

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *PERCEIVED QUALITY*, DAN FAKTOR
PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK
SYARIAH**

**(Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri Yang Berdomisili di Daerah
Istimewa Yogyakarta)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT GELAR SARJANAN STRATA SATU
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

DEWI SAPUTRI

15820049

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2019

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *PERCEIVED QUALITY*, DAN FAKTOR
PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK
SYARIAH**

**(Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri Yang Berdomisili di Daerah
Istimewa Yogyakarta)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT GELAR SARJANAN STRATA SATU
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

**DEWI SAPUTRI
15820049**

PEMBIMBING:

**DIAN NURIYAH SOLISSA, SHI., M.Si
NIP: 19840216 200912 2 004**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2019



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor: B-1305/Un.02/DFB/PP.00.0/05/2019

Tugas Akhir dengan Judul : **PENGARUH WORD OF MOUTH, PERCEIVED QUALITY, DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri Yang Berdomisili Di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Dewi Saputri
Nomor Induk Mahasiswa : 15820049
Telah diujikan pada : Kamis, 25 April 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

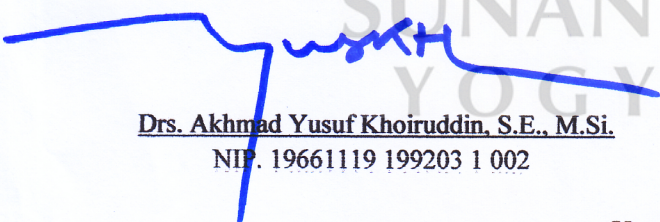
TIM UJIAN TUGAS AKHIR

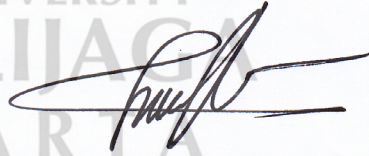
Ketua Sidang

Dian Nuriyah Solissa, SHI, M.Si
NIP. 19840216 200912 2 004

Penguji I

Penguji II


Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
NIP. 19661119 199203 1 002


Rosyid Nur Anggara Putra, SPd., M.Si.
NIP. 19880524 201503 1 010

Yogyakarta, 7 Mei 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN



Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Sdri. Dewi Saputri
Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'laikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Dewi Saputri

NIM : 15820049

Judul Skripsi : **“Pengaruh *Word Of Mouth*, *Perceived Quality*, Dan Faktor Psikologis Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri Yang Berdomisili Di Daerah Istimewa Yogyakarta)”**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta 8 April 2019

Pembimbing

DIAN NURIYAH SOLISSA, SHI., M.Si
NIP: 19840216 200912 2 004

SURAT PERYATAAN KEASLIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :Dewi Saputri
Nim :15820049
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Word Of Mouth*, *Perceived Quality*, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Daerah Istimewa Yogyakarta)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote*, *footnote*, dan daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada di penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 8 April 2019

Penyusun



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai *civitas* akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Saputri
NIM : 15820049
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak bebas Royalti Non eksklusif (*non exclusive free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh *Word Of Mouth*, *Perceived Quality*, dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri Yang Berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta)”

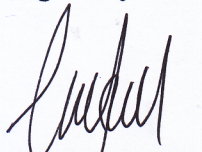
Besertas perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir skripsi saya selama tetap mencantumkan saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada Tanggal 8 April 2019

Yang Menyatakan,


(Dewi/Saputri)

MOTTO

“Musuh yang paling berbahaya diatas dunia ini adalah penakut dan bimbang.
Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh”

(Andrew Jackson)

“Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan. Karena itu bila kau telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan kepada Tuhan, beharaplah.”

(QS Al Insyirah: 6-8)

“ Jika kau tak suka sesuatu, ubahlah!! Jika tak bisa, maka ubahlah cara pandangmu tentangnya”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini untuk:

Bapak Haryadi dan Ibu Haryanitercinta yang tidak pernah bosan membimbing,
memberikan semangat, dan memberikan doa dan kasih sayang tidak ternilai
harganya.

Untuk adik laki-laki terkasih Rio Pratama Adi Saputra.

Untuk Sahabat-Sahabat Terbaik dan Orang-Orang Terdekat yang selalu menemani
secara nyata maupun tidak nyata setiap langkahku.

Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang selalu
memberikan yang terbaik bagi mahasiswanya.

Keluarga besar Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2015

Beserta Almamater tercinta

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Śā'	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan Ye
ص	Sad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	Komater balik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta' Marbuttah*

Semua *ta' marbuttah* ditulis dengan *h*, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	U

فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	<i>A</i>
جاهليّة	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>A</i>
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>I</i>
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawumati	Ditulis	<i>U</i>
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawumati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan

Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'insyakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Atas nikmat, hidayah serta karunia-Nya pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi atau tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam semoga tercurhakan kepada Nabi Muhamad SAW beserta keluarga dan sahabat. Setelah memulai proses yang cukup panjang, Alhamdulillah skripsi atau tugas akhir ini dapat diselesaikan meskipun masih jauh dari kesempurnaan.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Joko Setyono, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Bapak Rosyid Nur Anggara Putra, S.Pd., M.Si., Selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing saya dari awal proses perkuliahan hingga akhir semester.
5. Ibu Dian Nuriyah Solissa, SHI., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan kritik dan saran serta, memberikan motivasi selama menyusun skripsi.
6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberi pengetahuan dan wawasan untuk penulisan selama menempuh pendidikan.
7. Seluruh pegawai dan staff tata usaha Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta.
9. Orang tua tercinta Bapak Haryadi dan Ibu Haryani serta adik tersayang Rio serta seluruh keluarga atas segala doa, motivasi, dukungan dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis.
10. Noviki Martiasni, Tri Rahmawati, Nurrohmah, Triana, Ratna Rizky Amalia, Dina Fitri Mubthadiah, Wafirotullaela, Raden Roro Firda A, Santika Ayu sebagai sahabat yang saling memberi semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan, rejeki yang melimpah, hidup bahagia dan keberkahan.

11. Aprelia Dwi Lestari dan Vinda Natasya sebagai adik-adik yang selalu menemani dalam mengejar skripsi dan rela meluangkan waktunya untuk menemani menyebar surat ijin penelitian.
12. Kakek dan Nenek yang selalu memberikan dukungan dan doa, bantuan materil dan non materil sebagai dukungan kepada saya.
13. Seluruh teman-teman Perbankan Syariah 2015, Khususnya PS A yang telah bersama-sama menempuh pendidikan bersama.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 13 Februari 2019

(Dewi Saputri)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
ABSTRAK	xxiii
ABSTRACT	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	7
D. Sistematika Pembahasan	7
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Landasan Teori	10
1. Perilaku Konsumen	10
2. Keputusan Nasabah	11
a. Pengertian Keputusan Nasabah	11
b. Proses Pengambilan Keputusan	13

3.	<i>Word Of Mouth</i>	15
a.	Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	15
b.	<i>Word Of Mouth</i> Sebagai Sumber Informasi.....	15
c.	Indikator i <i>Word Of Mouth</i>	19
d.	<i>Word Of Mouth</i> Dalam Islam	19
4.	<i>Perceived Quality</i>	21
a.	Pengertian <i>Perceived Quality</i>	21
b.	Indikator <i>Perceived Quality</i>	23
c.	<i>Perceived Quality</i> Dalam Islam.....	24
5.	Faktor Psikologis	25
a.	Pengertian Faktor Psikologis.....	25
b.	Indikator Faktor Psikologis	26
c.	Faktor Psikologis Dalam Islam	29
B.	Telaah Pustaka	31
C.	Kerangka Berfikir.....	39
D.	Pengembangan Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN		44
A.	Jenis dan Sifat Penelitian	44
B.	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	45
C.	Populasi dan Sampel	45
a.	Populasi.....	45
b.	Sampel	45
D.	Definisi Operasional Variabel.....	47
a.	Variabel Terkait (<i>Dependent Variable</i>)	48
b.	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	50
E.	Teknik Analisa Data	52
a.	Uji Validitas dan Reliabilitas	52
1.	Uji Validitas	52
2.	Uji Reliabilitas.....	53
b.	Uji Asumsi Klasik	53

