

Pengaruh Persepsi Keadilan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah

(Studi Empiris pada Nasabah Perbankan Syariah di Yogyakarta)

Emile Satia Darma

Abstrak

Penelitian ini menguji pengaruh keadilan bagi hasil bank syariah terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, diuji pula pengaruh keadilan bagi hasil, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Penelitian ini dilakukan secara *cross sectional*. Analisis penelitian dilakukan terhadap 173 responden. Responden adalah masyarakat yang bertempat tinggal tidak jauh dari kantor bank syariah. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan SEM. Hasil analisis data menunjukkan bahwa keadilan bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hasil lainnya adalah keadilan bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Hal tersebut membutuhkan penelitian lebih lanjut. Bagi peneliti selanjutnya, agar memperluas cakupan penelitian untuk tingkat generalisasi yang lebih tinggi.

Kata kunci: Keadilan Bagi Hasil, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah, SEM.

Abstract

This study examined the effect of profit sharing justice of Islamic banks on the customer satisfaction of Islamic banks. In addition, also tested the influence of profit sharing justice of Islamic banks on customer loyalty of Islamic banks. The research was conducted by cross-sectional basis. Analysis of the research conducted on 173 respondents. Respondents are people who live not far from the office of Islamic banks. Analytical tool in this study using SEM. The results of the data analysis shows that profit sharing justice of Islamic banks affect positively significant on the customer satisfaction. The customer satisfaction affect positively significant on the customer loyalty. Meanwhile, the profit sharing justice of Islamic banks did not affect the customer loyalty of Islamic banks. It requires further research. For further research, in order to broaden the scope of research that higher levels of generalizations.

Keywords: Profit Sharing Justice, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, SEM.

PENDAHULUAN

Perbankan Syariah yang tumbuh pesat pada beberapa dasawarsa lalu, kini nampak mulai stagnan pada berbagai ukuran dengan angka yang tidak jauh sekitar 5% dibanding perbankan konvensional (DPK, total aset, *market share*, dll). Salah satu andalan perbankan syariah adalah sistem operasional yang dilandasi syariah yang diyakini lebih adil dibanding sistem lainnya. Hal tersebut sesuai dengan pesan dari kitab suci umat Islam yang lebih mengedepankan keadilan termasuk dalam ekonomi dan bisnis.

Bank syariah dengan jargon keadilannya, diharapkan bisa berjalan sesuai prinsip syariah dan dapat dimanfaatkan masyarakat luas sebagai bagian dari sistem keuangan yang *rahmatan lil alamin*. Namun demikian bisa saja terdapat gap antara sistem syariah yang diharapkan dengan kenyataan implementasinya. Filosofi ekonomi Islam dalam perbankan syariah sering tertutup oleh upaya *benchmark* terhadap bank konvensional. Bank syariah yang merupakan secara umum juga masih dianggap sebagai sekedar alternatif dari bank konvensional.

Ujung dari bisnis adalah loyalitas dari nasabahnya, demikian pula pada perbankan. Walau sebenarnya dalam filosofi Islam, kesuksesan bisnis harus masih dalam bingkai kesejahteraan ukhrowi. Tentunya hal tersebut menjadi antangan berat yang dihadapi, termasuk upaya untuk menelaah serta terus meneliti faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah.

Laporan penelitian ini adalah laporan dari hasil semacam mini riset yang sebenarnya masih merupakan bagian kecil dari penelitian utama yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian utama tersebut masih sedang berlangsung. Dalam laporan penelitian yang sekarang dipaparkan oleh peneliti adalah bertujuan untuk menguji dan menemukan bukti empiris pengaruh persepsi keadilan bagi hasil terhadap kepuasan nasabah. Selain itu juga menguji dan menemukan bukti empiris pengaruh persepsi keadilan bagi hasil dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Motivasi dalam penelitian utama adalah islamisasi ekonomi dengan metode Zarqo (2003) yang diterapkan pada faktor-faktor timbulnya loyalitas nasabah di perbankan syariah, namun dalam penelitian ini (yang merupakan bagian kecil dari penelitian utama) belum digali lebih mendalam. Manfaat penelitian ini diharapkan menghasilkan model keterkaitan antara persepsi keadilan bagi hasil, kepuasan dan loyalitas nasabah.

