	Wakaf	3.074	4.303
	TOTAL	234.91,5	308.722

Berdasarkan laporan keuangan bank syariah Indonesia dilihat dari tabel 1.2 bank syariah Indonesia memiliki peran penting dalam penghimpunan dana ziswaf di Indonesia. Meski begitu berdasarkan data dari bank syariah Indonesia, pengguna BSI Mobile per Agustus 2021 mencapai 2.700.000 user²⁶ yang berarti jika dibandingkan dengan 99.000 donatur penghimpunan ziswaf melalui BSI Mobile, penghimpunan ziswaf melalui BSI Mobile baru digubris oleh 3,67% user (Sidik, 2021).

Kotawaringin Timur adalah salah satu kabupaten di Kalimantan Tengah yang mana mayoritas umat muslimnya cukup banyak. Keberadaan industri perbankan syariah yang ada di Kotawaringin Timur sendiri telah mengalami peningkatan yang signifikan hal ini dapat dilihat pada jumlah nasabah serta mitra kerja yang bertambah banyak seiring waktu berjalan. Adapun faktor dugaan lain yang menyebabkan penghimpunan ziswaf melalui BSI *Mobile* kurang optimal yaitu faktor pertama, masyarakat masih terbiasa dengan penyaluran ziswaf melalui kiyai atau masjid faktor kedua, publik masih belum terlalu mengenal lembaga Baznas sehingga membuat kalangan umat muslim tetap memilih menyalurkan zakat nya, selain itu nasabah belum mengenal adanya fitur berbagi ziswaf dalam aplikasi BSI *Mobile*.

KAJIAN TEORITIS

Definisi Layanan Jasa

Pengertian layanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud, dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu keberadaan layanan (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2016).

Indikator Layanan Jasa

Layanan dapat diukur dengan 5 indikator yaitu pertama, jaminan (*Assurance*), meliputi kemampuan perusahaan untuk membangkitkan rasa kepercayaan nasabah mengenai produknya. Kedua, penampilan fisik (*Tangibles*), meliputi penampilan/bukti fisik. Ketiga, kehandalan (*Reliability*), meliputi kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya. Keempat, tanggapan (*Responsiveness*), meliputi keinginan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Kelima, empati (*Empathy*), meliputi rasa kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan pada nasabah (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2016).

Preferensi Nasabah

Preferensi adalah evaluasi, perasaan dan kecenderungan seseorang yang relatif konsisten terhadap suatu objek atau gagasan. Sikap menempatkan seseorang kedalam satu pikiran menyukai atau tidak menyukai sesuatu, bergerak mendekati atau menjauhi sesuatu (Firmansyah, 2018).

Indikator Preferensi Nasabah

Preferensi dapat diukur dengan menggunakan 3 (Tiga) indikator yaitu pertama, *Cognitive Component*, adalah kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang objek yaitu atribut produk. Kedua, *Affective Component*, adalah emosional yang merefleksikan perasaan

seseorang terhadap suatu objek, apakah objek tersebut diinginkan atau disukai. Ketiga, *Behavioral Component*, adalah merefleksikan kecenderungan dan perilaku aktual terhadap suatu objek, yang mana komponen ini menunjukkan kecenderungan melakukan tindakan (Firmansyah, 2018).

Bank Syariah Indonesia

Bank syariah Indonesia merupakan bank di Indonesia yang bergerak dalam bidang perbankan syariah. Bank ini diresmikan pada tanggal 01 Februari 2021 pukul 13.00 WIB atau bertepatan dengan tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H. Bank ini merupakan hasil penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi Satu. Bank Syariah Indonesia menjadi bank Syariah Milik HIMBARA (Himpunan Bank Milik Negara).

Mobile Banking

Mobile Banking adalah salah satu jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan layanan perbankan melalui internet (Wangawidjaja, 2015).

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian eksperimental (Sugiyono, 2009). Penelitian ini menggunakan angket sebagai alat teknik pengumpulan data. Sampel penelitian ini adalah 67 nasabah pengguna layanan fitur berbagi Ziswaf di BSI Kotawaringin Timur. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli sampai Agustus 2022. Rumus yang di butuhkan untuk mengetahui jumlah sampel adalah menggunakan rumus *Lemeshow*. Data yang sudah terkumpul selanjutnya dianalisis dengan SPSS 22 yaitu meliputi uji instrumen penelitian seperti uji validitas dapat dilihat dari kriteria pengujian validitas jika r hitung $>$ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05), maka kuesioner dinyatakan valid (Setyawan, 2021). Sedangkan jika r hitung $<$ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05), maka kuesioner dinyatakan tidak valid. Sedangkan uji reliabilitas dikatakan *Reliabel* jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($>$ 0,60). Selanjutnya uji persyarat analisis seperti uji normalitas, uji heteroskedastisitas. Serta melakukan analisis data yaitu dengan analisis deskriptif, analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis (uji t) dan koefisien determinasi R^2 .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas menggunakan aplikasi SPSS 22.0 dengan tingkat validitas diukur melalui hasil r_{hitung} yang dibandingkan dengan r_{tabel} , dimana untuk r_{tabel} $n = 67$ dengan nilai signifikan 5%. Maka, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti valid sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti tidak valid.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas X