1.	Uji Normalitas	53
2.	Uji Multikolinieritas	53
3.	Uji Hertoskedasitas	54
c.	Regresi Linear Berganda	54
d.	Pengujian Hipotesis	55
a.	Uji Simultan (Uji F)	55
b.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55
c.	Uji Parsial (Uji t)	56
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	57
1.	Tempat dan Waktu Penelitian	57
B.	Karakteristik Responden.....	57
1.	Jenis Kelamin Responden	58
2.	Usia Responden.....	58
3.	Alamat Dimisili Responden	59
4.	Lama Menjadi Nasabah Responden	60
5.	Sumber Pendapatan Responden	61
C.	Hasil Penelitian	62
1.	Hasil Uji Instrumen Penelitian	62
a.	Uji Validitas	62
b.	Uji Reliabilitas.....	63
2.	Analisis Data	64
a.	Uji Asumsi Klasik.....	64
1)	Uji Normalitas	64
2)	Uji Multikolinieritas.....	65
3)	Uji Heteroskedasitas	66
b.	Uji Regresi Linear Berganda.....	69
c.	Uji Hipotesis.....	71
1)	Uji Simultan (Uji F)	71
2)	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	73

3) Uji Parsial (Uji t).....	74
D. Pembahasan	77
1. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Mandiri	77
2. Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Mandiri	80
3. Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Mandiri	82
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Implikasi	85
C. Saran.....	85
D. Keterbatasan.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN	I

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kantor Perbankan Syariah	2
Tabel 2.1 Ringkasan Telaah Pustaka	28
Tabel 3.1 Skala Likert	44
Tabel 3.2 Indikator.....	44
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 4.2 Usia Responden.....	57
Tabel 4.3 Alamat Domisili	58
Tabel 4.4 Lama Menjadi Nasabah	59
Tabel 4.5 Sumber Pendapatan	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.8 One-Sampel Kolmogorov Smirnov Test	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedasitas	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan (Uji F)	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	73
Tabel 4.15 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	76
Tabel 4.16 Pendistribusian Hasil Jawaban Variabel <i>Word Of Mouth</i>	76
Tabel 4.17 Pendistribusian Hasil Jawaban Variabel <i>Perceived Quality</i>	79
Tabel 4.16 Pendistribusian Hasil Jawaban Variabel Faktor Psikologis.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	12
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	I
Lampiran 2 Data Responden	IV
Lampiran 3 Data Jawaban Responden	IX
Lampiran 4 Hasil Output SPSS 19.00.....	XIV
Lampiran 5 <i>Curriculum Vitae</i>	XXV



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *word of mouth*, *perceived quality*, dan faktor psikologis terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan teknik *nonprobability sampling* dan pengambilan secara *Accidental Sampling (Convenience Sampling)*. Pengumpulan data primer adalah dengan menyedikan kuisisioner. Dalam penelitian ini terdapat 102 kuisisioner yang diolah. Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi kalsik, dan uji hipotesis dengan program *SPSS 19.00*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth*, *perceived quality*, dan faktor psikologis berpengaruh simultan terhadap keputusan menjadi nasabah. Secara parsial variabel *word of mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan *t* hitung 2,737 dengan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$. Variabel *perceived quality* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan *t* hitung 7,984 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dan variabel faktor psikologis berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan *t* hitung 2,326 dengan nilai signifikansi $0,022 < 0,05$.

Kata Kunci: *Word Of Mouth*, *Perceived Quality*, Faktor Psikologis, Keputusan.



ABSTRACT

This study aims to examine the effect of word of mouth, perceived quality, and psychological factors on the decision to become customers at Bank SyariahMandiri. The sample in this study was taken by nonprobability sampling and retrieval techniques in Accidental Sampling (Convenience Sampling). Primary data collection is by providing questionnaires. In this study there were 102 questionnaires processed. The method of data analysis in this study is validity test, reliability test, calcic assumption test, and hypothesis test with SPSS 19.00 program. The results of this study indicate that word of mouth, perceived quality, and psychological factors have a simultaneous effect on the decision to become customers. In fact, word of mouth variables have a significant positive effect on the decision to become customers with t arithmetic 2.737 with a significance value of $0.007 < 0.05$. Perceived quality variable has a significant positive effect on the decision to be a customer with t count 7.984 with a significance value of $0.000 < 0.05$. And psychological factor variables have a significant positive effect on the decision to become customers with t count 2.326 with a significance value of $0.022 < 0.05$.