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

Kata adil berasal dari bahasa Arab yang berarti berada di tengah-tengah, jujur, lurus, dan tulus. Secara terminologis adil bermakna suatu sikap yang bebas dari diskriminasi dan ketidakjujuran. Kata adil kadang disinonimkan dengan kata *al musawah* (persamaan) dan *al qisth* (moderat/seimbang) serta dilawankan dengan kata *zhalim*.

Keadilan merupakan salah satu prinsip utama yang merupakan akhlak mulia dalam menerapkan syariat Islam termasuk dalam bisnis perbankan syariah. Adil adalah meletakkan segala urusan pada tempat yang sebenarnya tanpa ada aniaya serta tanpa ada yang ditakuti kecuali terhadap Allah swt.

Keadilan distributif adalah keadilan yang diterima seseorang sebagai hasil dari keputusan alokasi. Nasabah bank syariah akan terkait langsung dengan model keadilan distributif karena diterapkannya sistem bagi hasil. Bagi hasil dari bank syariah kepada nasabah yang memenuhi harapan nasabah menimbulkan kepuasan pada nasabah. Nasabah dapat pula diibaratkan sebagai konsumen yang khusus di perbankan. Harga yang sesuai dengan harapan konsumen dapat memengaruhi kepuasan seperti yang ditunjukkan dari hasil penelitian Ti Bei (2001), Zang (2001), dan Wijayanti (2008). Penelitian Junaedi (2012) menunjukkan hasil bahwa bagi hasil yang adil berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Harga yang sesuai harapan juga akan berpengaruh terhadap loyalitas Ti Bei (2001), namun penelitian Junaedi (2012) pada bank syariah belum menunjukkan hasil yang signifikan.

Kepuasan nasabah ditentukan oleh persepsi nasabah tentang jasa perbankan syariah dalam memenuhi harapan nasabah. Dalam teori persepsi (Kotler dan Amstrong, 1996) dijelaskan bahwa persepsi merupakan proses dimana seseorang dapat mengatur, memilih, serta menginterpretasikan informasi untuk membentuk sesuatu yang berarti.

Hubungan antara kepuasan dengan loyalitas ditunjukkan dalam penelitian Ti Bei (2001), Aydin dan Ozer (2005), Wijayanti (2008), dan Junaedi (2012).

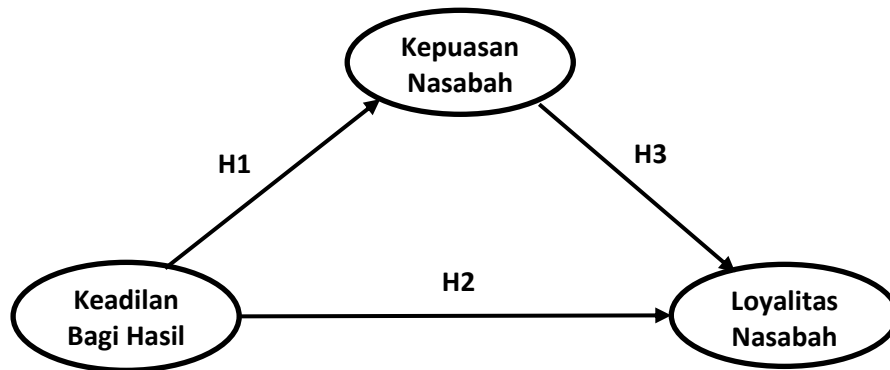
Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Persepsi keadilan bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah.

H2: Persepsi keadilan bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah.

H3: Kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah.

Model Penelitian



METODA PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metoda survey dengan obyek penelitian adalah nasabah bank umum syariah yang beroperasi di Yogyakarta. Pengambilan sampel pada November 2016. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *convenience sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui instrumen berupa kuesioner setelah *pilot test*. Data yang digunakan meliputi variabel keadilan bagi hasil, variabel informasi keuangan bank syariah, variabel kepuasan nasabah bank syariah dan variabel loyalitas nasabah bank syariah.

Definsi operasional variabel endogen loyalitas nasabah bank syariah (disimbolkan dengan LY) didefinisikan sebagai dorongan perilaku untuk tetap menjadi nasabah bank syariah serta menggunakan produk jasa bagi hasil bank syariah secara berulang-ulang. Variabel ini diukur menggunakan 5 indikator yaitu: Kesetiaan terhadap produk, berencana tetap menggunakan produk, mengabarkan produk kepada pihak lain, keyakinan kesesuaian produk dengan kebutuhan nasabah, dan keyakinan kebermanfaatan produk bagi nasabah. Masing masing indikator (disimbolkan dengan LY1, LY2, LY3, LY4 dan LY5) diukur dengan menggunakan 5 skala likert.

