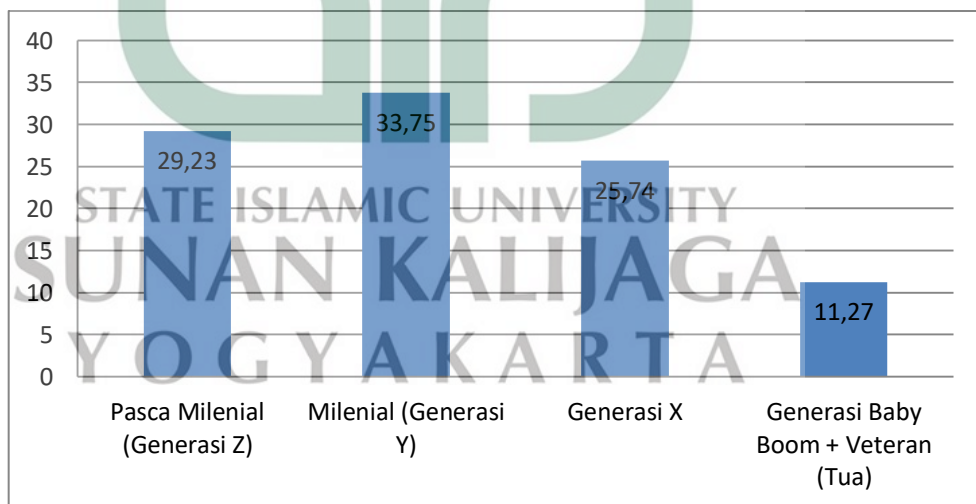


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini Indonesia mengalami fenomena baru yang biasa disebut dengan bonus demografi. Menurut BPS, usia produktif penduduk Indonesia jumlahnya lebih dari dua pertiga dari total penduduk. Terjadinya peningkatan penduduk ini tidak terlepas dari keberadaan generasi milenial. Generasi milenial memberikan sumbangan populasi pada jumlah penduduk Indonesia. Menurut Lyons (2004), generasi milenial adalah generasi yang tumbuh pada era *internet booming*. Peningkatan tersebut akan berakhir pada tahun 2036-2037 (Kementerian Pemberdayaan dan Perlindungan Anak, 2018, p. 3).



Sumber : Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas, BPS 2017)

Gambar 1.1

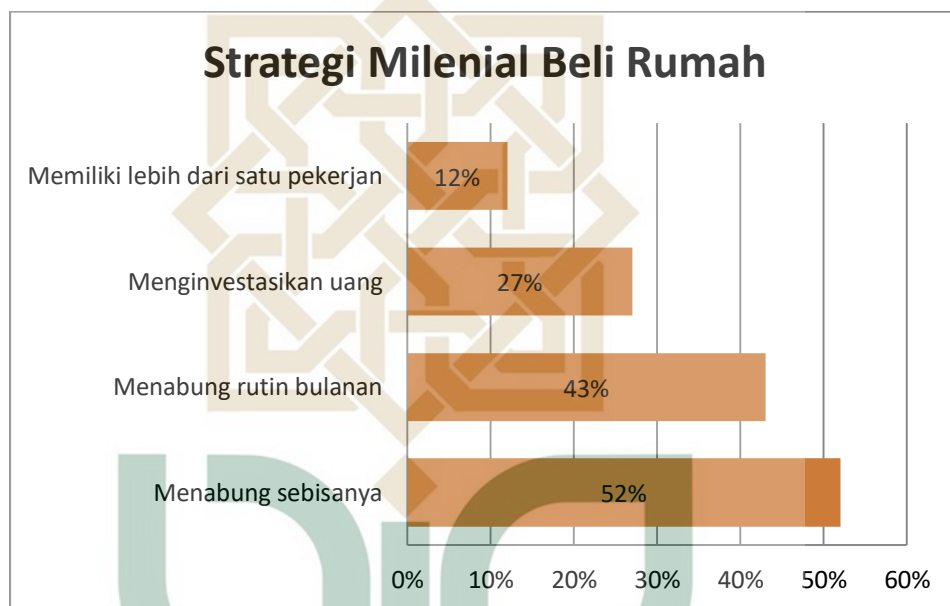
Komposisi Penduduk Menurut Generasi (Persen) 2017

