

## Pengaruh Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pembiayaan Mudharabah di BSI Kecamatan Belo Kabupaten Bima

JPS  
2

Nurunnasi'ah<sup>1</sup>, Sabrang Gilang Gemilang<sup>2</sup>, Muhammad  
Helmy Reza<sup>3</sup>, Lalu Ahmad Ramadani

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Islam Negeri Mataram

<sup>1,2</sup> [sabrang@uinmataram.ac.id](mailto:sabrang@uinmataram.ac.id)

<sup>3</sup> [mhelmyreza@uinmataram.ac.id](mailto:mhelmyreza@uinmataram.ac.id)

<sup>4</sup> [laluahmadramadani@uinmataram.ac.id](mailto:laluahmadramadani@uinmataram.ac.id)

### Abstract

*Trust is a person's willingness to rely on another person involved in an exchange because he or she believes in that person. Because trust is very important in the banking industry, customer trust in banks is an important component that influences customer loyalty. Although the majority of the people of Renda Village, Belo District, Bima Regency are Muslim, many people are less aware of Islamic Banking products, which causes them to have less trust in Islamic Bank services and products. In addition, the knowledge and understanding of the community indirectly affect their perspective on the perception of Islamic banking. This study uses a quantitative method, with a research population of 7000 and a sample of 100 respondents. In this study, statistical analysis was carried out using SPSS. The data analysis techniques used were validity and reliability tests, classical assumption tests, and simple linear regression tests. The results of this study indicate that there is a positive and significant influence of the level of public trust on mudharabah financing with a value of the T-test of the trust level variable of 5.702 with a significance of  $0.000 < 0.05$ . Variable X1 has a t-test of 5.702 with t-table = 1.985.*

**Keywords:** Trust Level, Mudharabah Financing

✉ Email korespondensi: [sabrang@uinmataram.ac.id](mailto:sabrang@uinmataram.ac.id)

**Pedoman Sitasi:** Nurunnasi'ah, Sabrang Gilang Gemilang, Muhammad Helmy Reza, Lalu Ahmad Ramadani (2025). Pengaruh Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pembiayaan Mudharabah di BSI Kecamatan Belo Kabupaten Bima. *Jurnal Perbankan Syariah*.4(1), 163- 171

### Publisher:

Jurnal Perbankan Syariah  
Gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. LT, 2  
Jl. Gajah Mada Pagesangan No.100, Jempong Baru, Kec. Sekarbela, Kota  
Mataram, Nusa Tenggara Bar. 83116 - Indonesia



*Jurnal Perbankan Syariah*,  
Vol 4, No 1, Mei 2025,  
pp. 163- 171  
eISSN: 2962-2425

## PENDAHULUAN

Bank syariah mempunyai produk atau jasa yang tidak ditemukan dalam operasi bank konvensional. Prinsip-prinsip seperti musyarakah, mudharabah, murabahah, ijarah, istishna dan sebagainya tidak memuat adanya prinsip-prinsip bunga seperti yang dikembangkan oleh bank konvensional. Pandangan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah di antaranya dapat mewakili dengan pandangan masyarakat secara umum terhadap perbankan syariah. Kesan umum yang ditangkap oleh masyarakat tentang perbankan syariah yaitu (1) perbankan syariah tidak ada bunga (2) perbankan syariah identik dengan bank sistem bagi hasil. Namun demikian, ternyata persepsi dan sikap masyarakat terhadap bunga bank dan sistem bagi hasil sangat beragam. Sebagian masyarakat tetap menerima bunga, sebagiannya lagi menerima sistem bagi hasil. Sikap yang mencampur adukkan berbagai paradigma ini, memberi nuansa yang cukup menarik sebagai gambaran tentang sikap, pengetahuan, persepsi serta perilaku masyarakat dalam menyikapi kebijakan dual banking system tersebut. Perbankan syariah mengharamkan sistem bunga dan menghalalkan bagi hasil. Akibatnya adanya perbedaan antara investasi dan pembuangan uang. Investasi merupakan usaha yang dilakukan mengandung resiko dan mengandung unsur ketidakpastian. Sebaliknya, pembuangan uang adalah aktifitas yang tidak memiliki resiko karena adanya persentase suku bunga tertentu yang diterapkan berdasarkan besarnya modal.