Definsi operasional variabel endogen kepuasan nasabah bank syariah (disimbolkan dengan PU) didefinisikan sebagai perasaan puas yang dirasakan oleh nasabah karena kesesuaian harapan nasabah terhadap produk jasa bagi hasil bank syariah. Variabel ini diukur menggunakan 5 indikator yaitu: Kesesuaian produk dengan harapan

nasabah, perasaan senang terhadap produk, perasaan nyaman terhadap produk, perasaan menikmati produk, perasaan puas dibanding tempat lain. Masing masing indikator (disimbolkan dengan PU1, PU2, PU3, PU4 dan PU5) diukur dengan menggunakan 5 skala likert.

Definsi operasional variabel eksogen persepsi keadilan bagi hasil bank syariah (disimbolkan dengan KB) didefinisikan sebagai persepsi nasabah terhadap keadilan pendistribusian bagi hasil yang diperoleh nasabah. Variabel ini diukur menggunakan 5 indikator yaitu: Keadilan nisbah yang ditetapkan, perolehan yang proporsional, kesesuaian prinsip keadilan, kesetaraan perolehan keuntungan, manfaat keadilan bagi hasil dibanding sistem lain. Masing masing indikator (disimbolkan dengan KB1, KB2, KB3, KB4 dan KB5) diukur dengan menggunakan 5 skala likert.

Metoda analisis data dalam penelitian ini menggunakan *struktural equation model* (SEM). SEM dapat dikatakan merupakan kombinasi dari *multiple regression* dengan *factor analysis* dan *path analysis*. Kelebihan SEM terletak pada kemampuannya menganalisis hubungan yang rumit secara simultan dan tetap efisien. Kemampuan tersebut dapat membuat proses analisis bergeser dari *exploratory* menjadi *confirmatory analysis*. Oleh sebab itu SEM disebut sebagai generasi kedua dari analisis *multivariate*. Teknik analisis SEM dalam penelitian ini dibantu dengan menggunakan *software IBM SPSS AMOS* versi 22.

Persamaan model struktural pada penelitian ini adalah:

$$PU = \gamma_1 KB + \gamma_2 IK + \zeta$$

dan

$$LY = \gamma_1 KB + \beta_1 PU + \zeta .$$

Persamaan model pengukuran variabel eksogen pada penelitian ini adalah:

$$KB1 = \lambda_{11} KB + \delta_1,$$

$$KB2 = \lambda_{12} KB + \delta_2,$$

$$KB3 = \lambda_{13} KB + \delta_3,$$

$$KB4 = \lambda_{14} KB + \delta_4,$$

$$KB5 = \lambda_{15} KB + \delta_5,$$

Sedangkan persamaan model pengukuran variabel endogen pada penelitian ini adalah:

$$PU1 = \lambda_{31} PU + \varepsilon_1,$$

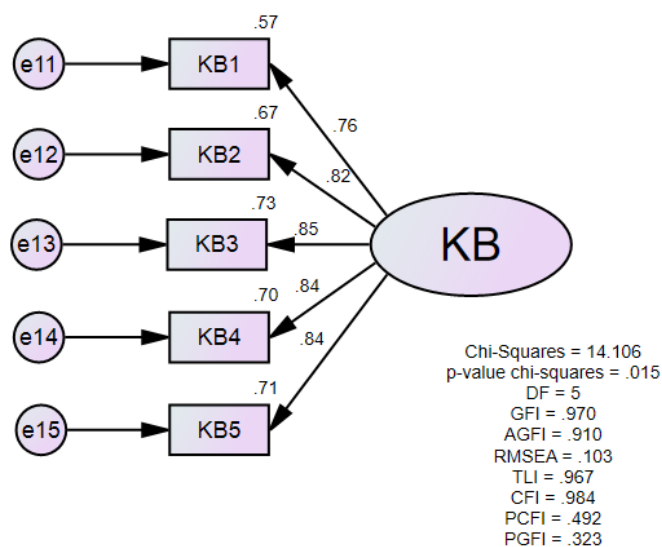
$$PU2 = \lambda_{32} PU + \varepsilon_2,$$