Keywords: *Word Of Mouth, Perceived Quality, Psychological Factors, Decisions*



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia mengalami kemajuan yang cukup signifikan, baik dari perusahaan lokal maupun perusahaan asing yang masuk di Indonesia. Dengan banyaknya perusahaan baru, perusahaan yang telah berdiri lama harus tetap mempertahankan *existensi* mereka agar tetap dikenal oleh masyarakat. Perkembangan bisnis ini juga terjadi di dunia perbankan, khususnya perbankan syariah. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyak perbankan syariah bermunculan.

Perbankan syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah atau bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam (Muhammad, 2014: 2).

Dengan berkembangnya produk-produk yang berbasis syariah ini menimbulkan persaingan antara bank syariah maupun lembaga keuangan lainnya. Produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah sangat beraneka ragam. Persaingan usaha antara bank mendorong munculnya berbagai jenis produk dan sistem usaha dalam berbagai keunggulan kompetitif. Dalam situasi

ini bank umum konvensional akan menghadapi persaingan baru dengan kehadiran lembaga keuangan syariah ataupun bank non-konvensional. Perbankan syariah menjadi alternatif dari sistem perbankan konvensional yang diharapkan dapat menggerakkan sektor riil (*moneter based economy*). Dalam beberapa tahun terakhir sampai bulan Juni 2018 perbankan syariah mengalami perkembangan jumlah lembaga. Hal ini dapat dilihat dalam data statistik perbankan syariah.

Tabel 1.1
Jumlah kantor Perbankan Syariah

Jenis Bank	2015	2016	2017	2018(Bulan Juni)
Bank Umum Syariah	12	13	13	13
Unit Usaha Syariah	22	21	21	21
BPRS	163	166	167	168

Sumber: Statistik Perbankan Syariah¹

Terdapat perbedaan penting antara sistem ekonomi islam dengan sistem ekonomi lainnya, khususnya kapitalis dalam memandang apa sesungguhnya yang menjadi permasalahan ekonomi manusia. Menurut sistem ekonomi kapitalis permasalahan ekonomi yang sesungguhnya adalah kelangkaan barang dan jasa. Hal ini karena setiap manusia memiliki kebutuhan yang beranekaragam dan berbeda-beda antara manusia dan jumlah tidak terbatas sementara sarana pemuas (barang dan jasa) yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia memiliki keterbatasan (Sukirno: 2002).

Nasabah memiliki dua aspek pertimbangan untuk memilih menggunakan suatu produk perbankan, yaitu aspek emosional dan rasional. Aspek emosional adalah aspek yang berdasarkan kepada keyakinan dan emosi seseorang yang

¹<https://www.ojk.go.id> diakses pada tanggal 15 September 2018

bersifat objektif dalam memilih sesuatu. Aspek selanjutnya yaitu rasional, aspek rasional adalah aspek yang didasarkan pada hal-hal yang nyata dan dapat diterima secara objektif.

Dari banyaknya perbankan syariah yang muncul di Indonesia, Bank Syariah Mandiri adalah salah satu bank yang memiliki *image* yang baik di mata masyarakat. Dari tahun ketahun Bank Syariah Mandiri Mengalami perkembangan yang baik. Hal ini dapat dilihat bahwa PT Bank Syariah Mandiri (BSM) menunjukkan kinerja yang positif pada bulan April 2018. Adapun tercatat pertumbuhan pembiayaan dan dana pihak ketiga (DPK) BSM masing-masing tumbuh 12% *year on year*. Tercatat pembiayaan BSM per April 2018 sebesar Rp 61,24 triliun. Sedangkan untuk DPK sebesar Rp 82,32 triliun. Adapun pencapaian dana simpanan nasabah tersebut masih di bawah pertumbuhan Maret 2018 sebesar 16,26%.²

Pada tanggal 14 Maret 2019 Bank Syariah Mandiri mendapatkan 6 penghargaan pada *Satisfaction Loyalty Engagement (SLE) Award 2019* yaitu:³

1. Peringkat 1 NPS (*Net Promotor Score*) kategori Bank Umum Syariah
2. Peringkat 1 *Satisfaction* kategori Bank Umum Syariah
3. Peringkat 1 *Satisfaction* (Customer Service) kategori Bank Umum Syariah
4. Peringkat 1 *Satisfaction* (Teller) kategori Bank Umum Syariah
5. Peringkat 2 *Satisfaction* (Satpam) kategori Bank Umum Syariah
6. Peringkat 3 *Engagement* kategori Bank Umum Syariah

