



**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH  
DALAM MEMILIH PRODUK HAJI (STUDI KASUS: BANK  
MUAMALAT)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

Dita Wening Rofifah  
NPM. 21801083097



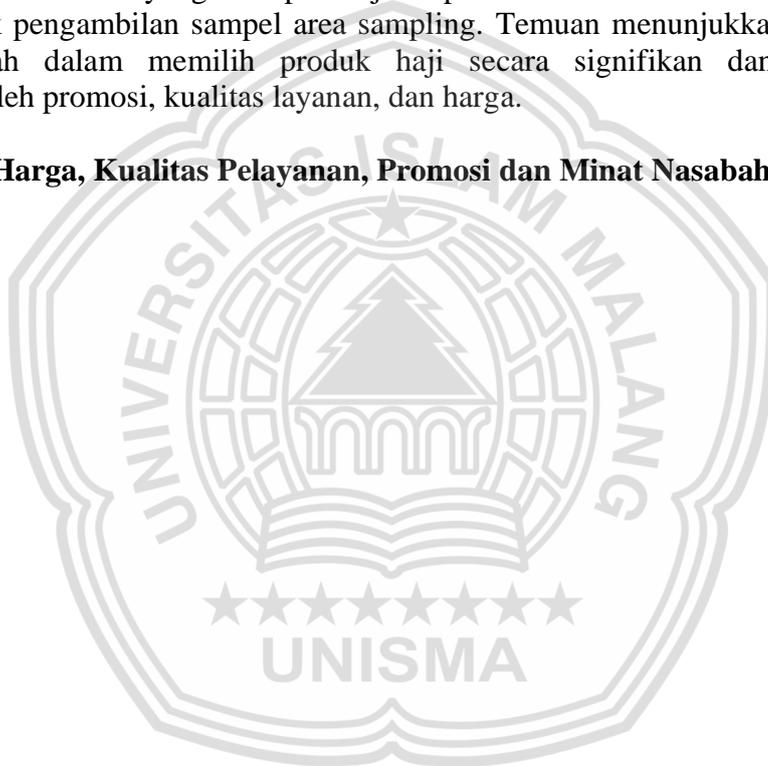
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
MALANG**

**2023**

## ABSTRAK

Pada hakikatnya umat muslim yang telah memenuhi syarat wajibnya beribadah haji, seperti beragama Islam, baligh, berakal, merdeka dan kuasa (mampu) maka wajib melakukan ibadah haji. Hikmah yang akan didapatkan setelah melaksanakan ibadah haji yaitu dapat meningkatkan ketaatan dalam melaksanakan ibadah kepada Allah SWT. Karena jumlah calon jemaah haji di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, maka pemerintah Indonesia mendirikan lembaga keuangan syariah untuk membantu calon jemaah haji dalam menabung di lembaga keuangan syariah tersebut. Penelitian ini bertujuan agar mengetahui minat nasabah atau responden memilih tabungan haji yang berpengaruh terhadap harga, kualitas pelayanan dan promosi. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang merupakan jenis penelitian kuantitatif korelasional dengan teknik pengambilan sampel area sampling. Temuan menunjukkan bahwa minat nasabah dalam memilih produk haji secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh promosi, kualitas layanan, dan harga.

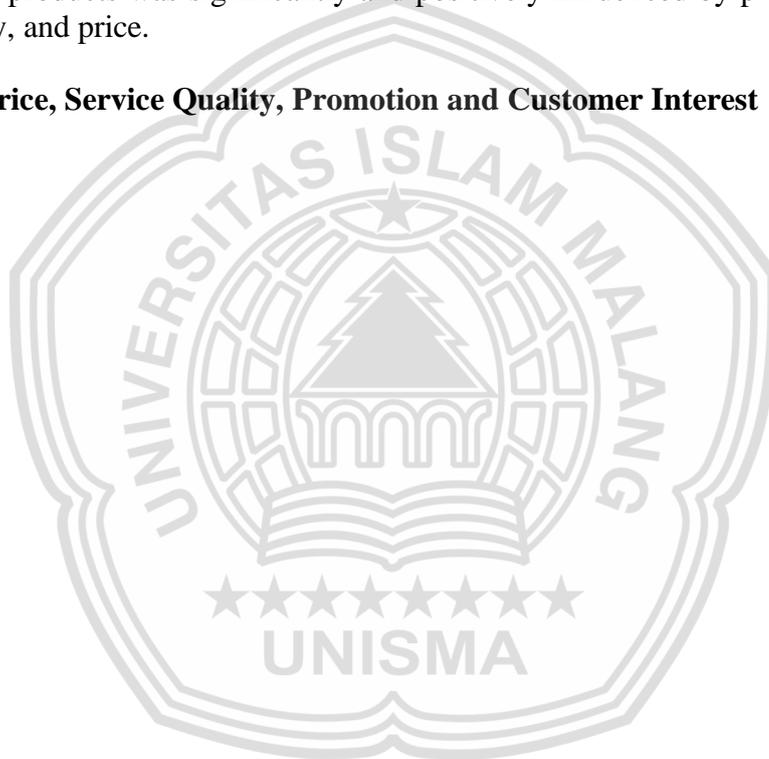
**Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi dan Minat Nasabah..**