$$\begin{aligned}
PU3 &= \lambda_{33} PU + \varepsilon_3, \\
PU4 &= \lambda_{34} PU + \varepsilon_4, \\
PU5 &= \lambda_{35} PU + \varepsilon_5, \\
PU6 &= \lambda_{36} PU + \varepsilon_6, \\
LY1 &= \lambda_{41} LY + \varepsilon_1, \\
LY2 &= \lambda_{42} LY + \varepsilon_2, \\
LY3 &= \lambda_{43} LY + \varepsilon_3, \\
LY4 &= \lambda_{44} LY + \varepsilon_4, \\
LY5 &= \lambda_{45} LY + \varepsilon_5 .
\end{aligned}$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang dikembalikan dan dapat diolah sebanyak 173. Sebelum analisis persamaan struktural dilakukan, terlebih dahulu dilakukan *confirmatory factor analysis* (CFA) untuk masing-masing konstruk (variabel laten). Hal tsb dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing indikator memang efisien untuk mengukur konstraknya. Dalam hal ini dilakukan pula analisa terhadap normalitas data dan deteksi data outlier serta asumsi-asumsi yang dibutuhkan. Setelah dilakukan *confirmatory factor analysis* lalu dilakukan *structural equation modeling* secara menyeluruh. Dalam setiap pengujian, dilihat pula *goodness of fit* dari model.

**Model Pengukuran Terpisah
CFA Konstruk KB
Standardized Estimates**



Identifikasi model pengukuran KB terdiri dari 5 buah *observed variables* (dalam hal ini adalah indikator), sehingga $p = 5$. *Distinct sample moments* adalah $\frac{1}{2} p (p+1) = 15$. Banyaknya parameter yang di estimasi $k = 10$ yaitu 5 buah *loading factor* dan 5 buah *varians error*. Sehingga derajat bebas (df) model tersebut adalah $15 - 10 = 5$. Dengan df yang positif maka syarat model yang *identified* telah terpenuhi.

Uji goodness-of-fit terhadap model pada gambar di atas menunjukkan probabilitas nilai chi-square masih di bawah 0,05 walaupun di atas 0,01 jadi model masih kurang fit. Namun nilai Chi-Square sensitif terhadap jumlah sampel sehingga harus dilihat dengan kriteria fit yang lain. Walaupun nilai RMSEA berada di sekitar batas kriteria tetapi dilihat dari GFI, AGFI, TLI dan CFI, model sudah baik.

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KB1	2.000	5.000	.101	.545	-.798	-2.143
KB2	3.000	5.000	.134	.718	-.927	-2.490
KB3	3.000	5.000	-.053	-.287	-.909	-2.442
KB4	2.000	5.000	.129	.691	-.867	-2.328
KB5	3.000	5.000	.053	.286	-1.115	-2.992
Multivariate					.250	.197

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
158	12.792	.025	.988
92	12.018	.035	.984
34	12.003	.035	.942
107	11.980	.035	.859
159	11.980	.035	.728
110	11.445	.043	.762
47	11.203	.047	.719
113	10.739	.057	.772
68	9.804	.081	.946
7	9.718	.084	.920

Uji normalitas menghasilkan *critical ratio* untuk koefisien kurtosis sebesar 0,197 berada dibawah 2,58 ($\alpha = 1\%$), sehingga normalitas terpenuhi. Uji *outlier* yang ditampilkan di atas adalah dicukupkan untuk potongan 10 baris pertama (karena baris selanjutnya akan semakin membaik). Tidak ada data observasi yang p1 dan p2 lebih kecil dari 0,01 ($\alpha = 1\%$). Sehingga untuk CFA konstruk KB, dapat dikatakan tidak ada data *outlier*.

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
KB5 <--- KB	.843
KB4 <--- KB	.835
KB3 <--- KB	.852
KB2 <--- KB	.817
KB1 <--- KB	.756

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
KB1	.572
KB2	.668
KB3	.726
KB4	.697
KB5	.710

Uji validitas konstruk KB menggunakan *loading factor* menunjukkan pada kolom estimates tidak terdapat nilai loading di bawah 0,7. Sedangkan pada uji reliabilitas indikator menunjukkan semua nilai R^2 di atas 0,5 sehingga dapat dikatakan reliabel.