Berdasarkan data Survei Sosial Ekonomi Nasional dan BPS menyatakan bahwa jumlah generasi milenial pada tahun 2017 sebesar 33,75%. Banyaknya usia produktif berbanding lurus dengan peningkatan jumlah angkatan kerja. Selain itu, peningkatan usia produktif akan mempengaruhi angka ketergantungan terhadap usia non-produktif. Angka ketergantungan akan semakin menurun apabila usia produktif memiliki jumlah yang lebih banyak dibanding usia non produktif (Kementerian Pemberdayaan dan Perlindungan Anak, 2018, p. 7).

Kebutuhan menjadi suatu hal pokok yang harus dipenuhi untuk kelangsungan hidup. Rumah adalah kebutuhan primer yang penting untuk dipenuhi oleh generasi milenial. Hasil penelitian dari IDN *Research Institute* dan dirilis dalam Indonesia *Millennial Report* 2019 menjelaskan bahwa ada 35,1% milenial Indonesia yang telah mempunyai rumah sendiri. Sementara milenial yang lain masih berangan-angan untuk mempunyai rumah sendiri.

Kebutuhan yang semakin beragam dan harga properti yang semakin tinggi dapat mempengaruhi kemampuan milenial untuk membeli rumah. Hasil penelitian dari Sarana Multigriya Finansial menemukan bahwa generasi muda di kota besar mempunyai kendala sehingga mengalami kesulitan untuk mempunyai rumah sendiri. Hasil riset menunjukkan bahwa keluarga muda di 17 Kabupaten kota melakukan belanja dengan persentase lebih dari 50% berupa konsumsi. Namun alokasi konsumsi tersebut tidak untuk keperluan memiliki rumah sendiri.

Kehidupan sosial milenial dipengaruhi oleh tekanan sosial yang menuntutnya untuk selalu *up-to-date*. Namun *mindset* yang terbentuk pada milenial hanya terfokus pada masa sekarang bukan masa depan. Itulah yang menyebabkan milenial lebih memilih menghabiskan uang mereka dibandingkan untuk berinvestasi.



Sumber : rumah.com

Gambar 1. 2

Strategi Milenial Beli Rumah

Survei dari Property Affordability Index 2019 menyebutkan strategi yang dilakukan oleh milenial dalam membeli rumah salah satunya dengan menabung. Berdasarkan data yang diolah menunjukkan bahwa milenial Indonesia cenderung menabung sebisanya untuk membeli suatu rumah dengan persentase sebanyak 52%. Padahal hal yang dilakukan kurang efektif dalam mewujudkan pembelian rumah. Mereka tidak dapat

mengalokasikan uangnya secara konsisten dalam menabung untuk membeli rumah. Akibatnya keinginan mereka akan sulit untuk terwujud.

Disamping itu, pertumbuhan *property* di Indonesia terlihat bagus. Menurut data dari *House Price Index* keluaran Knight Frank menyatakan bahwa properti tumbuh sebesar 2,6% pada kuartal 1 tahun 2017. Pada tahun berikutnya yaitu tahun 2018 kuartal 3 properti di Indonesia mengalami peningkatan 3,2%. Sementara itu pada kuartal 1 tahun 2019, properti di Indonesia tumbuh sebesar 2%. Dari data diatas dapat dilihat bahwa bisnis properti di Indonesia masih cenderung fluktuatif.