Bank syariah akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepercayaan bagi nasabah. Terciptanya kepercayaan nasabah dapat memberikan manfaat, di antaranya memberikan kesan yang baik bagi nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari nasabah satu ke nasabah lain yang dapat menguntungkan perusahaan dan terciptanya loyalitas nasabah.

Kepercayaan merupakan kesediaan seseorang untuk bergantung pada orang lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia percaya pada orang tersebut. Karena kepercayaan sangat penting dalam industri perbankan, kepercayaan nasabah terhadap bank merupakan komponen penting yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Melalui kepercayaan nasabah yang tinggi terhadap bank maka bank dapat menghimpun dana sebanyak mungkin dari nasabah dan nasabah akan selalu memiliki sifat yang loyal terhadap bank tersebut.

Dalam memilih suatu produk, pelanggan tentu tidak bertindak semata-mata karena kebutuhan. Faktor pribadi, psikologis dan sosial juga diperhitungkan ketika memilih produk tertentu untuk konsumen. Faktor pribadi umumnya mencakup karakteristik pribadi seperti usia dan tahap kehidupan konsumen, pekerjaan, situasi ekonomi, dan status sosial. Faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen umumnya adalah pengetahuan (*learning*), serta keyakinan dan sikap. Faktor terakhir adalah faktor sosial seperti perilaku kelompok sasaran, keluarga, peran konsumen dan status sosial. Dari faktor tersebut munculah yang dinamakan perilaku konsumen.

Masyarakat Desa Renda Kecamatan Belo Kabupaten Bima meskipun mayoritasnya beragama Islam tetapi banyak orang yang tidak tahu tentang pentingnya menabung dan bertransaksi di bank syariah. Akibatnya, mereka yang menjadi nasabah memilih meminjam dan menabung di Bank Konvensional untuk modal jualan, berkebun, dan bisnis lainnya. Masyarakat Desa Renda di Kecamatan Belo Kabupaten Bima kurang memahami sistem bagi hasil sehingga perlu dilakukan penelitian ulang. Meskipun demikian, bank syariah menjalankan transaksi mereka sesuai dengan konsep dan akad yang sesuai dengan syariat Islam dan tidak menggunakan riba.

Banyak masyarakat Desa Renda yang mengetahui namanya bank syariah, namun

Nurunnasi'ah, Sabrang Gilang Gemilang, Muhammad Helmy Reza, Lalu Ahmad Ramadani (2025). Pengaruh Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pembiayaan Mudharabah di BSI Kecamatan Belo Kabupaten Bima.

pengetahuan mereka tentang produk di bank syariah sangat terbatas, hal ini tentunya menyebabkan kurangnya tingkat kepercayaan masyarakat untuk memanfaatkan layanan dan produk Bank Syariah. Pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah juga mempengaruhi pandangan mereka terhadap persepsi tentang perbankan syariah secara tidak langsung, cara masyarakat memandang perbankan syariah bergantung pada apa yang mereka ketahui. Jika informasinya kurang, maka kemauan dan tingkat kepercayaan untuk menggunakan produk Bank Syariah pasti akan cenderung berkurang. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui apakah tingkat kepercayaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pembiayaan mudharabah perbankan syariah di Bank Syariah Indonesia Kecamatan Belo Kabupaten Bima Provinsi Nusa Tenggara Barat.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Kepercayaan**

Kepercayaan adalah suatu penilaian hubungan dengan orang lain yang melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. Buttler Jr. menjelaskan bahwa ada beberapa faktor kondisi yang dapat menyebabkan kepercayaan itu timbul diantaranya, keleluasaan, ketersediaan, kompetensi, konsistensi, pelaku adil, integritas, loyalitas, keterbukaan, kepercayaan secara keseluruhan, janji akan pemenuhan kebutuhan, dan penerimaan. Menurut Héliot et al., Kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain.

Mowen dan Minor menyatakan bahwa kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Menurut Mayer et al, kepercayaan konsumen dapat dipahami sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan Tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercayai. Dengan demikian kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya.

