

**ANALISIS PENGARUH TINGKAT NISBAH BAGI HASIL, PENERAPAN AKAD DAN  
PROMOSI TERHADAP MINAT MENABUNG PADA KOPERASI AL IQTISHOD  
UNISMA**

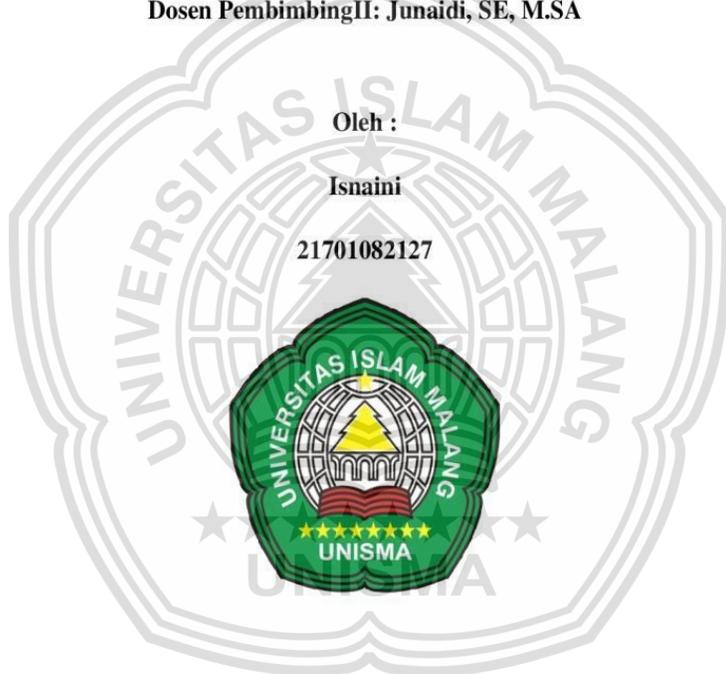
**PROPOSAL SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi  
Dosen Pembimbing I: Abdul Wahid Mahsuni, SE, M.SA  
Dosen Pembimbing II: Junaidi, SE, M.SA**

Oleh :

Isnaini

21701082127



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

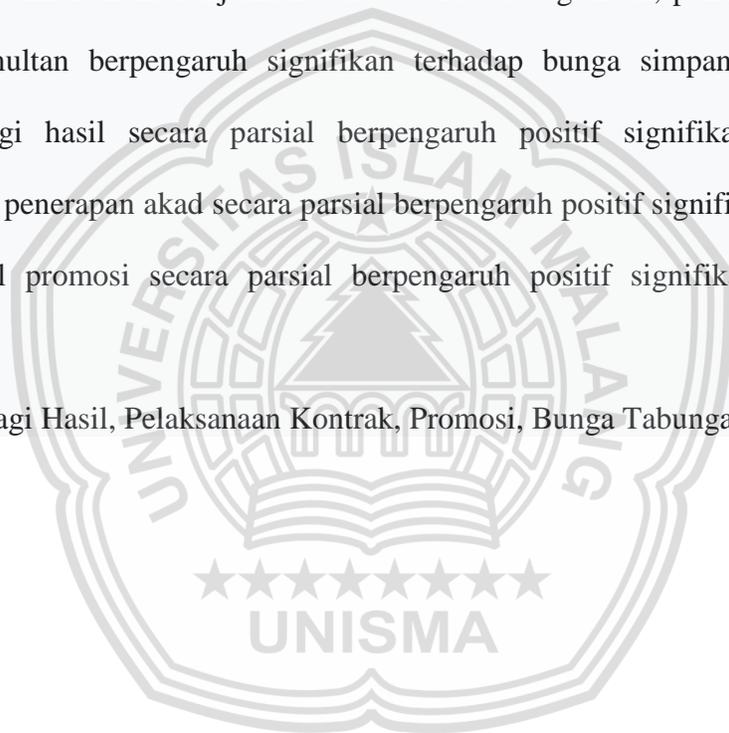
UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2021

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh rasio bagi hasil, penerapan akad dan promosi terhadap minat menabung pada koperasi Al Iqtishod Universitas Islam Malang. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan data primer. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 50 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa variabel bagi hasil, penerapan kontrak, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap bunga simpanan. Secara parsial variabel nisbah bagi hasil secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung. Variabel penerapan akad secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung. Variabel promosi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung.