Item	R_{hitung}	Sig.	$r_{tabel} \alpha = 0,05;$ $n = 67$	Keterangan
X.1	0,242	0,049	0,240	Valid
X.2	0,368	0,002	0,240	Valid
X.3	0,356	0,003	0,240	Valid
X.4	0,523	0,000	0,240	Valid
X.5	0,308	0,011	0,240	Valid
X.6	0,527	0,000	0,240	Valid
X.7	0,299	0,014	0,240	Valid
X.8	0,254	0,038	0,240	Valid
X.9	0,402	0,001	0,240	Valid
X.10	0,453	0,000	0,240	Valid

Sumber: diolah oleh peneliti, 2022

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Y

Item	R _{hitung}	Sig.	r _{tabel} $\alpha= 0,05$; n = 67	Keterangan
Y.1	0,650	0,000	0,240	Valid
Y.2	0,269	0,028	0,240	Valid
Y.3	0,433	0,000	0,240	Valid
Y.4	0,292	0,025	0,240	Valid
Y.5	0,475	0,000	0,240	Valid
Y.6	0,448	0,000	0,240	Valid
Y.7	0,546	0,000	0,240	Valid
Y.8	0,494	0,000	0,240	Valid
Y.9	0,395	0,000	0,240	Valid
Y.10	0,463	0,000	0,240	Valid

Sumber: diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 67 orang dan 10 butir pernyataan variabel X dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3 Hasil Uji Reabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
0,675	Reliabel

Sumber: diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 3 diatas, hasil uji data pada tabel di atas dapat di ketahui bahwa hasil seluruh variabel memiliki *Cronbach alpha* sebesar $0,675 > 0,60$ sehingga dapat di simpulkan bahwa semua variabel X dan Y dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Persyarat Analisis

1. Uji Normalitas

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas	Signifikansi	Keterangan
<i>kolmogrov-smirnov z</i>	0,200	Data terdistribusi normal

Sumber: diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4 di atas, bahwa nilai signifikansinya adalah $0,200 > 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Heterosdastisitas

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.
(Constant)	0,160
Layanan Fitur Berbagi Ziswaf	0,496

Sumber: diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 5 diatas, hasil uji heteroskedastisitas tabel dapat diketahui bahwa nilai Sig. dari variabel layanan fitur berbagi Ziswaf adalah sebesar 0.496. Maka, dari hasil tersebut, dapat disimpulkan, bahwa model persamaan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan nilai variabel tidak signifikan, atau nilai Sig. lebih besar dari 0.05.

3. Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	31,824	4,964	
	Layanan BSI fitur berbagi Ziswaf	0,234	,115	0,246

a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah

Sumber: diolah oleh peneliti, 2022

Pada tabel 6 diatas, nilai konstanta positif sebesar 31,824 menunjukkan bahwa pengaruh positif variabel layanan fitur berbagi Ziswaf. Jika layanan fitur berbagi Ziswaf naik, maka preferensi nasabah akan naik. Koefisien regresi/layanan fitur berbagi Ziswaf sebesar 0,234 menyatakan bahwa layanan fitur berbagi Ziswaf mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai preferensi nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,234.

3. Uji t

Tabel 7 Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.
(Constant)	6,411	0,000
Layanan BSI Fitur Berbagi Ziswaf (X)	2,043	0,045

Sumber: diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 7 diatas, nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $2,041 > 1,997$ bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Maka, dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya layanan fitur berbagi Ziswaf berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menyalurkan donasi pada BSI Kotawaringin Timur.

4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,791 a	0,625	0,578	0,27386
a. Predictors: (Constant), Layanan Fitur Berbagi Ziswaf				

Sumber: diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan dari tabel 8, diatas menjelaskan bahwa besarnya yang mengandung untuk melihat pengaruh variabel layanan fitur berbagi Ziswaf, berdasarkan hasil perhitungan estimasi regresi, diperoleh nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*R Square*) adalah sebesar 0,625 artinya 62,5% variasi dari variabel independent dapat mempengaruhi variabel dependent. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 37,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diamati pada penelitian ini.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh layanan fitur berbagi Ziswaf terhadap preferensi nasabah dalam menyalurkan donasi pada BSI Kotawaringin Timur.

Berdasarkan persamaan regresi diperoleh nilai koefisien regresi untuk layanan fitur berbagi Ziswaf sebesar 0,234, selain itu memiliki nilai t hitung sebesar $2,041 > T_{Tabel} 1,997$, serta memiliki nilai signifikansi sebesar $0,045 < 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa layanan fitur berbagi Ziswaf memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menyalurkan donasi pada BSI Kotawaringin Timur.

Hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa layanan fitur berbagi Ziswaf mampu memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 0,625 atau 62,5% terhadap preferensi nasabah dalam menyalurkan donasi pada BSI Kotawaringin Timur. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 37,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diamati pada penelitian ini.

Hal ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller yang berpendapat bahwa layanan merupakan setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud, dan tidak menghasilkan kepemilikan suatu keberadaan layanan. Ketika suatu layanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan nasabah maka akan mempengaruhi preferensi nasabah dalam menyalurkan donasi pada BSI Kotawaringin Timur.

Hal ini sebagaimana menurut M. Anang Firmansyah pengertian preferensi nasabah adalah evaluasi, perasaan, dan kecenderungan seseorang yang relatif konsisten terhadap suatu objek atau gagasan. Sikap menempatkan seseorang kedalam satu pikiran menyukai atau tidak menyukai sesuatu, bergerak mendekati atau menjauhi sesuatu.

Hasil penelitian yang signifikan ini mendukung penelitian yang pernah dilakukan oleh (Zulaikah, 2016) dan (Citra Dian Sari, 2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Patronase Figur Terhadap Preferensi Nasabah Tabungan Haji BRI Syariah KCP Kota Blitar” dan “Pengaruh Produk, Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Preferensi Nasabah Atas Produk Simpanan Wadi’ah di BMT Alrahmah Ciamis”. Menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah. Sehingga dapat disimpulkan apabila kualitas layanan ditingkatkan, maka akan meningkatkan preferensi nasabah. Maka, dari kesimpulan dua penelitian diatas menunjukkan ada dukungan dari penelitian ini untuk penulis mengkajinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis data dalam penelitian yang membahas tentang “Pengaruh Layanan Fitur Berbagi Ziswaf Terhadap Preferensi Nasabah Dalam Menyalurkan Donasi Pada BSI Kotawaringin Timur” maka, dapat diambil kesimpulan bahwa variabel layanan fitur berbagi Ziswaf berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menyalurkan donasi yang dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 2,041 dan tingkat probabilitas signifikan $0,045 < 0,05$ dengan demikian H_a diterima. Artinya semakin baik layanan fitur berbagi Ziswaf maka akan meningkatkan preferensi nasabah dalam menyalurkan donasi pada BSI Kotawaringin Timur.

Saran

1. Untuk perkembangan dalam BSI Kotawaringin Timur sendiri ini sangat diperlukan, karena tidak ada batas teritorial dalam perdagangan, dengan demikian kegiatan operasional pada BSI Kotawaringin Timur akan berjalan dengan lancar. Serta tingkatkan kualitas pelayanan untuk menjadikan daya tarik nasabah.
2. Bagi nasabah pengguna layanan fitur berbagi Ziswaf harus tetap berhati-hati ketika melakukan transaksi, karena tidak semua menjadi tanggung jawab pihak bank.

DAFTAR REFERENSI

Buku

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1.). PT Indeks.
- Setyawan, A. D. (2021). *Petunjuk Praktikum Uji Normalitas Dan Homogenitas Data Dengan SPSS*. CV. Tahta Media Group.
- Sugiyono. (2009). *Sugiyono. Metode Penelitian Bisnis Perbankan*. Bandung: Alfabeta. 2009. Alfabeta.
- Wangsawidjaja. (2015). *Pembiayaan Bank Syariah*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal

- ANIK FAIDATUL KHUSNA, 17401153116. (2019, May 9). *PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN PREFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BANK MUAMALAT KANTOR CABANG KEDIRI* [Skripsi]. IAIN Tulungagung. <https://doi.org/10/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>
- Citra Dian Sari. (2021). *PENERAPAN SISTEM MOBILE BANKING PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR KAS YOGYAKARTA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA*. *Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia*.
- Firmansyah, M. A. . (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Deepublish.
- NUR HABIBAH, 12402173562. (2021, June 21). *PENGARUH PENYALURAN ZISWAF DAN PERTUMBUHAN EKONOMI TERHADAP KESENJANGAN PENDAPATAN DI INDONESIA TAHUN 2011-2019* [Skripsi]. IAIN Tulungagung. <https://doi.org/10/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>
- Sidik, S. (2021, August 23). *Gegara Ini, Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Melesat 98%*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20210823140844-29-270488/gegara-ini-mobile-banking-bank-syariah-indonesia-melesat-98>
- Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*. (n.d.). Retrieved October 5, 2022, from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/undang-undang/Pages/undang-undang-nomor-21-tahun-2008-tentang-perbankan-syariah.aspx>
- Zulaikah, R. D. (2016). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PATRONASE FIGUR TERHADAP PREFERENSI NASABAH TABUNGAN HAJI DI PT. BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH KANTOR CABANG PENBANTU KOTA BLITAR* [Masters, UIN Sunan Ampel Surabaya]. <http://digilib.uinsby.ac.id/14834/>