Kepercayaan nasabah adalah sejumlah keyakinan spesifik terhadap kejujuran pihak yang dipercaya dan kemampuan menepati janji (*integrity*), perhatian dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mempercayai mereka (*benevolence*), kemampuan pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai (*competency*) dan konsistensi perilaku pihak yang dipercaya (*predictability*). Kepercayaan akan meningkat bila informasi yang diterima dinilai akurat, relevan, dan lengkap, Tingkat kepercayaan juga dipengaruhi oleh pengalaman di masa lalu, pengalaman positif yang konsisten di masa lalu dengan suatu pihak akan meningkatkan rasa saling percaya sehingga akan menumbuhkan harapan akan hubungan yang baik di masa yang akan datang, Menurut Soetomo ada lima tindakan yang menunjukkan suatu kepercayaan: (1) menjaga hubungan, (2) menerima pengaruh, (3) terbuka dalam komunikasi, (4) mengurangi pengawasan, dan (5) kesabaran akan faham. Dwyer dan Oh dalam Gassenheimer dan Chris Manolis menyatakan bahwa mempercayai adalah keinginan untuk mencapai tujuan yang berlangsung dalam jangka panjang. Kegagalan terbesar dalam membina hubungan antara penjual dan konsumen adalah kurangnya kepercayaan, kepercayaan sendiri di bagi pada dua bahasan :

- 1) *Trust in partner's honesty* (Kepercayaan terhadap kejujuran mitra/perusahaan).
- 2) *Trust in partner's benevolence* (Kepercayaan terhadap niat baik perusahaan).

### Karakteristik Kepercayaan

Kepercayaan ada atas sejumlah karakteristik. Beberapa karakteristik yang membentuk kepercayaan pelanggan adalah:

- 1) Menjaga Hubungan, Nasabah yang percaya akan selalu mempertahankan hubungan yang baik dengan perusahaan karena mereka tahu bahwa hubungan yang baik akan bermanfaat bagi mereka baik sekarang maupun di masa depan.
- 2) Menerima Pengaruh, Nasabah yang kepercayaannya tinggi akan mudah dipengaruhi, sehingga biaya program pemasaran perusahaan dan pemasar menjadi lebih rendah.
- 3) Terbuka dalam Komunikasi, Nasabah yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap perusahaan akan memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan sehingga aliran informasi tidak terganggu, memungkinkan perusahaan dan pemasar untuk bertindak cepat.
- 4) Mengurangi Pengawasan, Nasabah yang percaya biasanya jarang mengkritik, yang berarti dia mengurangi fungsi pengawasannya terhadap perusahaan / pemasar.
- 5) Kesabaran, nasabah yang percaya akan memiliki tingkat kesabaran yang lebih tinggi daripada nasabah biasa.
- 6) Memberikan Pembelaan, nasabah yang percaya akan membela perusahaan atau pemasar jika produk mereka dikritik oleh pesaing atau orang lain yang tidak suka.
- 7) Memberikan Informasi yang Positif, nasabah yang percaya akan selalu memberikan informasi yang positif dan membangun bagi perusahaan.
- 8) Menerima Risiko, nasabah percaya bahwa mereka akan menerima risiko apapun ketika mereka memilih untuk menggunakan produk yang dibuat oleh perusahaan, sehingga tidak akan mudah dan mengalami kritik saat menggunakan produk tersebut.
- 9) Kenyamanan: Nasabah percaya bahwa perusahaan membuat mereka membeli produk berulang kali karena mereka merasa nyaman saat menggunakannya.
- 10) Kepuasan, Nasabah yang percaya akan lebih mudah puas daripada nasabah yang tidak percaya. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih mudah mencapai kepuasan pelanggan.

### Hipotesis

Berdasarkan referensi yang ada, berikut adalah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini:

**H<sub>0</sub>**: Tidak terdapat pengaruh kepercayaan terhadap pembiayaan mudharabah perbankan syariah di Bank Syariah Indonesia Desa Renda Kecamatan Belo Kabupaten Bima.

**H<sub>a</sub>**: Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap pembiayaan mudharabah perbankan syariah di Bank Syariah Indonesia Desa Renda Kecamatan Belo Kabupaten Bima.