Kata kunci: Rasio Bagi Hasil, Pelaksanaan Kontrak, Promosi, Bunga Tabungan



## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of the profit-sharing ratio, the application of contracts and promotions on interest in saving at the Al Iqtishod cooperative, Islamic University of Malang. This study uses quantitative data with primary data. This research uses purposive sampling method. The sample used in this study was 50 respondents. The data analysis method used in this research is multiple regression analysis. The results of this study simultaneously show that the profit-sharing ratio, contract application, and promotion variables simultaneously have a significant effect on saving interest. Partially, the variable profit sharing ratio partially has a significant positive effect on saving interest. The variable of the application of the contract partially has a significant positive effect on the interest in saving. The promotion variable partially has a significant positive effect on saving interest.*

**Keywords:** *Profit Sharing Ratio, Implementation of Contracts, Promotion, Interest in Savings*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Minat menabung merupakan bagian atau salah satu elemen penting dari perilaku nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomi. Menurut Siswanti, (2015: 23) secara umum perilaku pengambilan keputusan untuk membeli atau mempergunakan jasa tertentu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: harga, servis yang ditawarkan, lokasi, kemampuan tenaga penjualan, periklanan.

Perkembangan ekonomi Islam di Indonesia dimulai sejak awal 1970 an, di mana gerakan Islam di tingkat nasional telah memasuki bidang ekonomi dengan diperkenalkannya sistem ekonomi yang terdapat pada sistem kapitalis dan sistem sosialis. Tonggak perkembangan ekonomi Islam di Indonesia secara real muncul sejak kelahiran bank syariah pertama, yaitu bank Muamalat Indonesia yang telah beroperasi sejak tahun 1992. Sejak itulah lahir banyak lembaga-lembaga keuangan dengan menggunakan prinsip syariah didalamnya (Arif, 2015:5).

Sejalan dengan hal tersebut, sampai saat ini perkembangan ekonomi dan keuangan berbasis syariah di Indonesia tidak terlepas dari peran lembaga intermediasi keuangan, dimana Lembaga Keuangan Mikro berbasis syariah menjadi salah satu lembaga intermediasi yang memiliki potensi besar untuk mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Koperasi syariah adalah suatu lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan sistem bagi hasil, guna menumbuh-kembangkan usaha mikro dan kecil anggotanya sehingga mampu mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin (Soemitra 2009).

Menurut Yunus (2009: 35) bagi hasil (*profit sharing*) yang merupakan karakter dasar dari lembaga keuangan syariah adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara pemodal (penyedia dana) dengan pengelola dana dengan mengutamakan prinsip keadilan dan hubungan kerjasama investasi yang harmonis. Kedua belah pihak dituntut untuk bersungguh-sungguh dan bertanggung jawab dalam menjalankan kewajibannya, sehingga tingkat kredit macet atau bermasalah bisa ditekan. BMT menekankan pada profit sharing dengan pengertian bahwa simpanan yang di depositokan, nantinya akan digunakan untuk pembiayaan ke sektor riil oleh BMT. Hasil atau keuntungan yang didapat akan dibagi menurut nisbah yang akan disepakati bersama. Jika keuntungan yang di dapat besar maka bagi hasil yang didapat juga besar. Berbeda dengan bank konvensional yang menerapkan sistem bunga dalam pengambilan keuntungannya, sehingga keuntungan yang diperoleh para nasabahnya bersifat tetap, tanpa mempedulikan apakah bank tersebut memperoleh keuntungan besar atau kecil.

Bagi hasil merupakan konsep yang adil serta memiliki nuansa kemitraan yang sangat kental. Hasil yang didapat di bagi berdasarkan nisbah (perbandingan) yang

telah disepakati, hal ini sama sekali tidak sama dengan penetapan bunga pada lembaga keuangan konvensional.