Dalam hal ini, BNI Syariah mampu menangkap peluang yang ada mengenai jumlah milenial yang banyak dan properti yang bagus. BNI Syariah mengeluarkan suatu produk pembiayaan rumah berbasis syariah untuk milenial yaitu Pembiayaan Griya IB Hasanah. Sebenarnya produk ini merupakan produk umum dari BNI Syariah. Namun saat ini BNI Syariah lebih menargetkan produk pembiayaan Griya IB Hasanah untuk generasi milenial. Menurut berita yang termuat dalam website BNI Syariah pada tanggal 15 April 2019 menjelaskan bahwa generasi milenial akan hebat jika mempunyai rumah sendiri. Bank BNI Syariah menyatakan ada 70% generasi milenial yang belum mempunyai rumah sendiri.¹

BNI Syariah mempunyai program yang disebut 4B yaitu bebas provisi, bebas administrasi, bebas pinalti dan bebas taksasi. Program 4B menjadi kelebihan dari produk Griya IB Hasanah. Hal ini untuk

¹ <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/beranda/berita/siaranpers/ArticleID/1696>. Diakses pada hari Selasa, 26 November 2019 pukul 11.25 WIB.

mendorong generasi milenial supaya tidak takut untuk membeli rumah. Program yang diberikan oleh Bank BNI Syariah mendukung pemerintah dalam mengoptimalkan sinergi BUMN untuk perumahan rakyat salah satunya dengan program perumahan DP 0%. BNI Syariah bekerjasama dengan Brantas Abipraya Properti dalam hal pembangunan rumah. Dalam acara BUMN Properti Expo 2019, BNI Syariah melakukan akad kolektif dengan Abipraya Properti. BNI Syariah mencatat total plafon sebesar Rp 2,1 miliar dari 5 nasabah pertama. Hingga akhir tahun dari kerjasama BNI Syariah dengan Abipraya Properti ditargetkan bisa mencatat total pembiayaan Rp 10 miliar sampai Rp 15 miliar dari total 220 unit rumah yang tersedia untuk dijual.

Pada tanggal 25 Juli 2019 BNI Syariah mengeluarkan siaran pers dalam websitenya. BNI Syariah meraih *Best Digital Popular Brand KPR* Syariah. Masyarakat banyak melakukan pencarian KPR Syariah melalui sosial media dan *website*. Penilaian berdasarkan beberapa aspek diantaranya pemberitaan positif dan obrolan di media cetak, *online* dan sosial media (*facebook, twitter, instagram* dan *website based: speed loading & traffic website*). Sementara itu, sosial media yang diukur antara lain *facebook, instagram* dan *youtube*. Adapun pengukurannya melalui aktivitas sosial media *engagement*, total fans, *followers*, total viewers, *like*

dan *subscriber* di *youtube*. Mereka menggunakan *keyword* KPR Bank Syariah dan KPR BNI Syariah.²

Pembiayaan Griya IB Hasanah mengalami peningkatan. Pada bulan Juni 2019 *outstanding* pembiayaan tersebut mencapai Rp 12,43 triliun. Pembiayaan ini mengalami pertumbuhan sebesar 12,78% *year on year* dari periode sebelumnya. Persebaran peminat Griya IB Hasanah tertinggi ada di wilayah Jabodetabek, Surabaya, Bandung, Makassar dan Malang. Harga yang mereka sukai berkisar Rp 300 - Rp 500 Juta. Sementara itu, produk Griya IB Hasanah semakin diminati oleh masyarakat terutama generasi milenial. Hal ini terlihat dari banyaknya akses informasi produk berdasarkan *review* di sosial media. Mereka mengulas mengenai kelebihan dari Griya IB Hasanah misalnya bebas biaya provisi, pembiayaan hingga Rp 25 Miliar, jangka waktu pembiayaan sampai 20 tahun bagi *fixed income* dan BNI Syariah telah bekerja sama dengan *developer-developer* yang terpercaya.³

Generasi milenial yang berkeinginan memiliki rumah sendiri melalui pembiayaan syariah menjadi objek penelitian yang menarik. Hal ini dapat dilihat dari sudut pandang keperilakuan milenial. Menurut Ajzen dalam melihat perilaku individu dapat dilihat dari tiga hal yaitu sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan.

² <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/beranda/berita/siaranpers/ArticleID/1852>. Diakses pada hari Jumat, 20 Desember 2019 pukul 14:54 WIB.