²<https://keuangan.kontan.co.id/news/april-2018-pembiayaan-dan-nasabah-bank-syariah-mandiri-tumbuh-12>di akses pada bulan April 2018

³<https://www.syariahamandiri.co.id/tentang-kami/penghargaan>

Dari penghargaan yang didapat oleh Bank Syariah Mandiri menunjukkan bahwa Bank Syariah Mandiri dapat diterima oleh masyarakat Indonesia. Dengan penghargaan yang di dapat membuktikan bahwa Bank Syariah Mandiri memiliki *image* yang baik sebagai bank umum syariah dan produk produk dari Bank Syariah Mandiri dapat diterima oleh masyarakat.

Bank Syariah Mandiri memiliki banyak kantor cabang yang tersebar diberbagai kota di Indonesia. Salah satunya Bank Syariah Mandiri hadir di kota Yogyakarta pada tahun 2003. Dalam sambutan peresmian gedung baru Mandiri Syariah, Direktur *Distribution and Service* Bank Mandiri Syariah Edwin Dwidjajanto mengatakan bahwa Bank Syariah Mandiri mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari asset yang dimiliki Bank Syariah Mandiri mencapai Rp 2,25 triliun dengan jumlah nasabah sekita 166.000.⁴

Bank Syariah Mandiri memiliki potensi perkembangan yang cukup besar. Tetapi, Bank Syariah Mandiri harus lebih bekerja keras lagi untuk menarik masyarakat agar menggunakan produk perbankan syariah ada di Bank Syariah Mandiri yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini perlu di kaji lebih lanjut faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk-produk dari perbankan syariah.

Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen melewati lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif,

⁴<https://www.syariahmandiri.co.id/news-update/berita/bank-syariah-mandiri-resmikan-kantor-baru-di-jogjadi> akses pada tanggal 23 November 2018

keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian yang dimulai jauh sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki dampak yang lama (Kotler, 2007: 227) .

Keputusan nasabah ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 3 variabel yang digunakan sebagai landasan untuk mengetahui variabel apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah. Variabel pertama yaitu *word of mouth*, variabel kedua yaitu *perceived quality*, dan yang terakhir yaitu faktor psikologis.

Variabel pertama yaitu *word of mouth* atau informasi dari orang lain. *Word of mouth* adalah tindakan penyediaan informasi oleh konsumen kepada konsumen lain (Sumardy, 2011: 71). Dalam penelitian terdahulu tentang variabel *word of mouth* yang dilakukan oleh Wulandari, Handojo, dan Suryoko (2015) menunjukkan bahwa *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan BRT Trans Semarang Koridor I.

Variabel kedua yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah adalah *perceived quality*. *Perceived quality* adalah persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan maksud yang diharapkan (Aaker dalam Rangkuti, 2002:41). Persepsi konsumen atau nasabah ini dapat mempengaruhi keputusan mereka apakah akan menggunakan suatu produk atau tidak. Sehingga perusahaan atau bank harus bisa memberikan kualitas produk atau jasa sehingga konsumen akan merasa tertarik dengan produk yang dimiliki dan akan timbul persepsi-persepsi yang baik di masyarakat. Penelitian terdahulu tentang variabel *perceived quality* yang

dilakukan oleh Armawati, Saryadi dan Prabawani (2017) menunjukkan bahwa variabel *perceived quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.

Variabel ketiga yaitu faktor psikologis juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Faktor psikologis adalah faktor dari dalam diri seseorang dan bagaimana mereka menentukan atau memilih suatu produk untuk dikonsumsi (Suharno, 2010: 90). Perusahaan atau seorang pemasar harus mampu memahami faktor apa saja yang timbul pada diri konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan mereka. Banyak indikator dari faktor psikologis yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah yaitu motivasi, sikap, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan. Dalam penelitian terdahulu tentang faktor psikologis yang diteliti oleh Wulandari, Handoj, dan Suryoko (2015) menunjukkan bahwa faktor Psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan BRT Trans Semarang .