Ditinjau dari Hukum Islam, perjanjian yang sering disebut dengan akad merupakan suatu perbuatan yang sengaja dibuat oleh dua orang atau lebih berdasarkan persetujuan masing-masing. Dengan kata lain akad adalah perikatan antara ijab dan kabul secara yang dibenarkan syara<sup>h</sup>, yang menetapkan persetujuan kedua belah pihak. Sementara itu, pengertian akad menurut Ahmad Azhar Basyir adalah suatu perikatan antara ijab dan kabul dengan cara yang dibenarkan syara<sup>h</sup> yang menetapkan akibat-akibat hukum. Ijab adalah pernyataan pihak pertama mengenai isi perikatan yang diinginkan, dan kabul adalah pernyataan pihak kedua untuk menerimanya. Masing-masing pihak haruslah saling menghormati terhadap apa yang telah mereka perjanjikan dalam suatu akad.

Promosi juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen masuk kedalam salah satu faktor sosial. Dimana diantaranya faktor tersebut adalah kelompok acuan dalam perilaku pembelian konsumen dapat diartikan sebagai kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. kelompok ini biasanya disebut dengan kelompok keanggotaan, yaitu sebuah kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung kepada seseorang.

Salah satu bentuk strategi pemasaran yang mendukung adalah penggunaan bauran promosi. diharapkan dengan menerapkan strategi yang tepat melalui

periklanan dan promosi penjualan dapat langsung meraih target pasar yang diinginkan dan sekaligus dapat menciptakan image yang bagus bagi bank syariah.

Dengan menggunakan promosi periklanan yang di pasang melalui media cetak seperti, koran, browsur, dan lain sebagainya, maupun media elektronik seperti, televisi, internet, radio, dan lain sebagainya. Perusahaan berharap iklan tersebut dapat mempengaruhi dan membujuk masyarakat agar menggunakan produk dan jasa bank syariah.

Promosi penjualan adalah intensif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari produk atau jasa. Selain periklanan, promosi penjualan juga dibutuhkan agar menarik calon nasabah baru melalui pemberian diskon, kontes, kupon atau sample produk.

Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah (LKMS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang (FEB -Unisma) sebagai lembaga keuangan mikro yang mandiri dan layak diperhitungkan. Selain surat izin yang sudah dikantongi pada 9 Mei 2014, kepercayaan masyarakat terhadap koperasi dengan nama Koperasi Iqtishad Unisma tersebut sangat tinggi. Terhitung pada tahun 2014, Jumlah nasabah pembiayaan tak kurang dari 3.496 orang. Untuk pembiayaan jangka panjang, nasabah dapat meminjam maksimal hingga Rp. 50 juta, dan untuk peminjaman jangka pendek, bisa hingga Rp. 100 juta. Peminjam adalah masyarakat di sekitar Unisma.

Perbedaanya dengan bank mini yang biasa dimiliki PT lain, koperasi ini adalah praktik lapangan mandiri, yang mana mahasiswa tidak hanya melakukan analisis tapi juga memberi pendampingan kepada nasabah. Di Koperasi Iqtishad masyarakat yang meminjam untuk wirausaha akan mendapat pendampingan pengelolaan usaha sehingga yang bersangkutan dapat lebih mudah melunasi pinjaman. Bidang usaha yang dikembangkan dibawah pendampingan FEB Unisma, antara ialah engineering, persediaan alat sewa, kuliner, dan internet.

Dengan sistem tersebut, Koperasi milik LKMS FEB Unisma ini banyak dikloning oleh perguruan tinggi, pesantren dan kelompok masyarakat. Di koperasi tersebut, pengelolaan lebih pada mutual investor relationship yang diwujudkan dengan pendampingan terhadap nasabahnya. Pendampingan ini dilakukan oleh mahasiswa FEB Unisma dengan tindakan yang tertulis dalam laporan ke Koperasi.

Selain LKMS, FEB unisma juga memiliki beberapa lembaga lain seperti lembaga penerbitan, bengkel wirausaha mahasiswa, serta lembaga manajemen konsultasi bisnis yang tahun kemarin dipercaya Kemenag untuk memberi pembinaan pengembangan incubator bisnis untuk PT se-Jatim. Keberadaan lembaga-lembaga tersebut tidak hanya digunakan oleh mahasiswa, tapi juga dapat memberi manfaat besar bagi perekonomian masyarakat, terutama masyarakat sekitar Unisma.