Gambar 1. Model Penelitian

**METODE PENELITIAN**

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yaitu data dalam bentuk jumlah untuk menjelaskan satu-satu kejelasan angka atau perbandingan dari beberapa gambaran untuk mendapatkan gambaran yang kemudian dijelaskan kembali dalam bentuk kalimat atau uraian. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat atau nasabah Bank Syariah Indonesia di Desa Renda Kec. Belo Kab. Bima. Dengan total penduduk 7000 jiwa. Penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. Menurut Sugiyono dalam Felia Glory Muaja et al dalam penelitian Felia Glory Muaja et al, *simple random sampling* merupakan teknik pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.<sup>34</sup> Pada penelitian ini besaran sampel ditentukan melalui Rumus Slovin.

$$n = N / 1 + N (e^2)$$

Dimana:

n = Ukuran sampel N = Popuasi

e = Error Level (Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel)

Dalam penelitian ini jumlah populasi yaitu sebanyak 7.000 dengan batas error yang digunakan adalah 10%, maka

$$n = N / 1 + N (e^2)$$

$$n = 7.000 / 1 + 7.000 (0.12)$$

$$n = 7.000 / 1 + 1.333 (0,01)$$

$$n = 7.000 / 71$$

$$n = 98 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Dari hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 sampel masyarakat atau nasabah Bank Syariah Indonesia di Desa Renda Kec. Belo Kab. Bima.

**Tabel 1. Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
1	Kepercayaan (X)	Kepercayaan nasabah adalah pengetahuan nasabah mengenai objek, atributnya, dan manfaatnya	Indikator dari kepercayaan ini adalah : a) Kepuasan, b) Promosi, c) Religiusitas, dan d) Persepsi
2	Pembiayaan Mudharabah (Y)	Pembiayaan mudharabah adalah jenis kerja sama bisnis antara shahibul maal (pemilik modal) dan mudharib (pengelola). Dalam akad mudharabah, shahibul maal mempercayakan modalnya kepada mudharib untuk membagi keuntungan	Menurut Kasmir indikator dari pembiayaan yaitu : a) Kepercayaan b) Kesepakatan c) Jangka Waktu d) Resiko e) Balas Jasa

Sumber: Data diolah

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian yang dilakukan untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini adalah dengan uji regresi linier sederhana. Berikut disajikan data hasil pengujian yang telah dilakukan

**Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	18.73	4.327		4.330	0.000
	TINGKAT KEPERCAYAAN	0.503	0.088	0.499	5.702	0.000

a. Dependent Variable: PEMBIAYAAN MUDHARABAH

Sumber: Data diolah

**Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis**

Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
Model		B	Std. Error			
1	(Constant)	18.735	4.327		4.330	0.000
	TINGKAT KEPERCAYAAN	0.503	0.088	0.499	5.702	0.000

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 3, t hitung variabel tingkat kepercayaan sebesar 5,702 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Variabel X mempunyai t hitung sebesar 5,702 dengan  $t_{tabel} = 1,985$ . Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X (tingkat kepercayaan) mempunyai pengaruh terhadap Y (pembiayaan mudharabah). Nilai t yang besar menunjukkan bahwa variabel X mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat kepercayaan secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap pembiayaan mudharabah. Nilai sig.  $0,000 < 0,05$ ,  $H_a$  diterima, tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap pembiayaan mudharabah perbankan syariah di Desa Renda Kec. Belo Kab. Bima.

Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa variabel tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap pembiayaan mudharabah. Ini ditunjukkan oleh hasil uji hipotesis dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Kesimpulan dari data ini adalah tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pembiayaan mudharabah cukup tinggi, sehingga berdampak pada keinginan masyarakat untuk menggunakan pembiayaan mudharabah di Bank Syariah Indonesia.

Nurunnasi'ah, Sabrang Gilang Gemilang, Muhammad Helmy Reza, Lalu Ahmad Ramadani (2025). Pengaruh Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pembiayaan Mudharabah di BSI Kecamatan Belo Kabupaten Bima.