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Word Of Mouth*, *Perceived Quality*, dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri Yang Berdomisili Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok permasalahan yang akan dianalisa yaitu:

1. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri?
2. Apakah *perceived quality* berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri?
3. Apakah faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai adalah:

- a. Mengetahui pengaruh antara *word of mouth* terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.
- b. Mengetahui pengaruh antara *perceived quality* terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.
- c. Mengetahui pengaruh antara faktor psikologis terhadap keputusan untuk menjadi di Bank Syariah Mandiri.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini memiliki manfaat untuk mengetahui penerapan strategi keunggulan bersaing pada suatu bank syariah dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah.

2. Bagi Instansi Perbankan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan untuk evaluasi bank agar mendapatkan jumlah nasabah yang lebih banyak, serta dapat menciptakan suatu strategi pemasaran bank agar produk yang dimiliki bank dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

3. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga

Peneliti berharap dapat dijadikan pembelajaran bagi segenap civitas akademika untuk lebih dikembangkan lebih lanjut untuk proses pembelajaran yang lebih maju.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan penelitian ini terbagi menjadi lima bab yang saling berkaitan. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

Bab pertama, merupakan pendahuluan yang menjadi gambaran awal dari apa yang menjadi latar belakang penelitian ini melalui pengembangan isu dan fenomena yang terjadi di perbankan syariah. Kemudian rumusan masalah dituangkan dalam pertanyaan, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan yang menjelaskan sistematika penyajian hasil penelitian dari awal hingga kesimpulan dari penelitian yang akan dilakukan juga dikemukakan.

Bab kedua. Merupakan landasan teori dan pengembangan hipotesis. Bab ini membahas tinjauan teoritis tentang informasi-informasi mengenai variabel penelitian yang berisi tinjauan pustaka terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian ini dilakukan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Sehingga perlu dijabarkan teori *word of mouth*, *perceived quality*, dan faktor psikologis yang dipersepsikan. Selanjutnya pengembangan hipotesis dirumuskan berdasarkan dari landasan teori dan tinjauan pustaka pada penelitian terdulu dan merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang ada.

Bab ketiga, merupakan metode penelitian yang berisi gambaran dan cara tentang teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk menjawab permasalahan yang ada cara atau teknik ini meliputi uraian tentang penjelasan mengenai jenis penelitian yang dilakukan, data dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian.

Bab keempat, berisi tentang hasil penelitian yang akan dilakukan. Hasil penelitian dari pengolahan data dengan pembahasannya, yang didasarkan pada analisis hasil pengujian data secara deskriptif maupun hasil pengujian hipotesis yang akan dilakukan implikasinya.

Bab lima, berisi penutup yang didalamnya terdapat kesimpulan dari hasil analisis penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam bab empat. Selanjutnya pada bagian akhir bab ini juga disampaikan saran yang bersifat praktis dan teoritis serta keterbatasan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan alat regresi linier berganda dengan 102 sampel berupa kuisisioner yang disebar pada nasabah Bank Syariah Mandiri yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Word of mouth* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Hal ini berarti bahwa H_1 dalam penelitian ini diterima. Hal ini dikarenakan seseorang dalam mengambil keputusan penggunaan jasa akan dipengaruhi oleh informasi yang positif yang didapat dari orang lain yang telah menggunakan atau berpengalaman menggunakan jasa tersebut. Apabila *word of mouth* yang terjadi di lingkungan masyarakat itu tinggi maka semakin tinggi pula tingkat keputusan seseorang untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.
2. *Perceived quality* secara parsial berpengaruh positif signifikan keputusan seseorang untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Hal ini berarti bahwa H_2 dalam penelitian ini diterima. Ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat *perceived quality* maka semakin tinggi pula tingkat keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

3. Faktor psikologis secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan seseorang untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Hal ini berarti bahwa H_3 dalam penelitian diterima. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi faktor psikologis seseorang maka semakin tinggi pula tingkat keputusan seseorang untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

B. Implikasi

Pada penelitian yang telah dilakukan ini terdapat hasil bahwa secara teoritis variabel *word of mouth*, *perceived quality*, dan faktor psikologis secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi di Bank Syariah Mandiri. Implikasi dalam kebijakan penelitian ini adalah Bank Syariah Mandiri harus meningkatkan citra dan pelayanannya yang baik agar masyarakat memiliki kesan yang baik terhadap Bank Syariah Mandiri.