³ <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/beranda/berita/siaranpers/ArticleID/1852>. Diakses pada hari Jumat, 20 Desember 2019 pukul 14:57 WIB.

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa sikap adalah faktor pertama yang dapat mempengaruhi niat seseorang. Sikap dikatakan sebagai bentuk evaluasi dari perasaan yang positif dan negatif dalam membentuk perilaku seseorang. Menurut penelitian dari Alam, *et al* (2012) dan Wahyuni, *et al* (2017) menunjukkan variabel sikap berpengaruh positif terhadap niat membeli rumah menggunakan pembiayaan berbasis syariah. Sikap yang ditunjukkan berperan sebagai hal penting untuk mempengaruhi terbentuknya niat. Sikap positif yang tinggi berbanding lurus dengan niat yang besar untuk menggunakan fasilitas pembiayaan rumah syariah.

Faktor kedua adalah pengaruh norma subyektif. Menurut Venkatesh & Davis (2000), menunjukkan norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap niat. Norma subyektif menunjukkan apakah lingkungan sosial memberikan tekanan terhadap perilaku yang ditunjukkan oleh individu atau justru sebaliknya. Hal ini juga sejalan dengan penelitian dari Dzuljastri & Abduh (2012) dan Wahyuni, *et al* (2017), menunjukkan norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan pembiayaan rumah berbasis syariah. Hal ini disebabkan pelanggan akan menganalisa lebih dalam mengenai pembiayaan syariah yang akan dipilih.

Faktor terakhir adalah kontrol perilaku dalam niat memiliki rumah berbasis pembiayaan syariah. Artinya dimana seseorang merasa mampu untuk menetapkan perilaku. Menurut Alam, *et al* (2012) dan Wahyuni, *et*

al (2017), kontrol yang perilaku dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah. Adanya pengendalian perilaku dapat meningkatkan usaha dalam mencapai suatu tujuan. Semakin tinggi individu melakukan kontrol perilaku maka tinggi pula individu dalam membentuk suatu niat.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti ingin mengkaji niat milenial untuk memiliki rumah sendiri menggunakan *Theory of Planned Behavior* dan menguji apakah model *Theory of Planned Behavior* cocok digunakan untuk mengukur perilaku generasi milenial menggunakan pembiayaan rumah berbasis syariah.

Dalam *Theory of Planned Behavior* dilihat dari beberapa aspek yaitu sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Peneliti ingin mengkaji lebih dalam dari sudut pandang keperilakuan generasi milenial. Dimana terjadi gap antara jumlah milenial yang tinggi namun mereka belum memiliki rumah sendiri. Sementara ada alternatif lain yang dapat dilakukan generasi milenial untuk memiliki rumah sendiri salah satunya dengan mengajukan pembiayaan di bank syariah. Terdapat banyak produk pembiayaan rumah berbasis syariah salah satunya pembiayaan Griya IB Hasanah dari BNI Syariah.

Perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya terletak pada adanya penerapan produk nyata dari bank syariah. Peneliti menggunakan produk pembiayaan rumah yaitu Griya IB Hasanah. Alasannya karena Bank BNI Syariah memperluas jangkauan

pasarnya dan target yang dituju adalah generasi milenial. Selain itu, Griya IB Hasanah menjadi *Best Digital Popular Brand* KPR Syariah. Penelitian ini menjadi bentuk pengembangan dari penelitian Wahyuni, et al (2017) yang hanya membahas niat masyarakat Kota Banda Aceh dalam memiliki rumah menggunakan pembiayaan syariah secara umum. Maka dari itu peneliti akan melakukan penelitian mengenai **“Niat Milenial Dalam Menggunakan Pembiayaan Griya IB Hasanah Dengan Pendekatan *Theory Of Planned Behavior*”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pengaruh sikap terhadap niat milenial menggunakan pembiayaan Griya IB Hasanah ?
2. Bagaimana pengaruh norma subyektif terhadap niat milenial menggunakan pembiayaan Griya IB Hasanah?
3. Bagaimana pengaruh kontrol perilaku yang dipersepsikan terhadap niat milenial menggunakan pembiayaan Griya IB Hasanah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penulisan yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh yang terjadi antara sikap terhadap niat milenial menggunakan pembiayaan Griya IB Hasanah.
2. Untuk menguji pengaruh yang terjadi antara norma subyektif terhadap niat milenial menggunakan pembiayaan Griya IB Hasanah.