Berdasarkan dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji, meneliti serta membahas tentang seberapa besar faktor-faktor yang memengaruhi

minat meliputi (bagi hasil, penerapan akad, dan promosi) yang dilakukan oleh pihak Koperasi Iqtishod Unisma dalam mengelola manajemen operasionalnya untuk menarik nasabah dengan mengangkat judul : **“Analisis Pengaruh Tingkat Nisbah Bagi Hasil, Penerapan Akad Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Pada Koperasi Iqtishod Unisma”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Nisbah Bagi Hasil, Penerapan akad dan Promosi terhadap minat menabung nasabah pada Koperasi Al Iqtishod Unisma?
2. Bagaimana pengaruh Nisbah Bagi Hasil terhadap minat menabung nasabah pada bank Koperasi Al Iqtishod Unisma?
3. Bagaimana pengaruh Penerapan Akad terhadap minat menabung nasabah pada Koperasi Al Iqtishod Unisma?
4. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap minat menabung nasabah pada Koperasi Al Iqtishod Unisma?

## **1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada pokok permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Nisbah Bagi Hasil, Penerapan akad dan Promosi terhadap minat menabung nasabah Koperasi Al Iqtishod Unisma.
2. Untuk mengetahui pengaruh Nisbah Bagi Hasil terhadap minat menabung nasabah pada Koperasi Al Iqtishod Unisma.
3. Untuk mengetahui pengaruh Penerapan Akad terhadap minat menabung nasabah pada Koperasi Al Iqtishod Unisma.
4. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap minat menabung nasabah pada Koperasi Al Iqtishod Unisma.

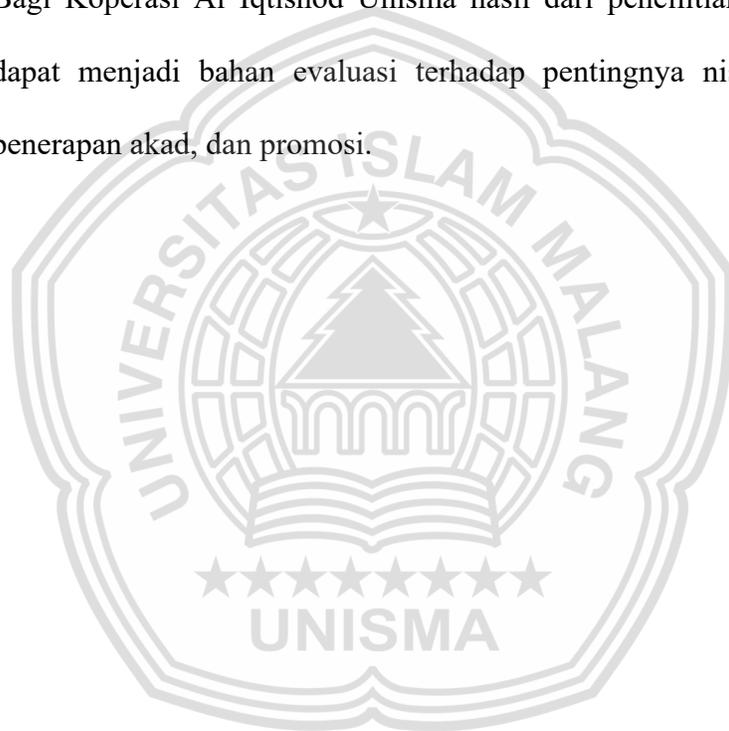
### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu syariah dan dapat menumbuhkan ide-ide yang bersifat membangun untuk digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya terkait koperasi syariah.
- 2) Bagi peneliti diharapkan penelitian ini dapat dijadikan salah satu acuan untuk meningkatkan perkembangan IPTEK di masa yang akan datang.

#### **2. Manfaat Praktis**

- 1) Bagi perguruan tinggi di kota Malang hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis, dalam ilmu pengetahuan khususnya untuk pengembangan kurikulum bidang Operasional Keuangan Syariah dalam mempersiapkan kemampuan akademik calon sarjana akuntansi agar mampu berkembang disegala kondisi.
- 2) Bagi Koperasi Al Iqtishod Unisma hasil dari penellitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi terhadap pentingnya nisbah bagi hasil, penerapan akad, dan promosi.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nisbah bagi hasil, penerapan akad, dan promosi terhadap minat menabung. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel nisbah bagi hasil, penerapan akad, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) menjelaskan sebagai berikut :
  - a. Variabel nisbah bagi hasil secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung.
  - b. Variabel penerapan akad secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung.
  - c. Variabel promosi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung.