## ABSTRACT

Fundamentally, Muslims who have qualified the obligation to worship Hajj, such as Islam, baligh, intelligent, independent and power (capable) then must perform Hajj. The wisdom that will be obtained after performing the Hajj is that it can increase obedience in carrying out worship to Allah SWT. Because the number of potential pilgrims in Indonesia continues to rise annually, the Indonesian government established Islamic financial institutions to assist potential pilgrims in saving at these Islamic financial institutions. This study aims to determine the interest of customers or respondents to choose haj savings which affect price, service quality and promotion. This study used a questionnaire, which is a type of correlational quantitative research, and area sampling techniques as the sample technique. The findings demonstrated that customer interest in selecting Hajj products was significantly and positively influenced by promotion, service quality, and price.

**Keywords: Price, Service Quality, Promotion and Customer Interest**



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya rukun Islam ialah pilar-pilar agama Islam (Joy, 2019:1). Rukun Islam ini diibaratkan fondasi atau penyangga bangunan keislaman seseorang. Rukun Islam terdiri dari mengucapkan dua kalimat syahadat bahwa tiada Tuhan selain Allah dan Nabi Muhammad adalah utusan Allah, mendirikan salat, membayar zakat, menunaikan ibadah puasa di bulan ramadhan, dan haji. Rukun Islam ibadah haji termasuk rukun Islam yang kelima. Menurut bahasa, haji dapat diartikan sebagai menyengaja untuk mengunjungi. Secara umum pengertian haji ialah mengunjungi Ka'bah untuk ber'ibadat kepada Allah dengan rukun-rukun tertentu dan beberapa syarat tertentu serta beberapa kewajibannya dan mengerjakannya pada waktu tertentu (Rifai, 1978:371). Ibadah haji ini bersifat wajib dikerjakan oleh seluruh umat muslim baik laki-laki maupun perempuan yang telah memenuhi syarat wajibnya beribadah haji, antara lain beragama Islam, baligh, berakal, merdeka, kuasa (mampu).

Menurut Rifai (1978:399-400) Hikmah yang kita dapatkan apabila melakukan ibadah haji yaitu, ibadah haji memberikan pelajaran bagi kaum muslimin untuk berkorban dan menyatukan diri dengan umat Islam di seluruh dunia di waktu mereka berkumpul di tanah suci, umat muslim diperintahkan harus berusaha dengan giat untuk mencari agar dapat menyempurnakan rukun agamanya, ibadah haji dapat mengumpulkan umat muslim dalam satu aliran dan pendapat, untuk cita-cita persaudaraan dan menciptakan ukhuwwah

Islamiyyah. Semakin banyaknya minat umat muslim untuk melaksanakan ibadah haji dari tahun ke tahun, pemerintah memberikan bantuan untuk umat muslim yang akan melaksanakan ibadah haji. Bantuan yang diberikan pemerintah kepada calon jamaah haji antara lain transportasi, pelayanan kesehatan, administrasi, dan hal-hal yang akan dibutuhkan oleh calon jamaah haji lainnya nanti. Dengan tujuan agar calon jamaah haji dapat beribadah dengan tenang dan khusyu'. Pemerintah membukakan Lembaga Keuangan Syariah guna membantu calon jamaah haji untuk mendaftarkan dirinya mendapatkan kuota keberangkatan haji. Selain itu calon jamaah haji juga dapat menabung untuk tabungan haji di lembaga keuangan syariah yang ada, baik lembaga keuangan syariah bank maupun lembaga keuangan syariah non bank.

Menurut Soemitra (2009:29) Lembaga Keuangan adalah setiap perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan bidang keuangan, yang kegiatan usahanya dapat berupa menghimpun dana dengan menawarkan berbagai skema, menyalurkan dana dengan berbagai skema atau melakukan kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana sekaligus, di mana kegiatan usaha lembaga keuangan diperuntukkan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa. Sesuai dengan sistem keuangan yang ada, maka dalam operasionalnya lembaga keuangan dapat berbentuk lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah. Yang secara esensialnya mereka berbeda baik dalam tujuan, mekanisme, kekuasaan, ruang lingkup, serta tanggung jawabnya.