Perkembangan tingkat kepercayaan masyarakat tersebut disebabkan beberapa faktor salah satunya karena pembiayaan mudharabah memberikan keuntungan di kalangan masyarakat. Keuntungan yang terletak pada pembiayaan ini didapat dari prinsipnya yang melalui pembagian hasil bukan bunga yang menyebabkan resiko riba ditiadakan. Prinsip bagi hasil merupakan pembagian keuntungan yang akan dihasilkan akan dibagi diantara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad. Selain itu, keuntungan dari nisbah bagi hasil pada pembiayaan mudharabah ditentukan juga jika usaha tersebut merugi akibat resiko bisnis, bukan akibat kelalaian mudarib, maka pembagian kerugiannya berdasarkan porsi modal yang disetor oleh masing-masing pihak. Karena seluruh modal yang ditanam dalam usaha *mudharib* milik *sahib al-mal*, maka kerugiannya dari usaha tersebut ditanggung sepenuhnya oleh *sahib al-mal*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu et al., yang menyatakan bahwa pembiayaan mudharabah berpegaruh secara positif karena nilai nominal pembiayaan yang disalurkan oleh Bank Umum Syariah mengalami peningkatan yang signifikan. Nasabah memperoleh dana secara penuh dari bank untuk membentuk sebuah usaha, apabila mengalami kerugian, maka kerugian akan ditanggung bersama, dan apabila usaha nasabah mendapatkan keuntungan maka keuntungan akan dibagi sesuai perjanjian awal, biasanya persentase pembagian adalah 60% untuk bank dan 40% untuk pengelola atau sebaliknya. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Murni Nia et al., yang menyatakan bahwa Hasil uji F diperoleh nilai signifikansi hitung sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah secara bersama- sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan modal usaha perbankan berbasis syariah. Menurut penelitian lain juga yang dilakukan oleh Vira Elliya menyatakan bahwa Hasil penelitian menunjukkan mayoritas karyawan MTsN 4 Banda Aceh merasa yakin dan percaya dengan sistem dan kegiatan operasional yang ada di Bank Aceh yang dibuktikan dengan hasil jawaban responden pada indikator pernyataan. Dari perhitungan SPSS yang di dapat, rata- rata/meanscore/jawaban responden adalah 4,07 (dibulatkan menjadi 4) bermakna setuju dan percaya terhadap pembiayaan murabahah pada Bank Aceh.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian regresi dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap pembiayaan mudharabah, hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan data tersebut tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pembiayaan mudharabah cukup tinggi sehingga mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan pembiayaan mudharabah di Bank Syariah Indonesia. Meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap pembiayaan mudharabah juga disebabkan karena prinsip bagi hasil yang terlepas dari riba dan jika usaha tersebut merugi akibat resiko bisnis, bukan akibat kelalaian mudarib, maka pembagian kerugiannya berdasarkan porsi modal yang disetor oleh masing-masing pihak atau *sahib al-mal*.

## REFERENSI

- Ade Heryana, "Hipotesis penelitian", *Method*, June 2020. Hlm. 1.
- Amirul Khusnah dengan judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Ogan Lima Kec. Abung Barat, Kab. Lampung Utara)", (*Skripsi*, FEBI UIN Raden Intan, Lampung 2022).

- Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), hlm. 34.
- David Novaldi et al., "Analisis Kondisi Tingkat Kepercayaan Masyarakat Akibat Merger Bank Syariah Indonesia", *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol 6 Nomor 3, 2021, hlm. 759.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah : QS Al-Maa-idah (2)*.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah : QS An-Nissa (160-161)*. Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 121-129.
- Eko Suryaningsih & Novie Jayanti dengan judul "Analisis Minat Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Kelurahan Kuang Kabupaten Sumbawa Barat", *JEBI Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 05 Nomor 02, 2020.
- Endah Nur Rahmawati, dkk, "Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan pada Bank Syariah", *Anil Islam*, Vol. 10, Nomor 1, Juni 2017, hlm. 3.
- Endang Tri Wahyuni, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah", *Jurnal Perbankan*, (Yogyakarta: Universitas PGRI Yogyakarta), hlm. 684-685
- Felia Glory Muaja et al, "Pengaruh *Organizational Citizenship Behavior (Ocb)*, *Job Satisfaction*, Dan *Affective Commitment* Terhadap *Turnover Intention* Karyawan PT. Suzuki Finance Manado", *Jurnal EMBA*, Vol. 9 Nomor 1, Januari 2021, hlm. 718.
- Gemala Dewi, *Aspek-Aspek Hukum Perbankan & Perasuransian Syariah di Indonesia*, (P.T Perdana Media Grup: Jakarta, 2005), hlm. 37.
- Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung, Pustaka Setia, 2013), hlm. 69.
- Husnul Khatimah dan Restu Wibawa, "Efektivitas Model Pembelajaran Cooperative Integrated Reading And Composition Terhadap Hasil Belajar", *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol. 2, Nomor 2, Oktober 2017 hlm. 78-80.
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 106.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), hlm. 84, 92. Legi Piani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Desa Beriang Tinggi Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah (Kecamatan Tanjung Kemuning Kabupaten Kaur)", (*Skripsi*, FEBI UIN FATMAWATI, BENGKULU, 2022), hlm. 77.
- Livia Mananda, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang", *jurnal Matematika UNAND*, Vol VIII Nomor 1, hlm. 183.
- Muhammad Rijalus Sholihin "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan Syariah", *ECOBUSS Jurnal ilmiah ilmu ekonomi dan bisnis*, Vol. 8 Nomor 2, Maret 2020.
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah Revisi Pertama*, (Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2022), hlm. 13.
- Muhammad, *Manajemen Syariah*, Edisi Revisi, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), hlm. 1.
- Murni Nia et al., "Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pengambilan Modal Usaha Perbankan Berbasis Syariah", *Jurnal online program studi pendudukan ekonomi*, Vol. 8 Nomor 3, Agustus 2023, hlm. 522
- Nurul Fitria Handoko, "Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Komitmen dan dampaknya Pada Loyalitas Nasabah Produk Tabungan Bank BNI di Surabaya", dalam <http://eprints.perbanas.ac.id/1278/4/BAB%20II.pdf>, diakses pada tanggal 10 Juli 2024, pukul 15.30.