Pada uji reliabilitas komposit KB diperoleh:

$$\text{Sum Standardized Loading KB} = 0,756 + 0,817 + 0,852 + 0,835 + 0,843 = 4,103$$

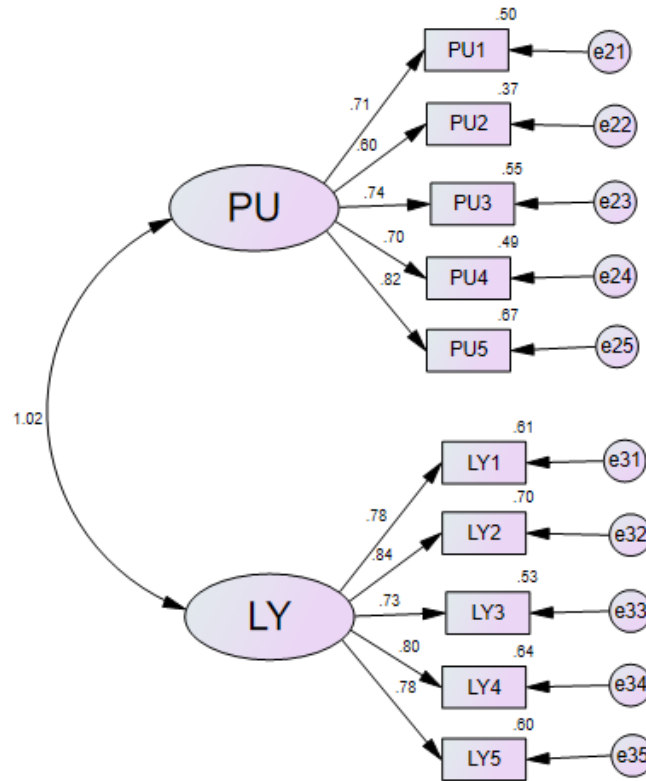
Sum Measurement Error KB =

$$(1 - 0,756^2) + (1 - 0,817^2) + (1 - 0,852^2) + (1 - 0,835^2) + (1 - 0,843^2) = \\ 0,428 + 0,333 + 0,274 + 0,303 + 0,289 = 1,627$$

$$\text{Construct Reliability} = 4,103^2 / (4,103^2 + 1,627) = 0,912$$

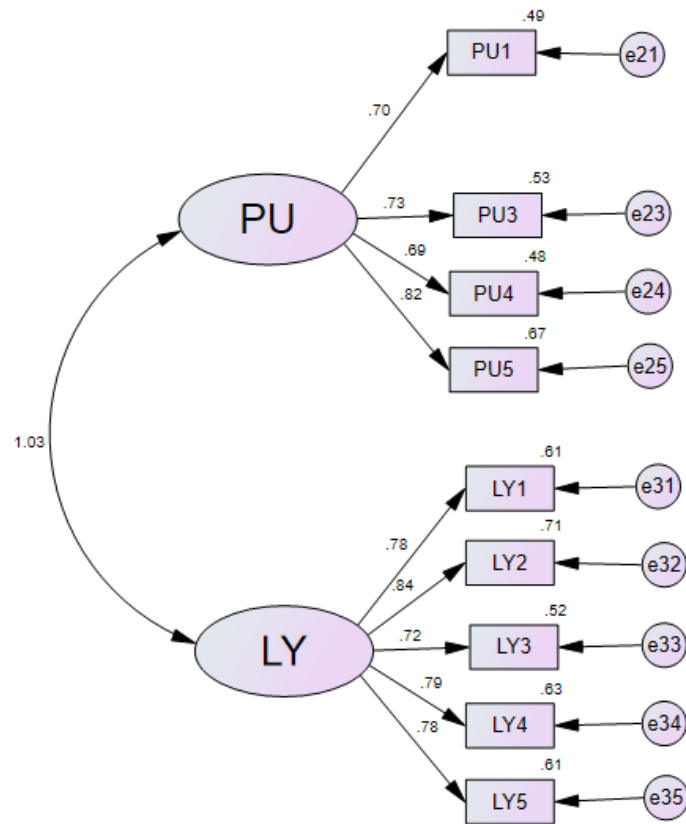
Nilai reliabilitas untuk KB adalah tinggi sebesar 0,912 di atas *cut-off value* 0,70.