#### 5.2 Keterbatasan

1. Penelitian ini dilaksanakan pada saat terjadi pandemi yang menyebabkan lamanya waktu pengumpulan data dikarenakan para nasabah pada koperasi Iqtishod Unisma, tidak bisa menemui langsung

responden sehingga butuh waktu lama untuk mengisi semua kuesioner yang dibagikan.

2. Populasi yang digunakan hanya 1 koperasi iqtishod unisma dengan sampel 50 responden.
3. Variabel yang digunakan yaitu variabel nisbah bagi hasil, penerapan akad, dan promosi.

### 5.3 Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk tidak menunda waktu pengumpulan data dikarenakan kita tidak dapat memprediksi kondisi atau kejadian tidak terduga di masa depan yang mungkin dapat menghambat lancarnya penelitian.
2. Penelitian ini hanya mengambil sampel dari koperasi iqtishod unisma . Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan sampel penelitian .
3. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan dan menggunakan variabel independen yang lain seperti pelayanan, kepatuhan syariah, nilai taksasi barang jaminan, dan pengetahuan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya M.R. 2016. Pengaruh Pembiayaan Mudharabah Dan Pembiayaan Musyarakah Terhadap Tingkat Profitabilitas Bank Umum Syariah Periode 2010-2014. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Al Arif,M Nur Rianto. 2015. “Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik”. Bandung: CV. Pustaka Setia. 5.
- Al Arif, M. Nur Rianto. 2010. “Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah”. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto S. 2013. “Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan”. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ardyaningrum, Nilam. 2020. “Pengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Pengaruh Pengetahuan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bmt Surya Kencana Balong”. Fakultas Syariah. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Ascarya, 2006. “Akad dan Produk Bank Syariah”. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Asiah, Nur. 2019. “Analisis Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bmt Al-Fadhilah (Studi Pada Nasabah Bmt Sukarame Bandar Lampung)”. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Lampung.

Dosen Pendidik (2021, 14 Februari ). <https://www.dosenpendidikan.co.id/koperasi-syariah/>. Diakses Februari 14, 2021, dari <https://www.dosenpendidikan.co.id/koperasi-syariah/>

Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Ghozali I. 2012. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20”. Semarang: ISBN

Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali,Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS). Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Hurlock,E.B.1993. Psikologi Perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan (edisi kelima). Jakarta: Erlangga. h 144.

Indriantoro, Nur dan Supomo B. 2002. “Metodologi Penelitian Bisnis”. Yogyakarta: BPFE.

Indriantoro, Nur dan Supomo B. 2014. ”Metodologi Penelitian Bisnis : Untuk Akuntansi & Manajemen”. Yogyakarta : BPFE.

Indriyo, Gitosudarmo. 2000. "Manajemen Pemasaran". BPFE. Yogyakarta, Cetakan Keenam. h. 103.

Izzati. 2015. Pengaruh Kebutuhan Modal, Pendapatan, Bagi Hasil, dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan *Mudharabah* (Studi Kasus: BMT Syirkah Muawanah Nu Cabang Kradenan Kota Pekalongan). Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Pekalongan.

Kotler, Philip. 2000. "Dasar- Dasar Pemasaran". Jakarta :Prenhelindo.

Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2002. "Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia". Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2005. "Manajemen Pemasaran". Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip. 2005. "Manajemen Pemasaran". Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.h 102.

Khudori, S. (2018). "Analisis Kepatuhan Syariah Implementasi Prinsip Bagi Hasil pada Simpanan Mudharabah di KSPPS Binamas Purworejo". *Jurnal Ekonomi Islam : At Tauzi'*, 19(1), 1–17.