- Nurunnasi'ah, Sabrang Gilang Gemilang, Muhammad Helmy Reza, Lalu Ahmad Ramadani (2025). Pengaruh Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pembiayaan Mudharabah di BSI Kecamatan Belo Kabupaten Bima.
- Produk Perbankan Syariah", (*Skripsi*, FEBI IAIN Ponorogo, Ponorogo, 2019), hlm. 6.
- Putri Pratama, Elva Dona, "Peranan dan Pelaksanaan Customer Service Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Cempaka Mitra Nagari Padang", hlm. 1.
- Q.S. An-Nahl: 91.
- Resti Fadhilah Nurrohmah & Radia Purbayati "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah", *Jurnal maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 2020.
- Ridwan, Kualitas Pelayanan Dalam Islam, <https://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam> , diakses 10 Juli 2024, pukul 16.05.
- Riko Al Hakim, "Validitas Dan Reabilitas Angket Motivasi Berprestasi" *Jurnal Fokus*, Vol. 4, Nomor 4, Juli 2021 hlm. 2-3.
- Soetomo, *Ilmu Sosiatri: Lahir dan Berkembang dalam Keluarga Besar Ilmu Sosial, Sosiatri, Ilmu, dan Metode*, (Yogyakarta: Aditya Media, 2002), hlm. 45.
- Subana dan Moersetyo Rahadi, *Statistik Pendidikan* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2005), hlm. 25-26.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 142.
- Suharsismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), hlm. 203.
- Syamsurizal et al., "Analisis Minat Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah", *Hikmah*, Vol 19, Nomor 2, Juli-Desember 2022, hlm, 131.
- Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: 2017), hlm. 103
- Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 80.
- Tri Marta Ziyam Labela, "Analisis Minat Masyarakat Desa Sampung dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah", disertasi IAIN Ponorogo, 2019.
- Yeti Dwi Lestari "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Desa Tarokan Kabupaten Kediri)", *Jurnal Ilmiah*, FEBI Universitas Brawijaya, Malang 2021.

### **Profil Penulis**

Nurunnasi'ah adalah mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram angkatan tahun 2020. Penulis dapat dihubungi di e-mail: [200502009.mhs@uinmataram.ac.id](mailto:200502009.mhs@uinmataram.ac.id)

Sabrang Gilang Gemilang, M.Acc. adalah dosen tetap Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram. Kebidangan Akuntansi dan Keuangan. Lulusan Program Magister Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada. Penulis dapat dihubungi di e-mail: [sabrang@uinmataram.ac.id](mailto:sabrang@uinmataram.ac.id)

Muhammad Helmy Reza, M.M. adalah dosen tetap Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram. Kebidangan Manajemen Keuangan dan Manajemen Pemasaran. Lulusan Program Magister Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Penulis dapat dihubungi di e-mail: [mhelmyreza@uinmataram.ac.id](mailto:mhelmyreza@uinmataram.ac.id)

Lalu Ahmad Ramadani, M.E adalah dosen tetap Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram. Kebidangan keuangan dan perbankan syariah. Lulusan Program Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulis dapat dihubungi di e-mail: [laluahmadramadani@uinmataram.ac.id](mailto:laluahmadramadani@uinmataram.ac.id)