Lembaga Keuangan Syariah adalah suatu perusahaan yang usahanya bergerak di bidang jasa keuangan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah yaitu prinsip yang menghilangkan unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, kemudian menggantikannya dengan akad-akad tradisional Islam atau yang lazim disebut dengan prinsip syariah. Tujuan lembaga keuangan syariah adalah membantu mencapai tujuan sosio ekonomi masyarakat Islam. (Mardani,2015:1-2)

Lembaga Keuangan dibagi menjadi 2 bagian, terdapat lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan nonbank. Lembaga Keuangan nonbank ialah badan usaha yang melakukan kegiatan di bidang keuangan yang secara langsung atau tidak langsung menghimpun dana dengan jalan mengeluarkan surat berharga dan menyalurkannya kepada masyarakat guna membiayai investasi perusahaan. Lembaga keuangan nonbank diatur melalui undang-undang yang mengatur masing-masing bidang usaha jasa keuangan nonbank. Regulasi yang digunakan untuk mengatur tentang lembaga keuangan syariah nonbank menggunakan beberapa peraturan yang dikeluarkan oleh Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam dan LK) serta fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN).

Lembaga Keuangan Bank adalah badan usaha yang melakukan kegiatan di bidang keuangan dengan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit pembiayaan. Lembaga Keuangan Bank diatur melalui Undang-Undang No. 7 Tahun 1992, Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, Undang-Undang No. 23 Tahun 1999, dan Undang-Undang No. 3 Tahun 2004. Sedangkan untuk perbankan syariah diatur dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008.

(Mardani,2015:2). Seperti halnya Bank Muamalat merupakan salah satu contoh dari lembaga keuangan bank syariah.

Bank Muamalat merupakan perseroan bank pertama yang ada di Indonesia yang konsepnya menggunakan perbankan secara syariah. Salah satu produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat ialah Tabungan iB Hijrah Haji. Tabungan iB Hijrah Haji merupakan tabungan yang berguna untuk mewujudkan impian atau niat nasabah untuk melakukan ibadah haji. Akad yang digunakan dalam produk ini ialah akad Wadiah (titipan) yang terbebas dari biaya administrasi bulanan. Minat menabung tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat merupakan salah satu faktor masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam untuk menyempurnakan ibadah haji.

Minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, orang, masalah, atau situasi yang mempunyai kaitan dengan dirinya (Khairani,2017:136-137). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih Produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat adalah faktor harga, faktor kualitas pelayanan, dan promosi yang diberikan oleh Bank Muamalat. Harga adalah penentuan nilai uang-barang dan harga barang. Dengan adanya suatu harga, maka masyarakat dapat menjual suatu barang yang mereka miliki dengan harga yang umum dan dapat diterima. Di mana harga merupakan satu-satunya pertimbangan konsumen untuk memilih suatu produk untuk melakukan transaksinya atau tidak (Supriadi,2018:25-26). Penentuan kualitas dapat dilakukan dengan memperhatikan karakteristik produk dan jasa yang meliputi *marketing, engineering, manufacture, dan maintenance*, atau yang disebut dengan konsep *organization wide total quality control* dalam mana

produk dan jasa tersebut dalam pemakaiannya akan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan (Rifa'i,2020:79-80). Menurut Pasolong (2021:106) pelayanan adalah segala sesuatu yang berbentuk kegiatan pelayanan, barang, jasa, dan administrasi dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan.

Menurut Swastha (1991) promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menunjukkan atau menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Alasan peneliti melakukan penelitian pada Bank Muamalat karena peneliti merasa tertarik dengan produk Tabungan iB Hijrah Haji yang ditawarkan oleh Bank Muamalat yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Berdasarkan permasalahan yang ada pada latar belakang di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Haji”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat nasabah dalam memilih Produk Haji?
2. Pengaruh harga terhadap minat nasabah dalam memilih Produk Haji?
3. Bagaimana kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam memilih Produk Haji?
4. Bagaimana promosi terhadap minat nasabah dalam memilih Produk Haji?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1.1.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap minat nasabah dalam memilih produk Haji.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat nasabah dalam memilih Produk Haji.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam memilih Produk Haji.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah dalam memilih produk Haji.

#### 1.1.2 Manfaat Penelitian

##### Manfaat Teoritis

##### a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai bacaan atau tambahan referensi untuk peneliti selanjutnya yang ingin membahas tentang lembaga keuangan bank yang khususnya membahas tentang minat nasabah dalam memilih produk haji di Bank Muamalat.