**Model Pengukuran Berpasangan
CFA Konstruk PU dan LY
Standardized Estimates**



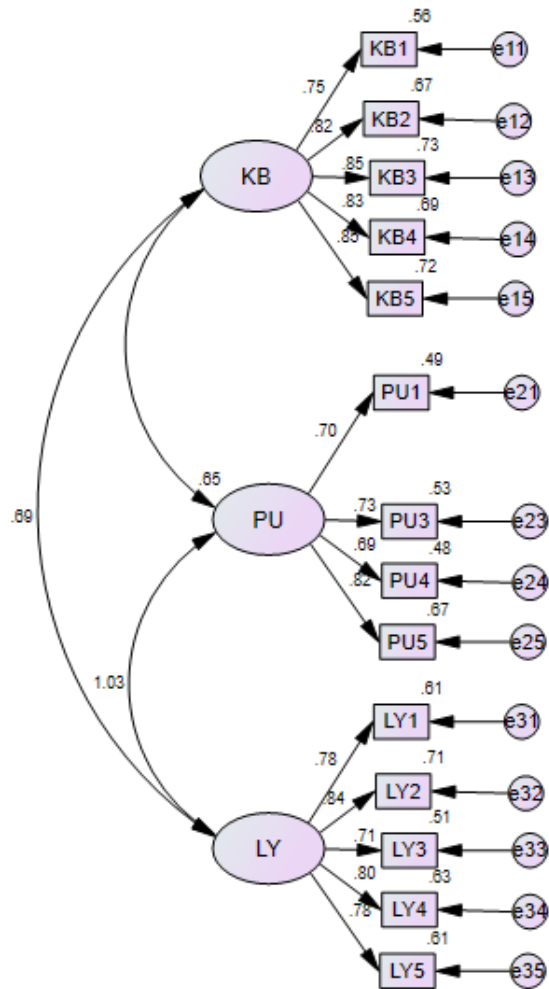
Langkah selanjutnya adalah CFA untuk model pengukuran berpasangan. Tahapan dan perhitungan mirip dengan CFA sebelumnya. Pada tahapan ini ternyata tidak terdapat *outlier*, namun data tidak terdistribusi normal karena nilai c.r. multivariate 2,949 yang berarti di atas 2,58. Validitas telah terpenuhi namun reliabilitas dengan R^2 menunjukkan 0,366 di bawah 0,5 untuk PU2. Oleh sebab itu PU2 dikeluarkan dari analisis selanjutnya. Setelah dilakukan analisis ulang, diperoleh nilai c.r. multivariate 1,638 yang berarti di bawah 2,58. Diperoleh pula model pengukuran berpasangan yang lebih fit.

**Model Pengukuran Berpasangan
CFA Konstruk PU dan LY
Standardized Estimates**



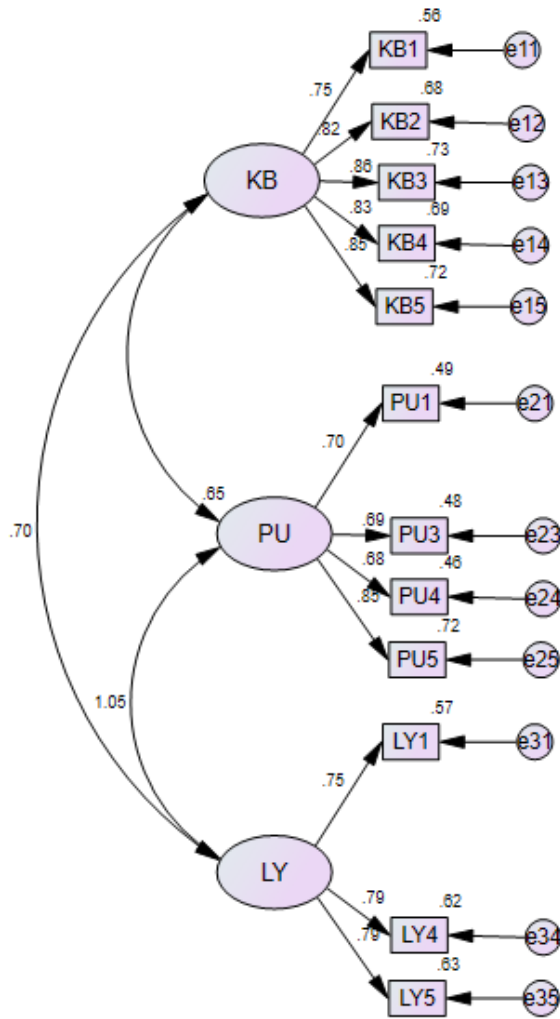
Langkah selanjutnya adalah CFA model pengukuran keseluruhan. Pada tahapan ini tidak terdapat *outlier*, namun data tidak terdistribusi normal karena nilai c.r. multivariate 3,376 yang berarti di atas 2,58. Indikator LY2 dan LY3 tidak memenuhi normalitas univariat karena -2.690 dan -3.249. Oleh sebab itu di drop.