Apabila citra dan pelayanan bank baik maka nasabah akan loyal dan akan menceritakan dan merekomendasikan kepada teman, keluarga dan orang lain untuk menjadi nasabah di bank. Selain itu Bank Syariah Mandiri juga harus meningkatkan *perceived quality* agar para nasabah menjadi loyal terhadap bank. Apabila *perceived quality* yang diberikan oleh bank baik maka akan meningkatkan kesetiaan nasabah.

C. Saran

Dari beberapa hasil penelitian diatas maka saran yang didapat peneliti sampaikan dari penelitian ini adalah:

1. Diharapkan untuk para staff dan karyawan Bank Syariah Mandiri agar tetap mempertahankan dan memberikan pelayanan yang baik agar dapat meningkatkan keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.
2. Untuk penelitian selanjutnya agar meneliti pengaruh variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah selain yang digunakan peneliti. Dan diharapkan peneliti selanjutnya meneliti variabel yang mempengaruhi keputusan yang variabel tersebut belum banyak diteliti oleh mahasiswa.

D. Keterbatasan

1. Dalam penelitian ini peneliti hanya melakukan penelitian pada nasabah Bank Syariah Mandiri yang berdomisili di kota Yogyakarta, sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih luas lagi.
2. Variabel yang digunakan peneliti hanya variabel *word of mouth*, *perceived quality*, dan faktor psikologis. Masih banyak variabel yang lain yang dapat digunakan untuk mempengaruhi keputusan nasabah menjadi nasabah di Bank Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Durianto, Darmadi dkk. 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Equitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologis Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*, cet. Ke-1. Bogor: Ghalia Indonesia Utami.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dan Mulut Kemulut*. cet. Ke-1. Yogyakarta: Media Press.
- Husain, Umar, 2004. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Gramedia Permana.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Karim, Adiwarmarman A. 2010. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Phillip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (ed. 12). Jakarta:Erlangga .

- Kotler, P. dan Keller, K.K. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (ed. 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kesebelas). Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran* (Edisi Millenium 1). Jakarta: Prehallindo.
- Kotler Philip, Keller Kevin Lane. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad. 2014. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Press .
- Rangkuti, Freddy. 2009. *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus Dengan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, Uma. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, cet ke 14. Bandung: Alfabeta.
- Suharno. 2010. *Marketing in PZractice*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumardy, Silviana dan Melone. 2011. *Killed By The PowerOf Word Mouth Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy.2009. *Service Marketing:Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Markenesis.
- Wahyono, Sentot Imam. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*.Yogyakarta: Graha Ilmu.

B. Skripsi dan Jurnal

- Babin, Barry J, Yong-Kie L, Kim Eun-Fu, dan Mitch Griffin. 2005. *Modeling Consumer Satisfaction And Word Of Mouth Communication: Restaurant Patronage Korea.* *Journal of Service Marketing* Vol.19 pp 133-139.
- Daulay, Raihannah. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan.* Volume 5, No 4.
- Armawati, Isna, Saryadi, dan Bulan Prabawani. 2017. *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia.* Volume 8, No, 01.
- Wulandari, Kartika Ayu, Handojo, dan Sri Suryoko. 2017. *Pengaruh Faktor Psikologis dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan BRT Trans Semarang Koridor 1.* *Jurnal. Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.*
- Pasrizal, Himyar, Ubud Salim dan Umar Nimran. 2012. *Pengaruh Kepribadian, Kelas Sosial, dan Budaya Pengusaha terhadap Strategi Pemasaran dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Sumatera Barat.* Volume 10, No. 4.
- Prasetyani, Irma Windu, Handoyo Djoko Waluyo dan Agung Budiarmo. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor.* Volume 7, No 3.
- Rahayu, Sri dan Sri Ratih Handayani. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Simpan Pinjam Pada KUD Sumeber Maksur Kab Brebes.* Volume 5, No 1.
- Wulandari, Kartika Ayu, Handojo D.W, Sri Suryoko. 2015. *Pengaruh Faktor Psikologis Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan BRT Trans Semarang Koridor I.* Volume 2, No 1.