##### b. Bagi Pengembangan Bidang Ilmu

Dapat digunakan sebagai bahan rujukan dalam penelitian yang terkait dengan analisis faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk haji serta memberikan kontribusi pada ilmu pengetahuan ekonomi khususnya pada Ekonomi Islam dalam bidang Perbankan Syariah.

### **Manfaat Praktis**

a. Bagi Pihak Perbankan

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak manajemen bank yang khususnya untuk menarik minat nasabah dalam memilih produk haji.

b. Untuk Nasabah

Dapat digunakan sebagai informasi untuk nasabah dan calon nasabah mengenai minat nasabah dalam memilih produk haji.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi secara parsial terhadap minat nasabah dalam memilih produk haji dan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap minat nasabah dalam memilih produk haji. Berdasarkan penelitian yang telah diteliti oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan pengujian secara simultan variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan (bersama-sama) bernilai positif yang artinya harga, kualitas pelayanan dan promosi memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk haji di Bank Muamalat.
- b. Pada variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat nasabah dalam memilih produk haji secara parsial memberikan nilai yang positif, yang berarti secara parsial harga, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk haji di Bank Muamalat.

#### 5.2. Keterbatasan Penelitian

- a. Lokasi yang dilakukan penelitian hanya dilakukan pada satu lokasi saja, yaitu Bank Muamalat Kota Batu
- b. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini hanya menggunakan metode angket (kuisisioner) dengan kelemahan sulit mendapatkan tingkat

respon yang baik serta kurangnya ketelitian dalam menjawab pertanyaan yang diberikan.

- c. Pada hasil nilai Adjusted R *square* pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen hanya sebesar 38,1% saja dan sisanya 61,9% dipengaruhi oleh variabel lain. Maka terdapat faktor selain harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat nasabah dalam memilih produk haji.

### 5.3. Saran

- a. Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan lokasi lain selain Bank Muamalat Kota Batu.
- b. Untuk peneliti selanjutnya dalam melakukan metode penelitian dapat ditambah dengan cara wawancara agar data yang didapat lebih akurat serta dapat menggali informasi dengan lebih mendalam dan berkualitas.
- c. Untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor-faktor lain yang dapat dilihat dari 61,9% yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk haji. Seperti produk yang ada dalam penelitian Batubara (2019), sosial dan pengetahuan yang terdapat dalam penelitian Annisa, Sari dan Nurlina (2021).

### Daftar Pustaka

- Adintya, N. (2021). Analisis Faktor Minat Anggota Dalam Memanfaatkan Produk Pembiayaan Murabahah Pada KSPPS BMT PETA Trenggalek Dan KOPSYAH BMT Bekah Trenggalek. 18-20.
- Afrizal , A. H. (2022). menurut azwar 2010 penelitian korelasional bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana variasi pada suatu.
- Agustita, R. M. (2019). Pengaruh Promosi Dan Tingkat Layanan Terhadap Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang Banda Aceh . 59-116.
- Ahmad, B. F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Exterior Store Surabaya. 4-5.
- Amarta, J., & Tamam, D. W. (2019). *Asiknya Belajar Rukun Islam* .
- Ambarwati, R., & Supardi. (2021). *Manajemen Operasional Dan Implementasi Dalam Industri*. Kabupaten Magelang: Pustaka Rumah C1nta.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Kab. Sukabumi: Jejak.
- Annisa , L., Sari , N., & Nurlina, E. (2021). Analisis Faktor Pendorong Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh . *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 132-139.
- Apriliani, N. D., Bachmid, S., & Saifullah , S. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Tabungan iB Baitullah Hasanah Pada Bank BNI Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* , 87-93.
- Arsini, N. W., & Sutriyanti, N. K. (2020). *Internalisasi Nilai Pendiidkan Karakter Hindu Pada Anak Usia Dini* . Denpasar: Yayasan Gandhi puri.
- Batubara, E. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT NASABAH MEMILIH TABUNGAN HAJI (STUDI KASUS PT. BANK MUAMALAT.
- Daring, K. (2016). *KBBI Daring*. Retrieved from <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/Minat>
- Darma , B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliailitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Evriantara, M. A. (2022). Pengaruh Lingkungan Belajar Terhadap Konsentrasi Belajar Mahasiswa Sekolah Tinggi Teologi EFATA. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2.