**Model Pengukuran Berpasangan
CFA Konstruksi Keseluruhan
Standardized Estimates**



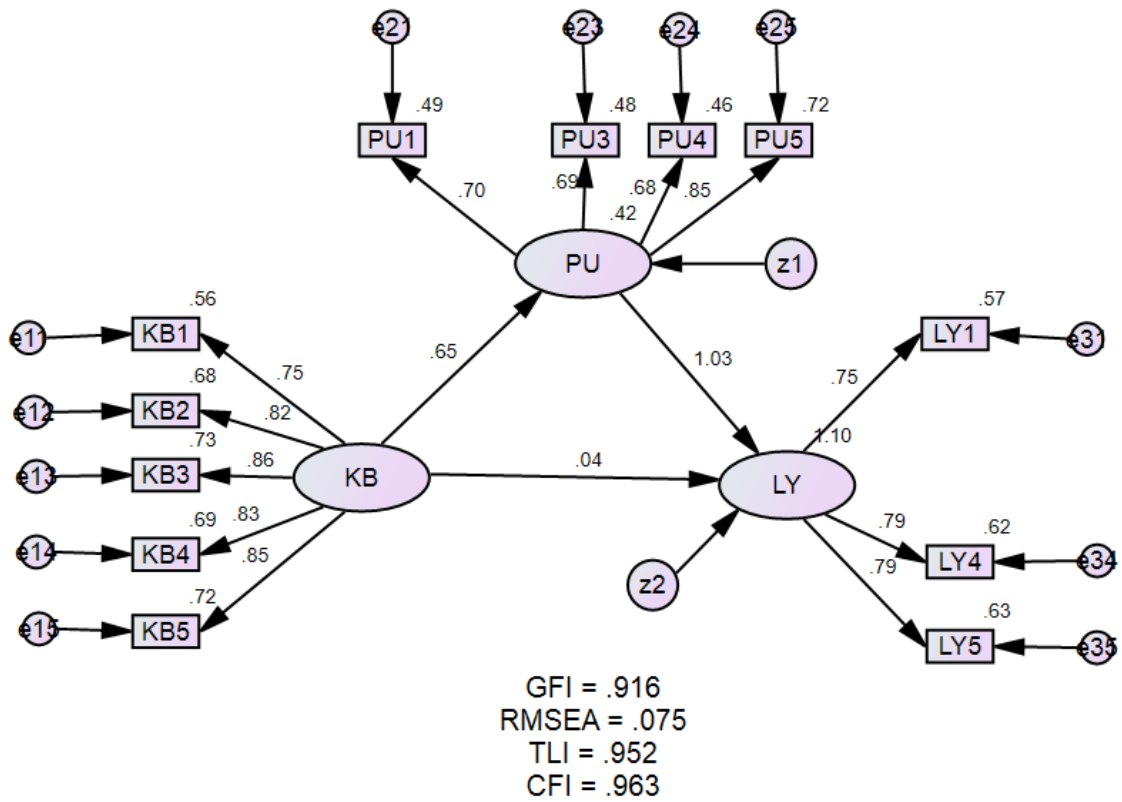
Setelah dilakukan analisis ulang, diperoleh nilai c.r. multivariate 2,196 yang berarti di bawah 2,58. Diperoleh pula model pengukuran berpasangan yang lebih fit.

**Model Pengukuran Berpasangan
CFA Konstruk Keseluruhan
Standardized Estimates**



Selanjutnya adalah pengembangan analisis model struktural.

Model Struktural Keseluruhan Standardized Estimates



Hasil pengolahan SEM paling akhir menunjukkan model telah dianggap cukup baik. Pengujian hipotesis penelitian dapat dilihat melalui *text output* Amos seperti potongan tabel berikut.