3. Untuk menguji pengaruh yang terjadi antara kontrol perilaku yang dipersepsikan terhadap niat milenial menggunakan pembiayaan Griya IB Hasanah.

D. Kontribusi Penelitian

Adapun kontribusi dalam penelitian ini yaitu:

1. Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan untuk memperluas kajian secara teoritis dan praktis yang berhubungan dengan dunia perbankan syariah di Indonesia. Disamping itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber rujukan untuk penelitian selanjutnya.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi data bagi Bank BNI Syariah dalam mengembangkan strategi pada produk KPR untuk milenial. Selain itu, dapat memberikan suatu gambaran bagi Bank BNI Syariah pada khususnya dan perusahaan lain mengenai niat pembelian milenial dalam menggunakan pembiayaan rumah berbasis syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Penulisan penelitian ini menggunakan sistematika pembahasan. Sistematika pembahasan ditulis untuk menggambarkan uraian kandungan yang terdapat dalam penelitian. Adapun penulisan penelitian ini terbagi menjadi lima bab yaitu sebagai berikut.

Bab I : Memuat Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang,

rumusan masalah, tujuan, kontribusi dan sistematika penulisan.

Bab II : Memuat Landasan Teori, yang menjelaskan teori-teori dan penelitian terdahulu yang berguna sebagai dasar rujukan dalam penelitian Selain itu, bab ini menjelaskan tentang hipotesis-hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

Bab III : Memuat mengenai Metode Penelitian, yang menjelaskan tentang jenis, populasi dan sampel penelitian. Selain itu, juga menjelaskan tentang teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

Bab IV : Memuat mengenai Pembahasan hasil penelitian, yang terdiri dari analisis data dan interpretasi hasil.

Bab V : Memuat Penutup yang terdiri atas kesimpulan dan hasil penelitian serta saran bagi penelitian kedepannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah diperoleh maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh positif sikap terhadap niat milenial menggunakan pembiayaan Griya IB Hasanah. Hasil menunjukkan dari perhitungan nilai t hitung dan t tabel yaitu $1,600 < 1,982173$ dan nilai dari p -value yaitu $0,110 > 0,05$. Oleh karena itu hipotesis 1 ditolak.
2. Tidak terdapat pengaruh positif norma subyektif terhadap niat milenial menggunakan pembiayaan Griya IB Hasanah. Hasil menunjukkan dari perhitungan nilai dari t hitung sebesar $0,995$. Dimana nilai tersebut berada dibawah $1,982173$ yaitu $0,995 < 1,982173$. Sementara nilai dari p -value yaitu $0,320 > 0,05$. Oleh karena itu hipotesis 2 ditolak.
3. Terdapat pengaruh positif kontrol perilaku yang dipersepsikan terhadap niat milenial menggunakan pembiayaan Griya IB Hasanah. Hasil menunjukkan dari perhitungan dari nilai t hitung yaitu $9,102$. Dimana nilai tersebut lebih besar dari t tabel yaitu $9,102 > 1,982173$. Sementara itu nilai p -value yang diperoleh adalah $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu hipotesis 3 diterima.