- Fathudin, Muhajir, & Inayah, A. U. (2021). Faktor Pelayanan, Promosi Dan Reputasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada BRI Syariah KCP Magelang Tahun 2019. *Al-Bayan: Hukum dan Ekonomi Islam* , 37-47.
- Gunawan , C. (2019). *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data Dengan IBM SPSS Statistic 25)*. Sleman : Budi Utama .
- Hanggara , R. B. (2015). Pengaruh Strategi Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konumen . 23.
- Iindra, I. M., & Cahyaningrum , I. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian* . Yogyakarta : Budi Utama .
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan* . Jakarta : Prenadamedia Group.
- Jaya , I. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Teori, Penerapan, dan Riset Nyata* . Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia .
- Jumadi , A., Hudayanur, & Abusaman, A. (2018). *Ibadah Haji Proses Perjalanan, Pelaksanaan dan Keutamaan Tempat & Ritual*. Malang : Media Nusa Creative.
- Komputer, W. (2009). *Solusi Mudah dan cepat menguasai SPSS 17.0 untuk Pengolahan Data Statistik* . Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* . Jakarta : Penada Media Grup .
- Mardani. (2015). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Maryati, K., & Suryawati, J. (2001). *Sosiologi Untuk SMA dan MA Kelas XII* . Erlangga.
- Matondang, Z., & Nasution , H. F. (2021). *Praktik Analisis Data Pengelolaan Ekonometrika Dengan Eviews & SPSS* . Medan : Merdeka Kreasi Group.
- Muamalat, B. (2016). *Tabungan iB Hijrah Haji*. Retrieved Oktober 27, 2022, from Bank Muamalat: <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/tabungan/tabungan-ib-hijrah-haji>
- Nasib, Syaifullah, Martin, & Daulay, Z. R. (2021). *Konsep Kualitas Pelayanan Harga, Dan Citra Kampus Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa*. Surabaya : Global Aksara Pres.
- Nasution, A. L. (2020). FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT CALON JAMAAH HAJI MEMILIH TABUNGAN ARAFAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA TBK KCU PADANGSIDIMPUAN . 39-80.

- Oei, I. (2013). *Riset Sumber Daya Manusia Cara Praktis Mengukur Stres, Kepuasan Kerja, Komitmen, Loyalitas, Motivasi Kerja dan Aspek-Aspek Kerja Karyawan Lainnya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama .
- Pasolong , H. (2021). *Etika Profesi*. Nas Media Pustaka.
- Pradana, D., Syrifah, H., & Rahmawati. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *KINERJA*, 17.
- Prihatiningsih , D. (2022). *Mudahnya Belajar Statistik Deskriptif* . Grobogan : Sarnu Untung .
- Purnomo, A. K. (2019). *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS* . Surabaya: Jakad Publishing .
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Group.
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *PERFORMA:Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* , 164-165.
- Rahman, K. G. (2021). *Good Governance Dan Pengendalian Internal Pada Kinerja Pengelolaan Keuangan Teori Dan Praktek*. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rifa'i, M. (1978). *Ilmu Fiqih Islam Lengkap*. Semarang: CV. TOHA PUTRA.
- Rifa'i, M. (2020). *Manajemen Bisnis*. Medan: CV. Pusdikra Mitra Jaya.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Saleh , M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* . Makassar: Sah Media .
- Santoso, S. (2018). *Mahir Statistik Multivariant dengan SPSS*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Sapri, Mustanir, A., & Darman, H. (2020). *Pelayanan Publik Implementasi dan Akuntansi* . Pasuruan: Penerbit Qiara Media .
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Peumahan Kawanua Emerlad City Manado. *Jurnal EMBA* , 883.
- Setyawan , D. A. (2021). *Hipotesis dan Variabel Penelitian* . Tahta Media .

- Siagian , A. O. (2021). *Lembaga-Lembaga Keuangan dan Perbankan Pengertian, Tujuan, dan Fungsinya*. Kab. Solok: INSAN CENDEKIA MANDIRI.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* . Yogyakarta : Literasi Media Publishing.
- Soemitra, A. (2009). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* . Jakarta: Kencana .
- Sumargo, B. (2020). *Teknik Sampling* . Jakarta Timur: UNJ PRESS.
- Supriadi. (2018). *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam* .
- Surajiyo, Nasruddin, & Paleni, H. (2020). *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori Dan Aplikasi (Menggunakan IBM SPSS 22 For Windows)*. Yogyakarta: Deepublish .
- Trygu. (2021). *Teori Motivasi Abraham H. Maslow dan Hubungannya dengan Minat Belajar Matematika Siswa* . Guepedia.
- Umar , H. (1998). *Riset Sumber Daya Manusia* . Jakarta : Gramedia Pustaka Utama .