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P
PU <--- KB	.489	.069	7.132	***
LY <--- KB	.030	.057	.530	.596
LY <--- PU	1.139	.134	8.471	***

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
PU <--- KB	.648
LY <--- KB	.036
LY <--- PU	1.025

Berdasar output di atas maka dapat diperoleh hasil dari pengolahan data sbb:

- KB berpengaruh positif signifikan terhadap PU dengan tingkat signifikansi α 0,01
- KB tidak berpengaruh signifikan terhadap LY
- PU berpengaruh positif signifikan terhadap LY dengan tingkat signifikansi α 0,01

Dengan demikian maka hipotesis 1 dan hipotesis 3 diterima. Sedangkan hipotesis 2 perlu dibahas lebih lanjut karena ditolak. Peneliti menduga tidak berhasilnya mendukung pengaruh keadilan bagi hasil terhadap loyalitas nasabah bank syariah dalam penelitian ini adalah karena beberapa sebab. Antara lain kemungkinan bahwa nasabah masih banyak yang sangat memperhatikan bunga. Sehingga walaupun bagi hasil dirasa semakin adil, tetapi jika bunga dari bank konvensional cukup menarik bagi nasabah maka nasabah bisa dengan mudah berpindah. Hal tersebut perlu diteliti lebih lanjut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah terdapat dua hipotesis yang diterima yaitu:

- Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa keadilan bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah.
- Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah bank syariah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah.

Sedangkan hipotesis yang ditolak adalah Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa keadilan bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Implikasi dari penelitian ini adalah bagi pihak bank syariah agar melakukan sosialisasi mengenai produk-produk bank syariah secara lebih gencar. Bagi kalangan agamawan agar juga memberikan materi dakwah mengenai muamalah termasuk tentang perbankan syariah. Bagi peneliti selanjutnya, agar memperluas cakupan penelitian termasuk variabel serta sampel atau pemilahan jenis responden agar generalisasinya tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim, Dedek, 2008, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Mendapatkan Pembiayaan Di BNI Syariah*, Tesis, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Aydin, S., and Ozer G.2005. National Customer Satisfaction Indices: A Implementation in the Turkish Mobile Telephone Market, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol 23, No.5.
- Bank Indonesia dan Lembaga Penelitian IPB, 2000, Penelitian, *Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Barat*, Bank Indonesia dan Lembaga Penelitian IPB, Bogor.
- Budiman, Arief, 2008, *Pengaruh Karakteristik Individu Terhadap Proses Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah*, Tesis, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Cunningham, Everarda, 2008, *A Practical Guide To Structural Equation Modeling Using Amos*, Statsline, Melbourne.
- Hair Jr., Joseph F., WC. Black, BJ. Babin, RE. Anderson, RL. Tatham, 2006, *Multivariate Data Analysis*, 6th ed., Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Idat, Dhani Gunawan, 1999, Perbankan Syariah Indonesia Menuju Milenium Baru: Suatu Tinjauan Pengembangan, Pengawasan dan Prospek, *Buletin Ekonomi Moneter*, Vol. 2.
- Junaedi, Achmad Tavip, Djumilah Hadiwidjojo, Eka Afnan Troena, Iwan Triyuwono, 2012, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol:10, No: 1.
- Kotler, Philip,2000.*Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, Ninth Edition, Prentice Hall, Inc, Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, Philip, Amstrong, Garry 1996. *Principle of Marketing*, Ninth Edition, Prentice Hall, Inc Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, Philip, dan Susanto, 2000, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Salemba Empat, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad dan Suhardjono, 2002, *Manajemen Perbankan: Teori dan Aplikasi*, BPFE, Yogyakarta.

- Muhammad, 2007, *Bank Syariah: Analisis, Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman*, Ekonisia, Yogyakarta.
- Mursid, M, 2003, *Manajemen Pemasaran*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Sekaran, Uma, 2003, *Research Methods for Business*, John Wiley and Sons, New York.
- Sumarwan, Ujang, 2002, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Sutisna, 2003, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Ti Bei, Lien Ching Chio Yu, 2001. *An Integrated Model For The Effect of Perceived Product, Perceived Service Quality and Perceived Price Fairness on Consumer's Faction and Loyalty*.
- Widyastuti, 2004, *Strategi Marketing Plan*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wijayanti, A.2008. *Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan* Thesis, Fakultas Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro.
- Yunus, Amat, 2004, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*, Tesis, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Zarqa, Muhammad Anas, 2003, Islamization of Economics: The Concept and Methodology, *J.KAU: Islamic Econ.*, Vol. 16, No.1: 3-42.
- Zhang, Q, 2001. *Quality Dimensions, Perspectives and Practises: A Mapping Analysis*, *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol 18 No.7.