- Mahmudi, Ali. 2015. "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bmt Tumang Cabang Salatiga". Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Salatiga.
- Maulida, Isnaeni. 2016. "Analisis Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bmt Taruna Sejahtera Cabang Tuntang". Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Salatiga.
- Mappiare, Andi. 1997. Psikologi Remaja. Surabaya: Usaha Nasional.
- Mawarid, H. (2014). "Analisis Penerapan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) Nomor 105 Tentang Pembiayaan Mudharabah Pada Laporan Keuangan Koperasi Jasa Keuangan Syariah Kalbar Madani Pontianak". *Implementation Science*. 39(1), 1–15. <https://doi.org/10.4324/9781315853178>.
- Muhammad. 2004. Manajemen Dana Bank Syariah. Yogyakarta: Ekonisia.
- Muhammad. 2004. Teknik Penghitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah. Yogyakarta: UII Press.
- Muhammad, 2007. "Lembaga Keuangan Syariah". Yogyakarta: Graha Ilmu. h. 32.
- Muhamad. 2012. "Teknik Perhitungan Nisbah Bagi Hasil dan Pricing di Bank Syariah" . Yogyakarta: UII Press.
- Naf'an. 2014. "Pembiayaan Musyarakah Dan Mudharabah" . Samarinda: Graha Ilmu. h.83.

Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*. Yogyakarta: UII Press.

Rivai, Veithzal dan Deddy Mulyadi. 2012. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi Edisi Ketiga*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada. h 299.

Rouf, Abdul. 2011. “Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi minat Masyarakat Membayar Zakat Di Rumah Zakat Cabang Semarang”. Skripsi. Diterbitkan. Semarang: IAIN Walisongo Fakultas Syariah.

Roziq, Ahmad dan Rinanda Fitri. 2013. “Variabel Penentu dalam Keputusan Memilih Tabungan Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember”. h. 8.

Slameto. 1987. *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakrta: Rineka Cipta

St. Rohani, S. N. Sirajuddin, I. M. Saleh. (2013) *Persepsi Masyarakat Terhadap Sistem Bagi Hasil Tesang pada Usaha Sapi Potong di Kabupaten Bone*. Jurnal Sosial Ekonomi. Universitas Hasanuddin.

Sugiyono. 2011. “Metode Penelitian Kuantitatid Kualitatif dan R&D”. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2012. “Metode Penelitian Bisnis”. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. “Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R & D”. Bandung: Alfabeta.

Suharwati, Atik. 2016. "Analisis Pengaruh Bagi Hasil Pelayanan Dan Promosi Terhadap Simpanan Deposito Mudharabah (Studi Pada Bmt Taruna Sejahtera Cabang Tuntang)". Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Salatiga.

Sukanto. 1985. Nafsiologi: Suatu Pendekatan Alternatif Atas Psikologi. Jakarta: Integrita Press.

Sunyoto, Danang. 2015 "Dasar-dasar Manajemen Pemasaran", Cet ke-1. Yogyakarta, CAPS. h. 154.

Sunyoto, Danang. 2015. "Perilaku Konsumen dan Pemasaran". Yogyakarta: CAPS.

Sunyoto, Danang. 2011. "Praktik Spss Untuk Kasus Dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi". Yogyakarta: Nuha Medika.

Sunyoto. 2016. "Metodologi Penelitian Akuntansi". Bandung: PT Refika Aditama

Syafaruddin Alwi. (2013). Memahami perbankan syariah berkaca pada pasar umar bin khattab. Jakarta: Republika. 136-138.

Syadam, Ghazali. 2006. "Panduan Lengkap Pengantar Bisnis (Introduction To Businis)". Bandung: Alfabeta. h. 155.

Syahputra H, M. M. (2020). "Pengaruh Nilai Taksasi Barang Jaminan Dan Nisbah Bagi Hasil Pembiayaan Mudharabah Terhadap Minat Anggota Di Bmt Ugt Sidogiri Capem Pesanggaran Banyuwangi". I(I), 1–15.

Suryabrata, Sumadi. 1988. Psikologi Kepribadian. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Universitas Islam Malang. (2021, 14 Februari). <http://unisma.ac.id/noor-shodiq-askandar-koperasi-iqtishad-unisma-2/>. Diakses Februari 14, 2021, dari <http://unisma.ac.id/noor-shodiq-askandar-koperasi-iqtishad-unisma-2/>.

Wiyono G. 2011. “Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan Smart PLS 2,0”. Yogyakarta: STIM YKPN

Yunus, Jamal Lulail. 2009. "Manajemen Bank Syariah Mikro". Malang: UINMalang Press.

(Syahputra H, 2020)(Khudori, 2018)(Mawarid, 2014)