B. Saran

1. Bank BNI Syariah

Penelitian yang dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan terhadap niat milenial dalam menggunakan pembiayaan Griya IB Hasanah. Peneliti berharap pihak manajemen BNI Syariah dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan evaluasi dalam untuk meningkatkan produk Griya IB Hasanah yang ditargetkan kepada generasi milenial. Selain itu, diharapkan BNI Syariah dapat meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang baik terkait dengan produk Griya IB Hasanah. Terakhir, BNI Syariah diharapkan lebih kuat melakukan sosialisasi terkait produk Griya IB Hasanah kepada generasi milenial.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah pertanyaan dengan parameter yang lebih kuat. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menambah bentuk variabel baru untuk memberikan suatu informasi yang lebih luas untuk peningkatan produk Griya IB Hasanah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior And Human Decision Processes* 50. Amherst: Academia Press.Inc.
- Ajzen, I. (2005). *Attitude, Personality, and Behavior second edition*. USA: Open University Press.
- Alam, S. S., Janor, H., Zanariah, Wel, C. A. C., & Ahsan, M. N. (2012). Is Religiosity an important factor in influencing the intention to undertake Islamic home financing in Klang Valley? *World Applied Sciences Journal*, 19(7), 1030–1041.
- Ali, M., Raza, S. A., & Chin-Hong, P. (2015). Munich Personal RePEc Archive Islamic home financing in Pakistan : A SEM based approach using modified TPB model (Preliminary Draft). *MPRA*, (67877).
- Anggelina, J., & Japariato, E. (2014). Analisis Pengaruh Sikap , Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–7.
- Aryadhe, T., Suryani, A., & Sudiksa, I. B. (2018). Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli dan Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1452–1480.
- Bambang, P., & Lina, M. J. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Binalay, A. G., Mandley, S. L., & O, M. C. M. (2016). Prngaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1), 395–406.
- Dzuljastri, A. R., & Abduh, M. (2012). Customers ' Attitude towards Diminishing Partnership Home Financing in Islamic Banking. *American Journal of*

Applied Sciences, 9(4), 593–599.

Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling – Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Idris, & Kasmu, A. B. P. (2018). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Minat Kepemilikan Kartu Kredit. *Manajemen Bisnis Indonesia*, 4(June 2017), 306–332.

Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Jogiyanto, & Abdillah. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS*. Yogyakarta: BPEE-Yogyakarta.

Kementerian Pemberdayaan dan Perlindungan Anak. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia 2018*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.

Mahfud, S., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Non Linier Dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Mihartinah, D., & Corynata, I. (2018). Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Niat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengambil Sertifikasi Chartered Accountant. *Akuntansi*, 8(2), 77–87.

Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, 9(1952), 123–134.

Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenbit, J. (2010). *Consumer Behavior, 10 Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Situmorang, & Syafizal, H. (2010). *Analisis Data: Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.
- Sofyan, Y., & Heri, K. (2009). *Structural Equation Modeling*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Venkatesh, V., & Davis, F. . (2000). A Theoretical Expansion of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46, 186–204.
- Wahyuni, D., Basri, H., & Shabri, M. (2017). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Percieved Behavioral Control dan Religiusitas Niat Memiliki Rumah Berbasis Pembiayaan Syariah Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Magister Akuntansi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*, 6(2), 1–11.
- Yazdanpanah, M., & Forouzani, M. (2015). Application of the Theory of Planned Behaviour to predict Iranian students' intention to purchase organic food. *Journal of Cleaner Production*, 107, 342–352. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.02.071>
- Yudha, E. ., Rohman, F., & Sumiati. (2015). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Keperilakuan, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Niat Membeli Kembali Polis Asuransi Kerugian (Studi Pada PT. Asuransi Jasa Indonesia (Persero) Cabang Surabaya Koporasi). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13(4), 673 – 681.
- <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah>. Diakses pada Kamis, 21 November 2019 pukul 20.00 WIB.

<https://www.bnisyariah.co.id/id-id/personal/bnigriyaIBhasanah>. Diakses pada
Kamis, 21 November 2019 pukul 21.32 WIB.

<https://www.bnisyariah.co.id/id-id/beranda/berita/siaranpers/ArticleID/1696>.

Diakses pada hari Selasa, 26 November 2019 pukul 11.25 WIB.

<https://www.bnisyariah.co.id/id-id/beranda/berita/siaranpers/ArticleID/1852>.

Diakses pada hari Jumat, 20 Desember 2019 pukul 14:54 WIB.

<https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/visimisi>.

Diakses pada Jumat, 29 Mei 2020 pukul 21.41 WIB.

