

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AIR KEMASAN AQUA PADA MASYARAKAT
LINGKUNGAN IV DI KELURAHAN MALENDENG**

Fitria Ayu Lestari Niu

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Manado
E-mail: fitria.niu@iain-manado.ac.id

Mutiara Mokodompit

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Manado
E-mail: mutiara.mokodompit@iain-manado.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian air mineral dalam kemasan di Kota Manado desa Perkamil, Kelurahan Malendeng Lingkungan IV. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan survey. Pada penelitian ini pada proses pengolahan data perhitungannya dibuat dengan bantuan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 16. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa semakin tinggi kualitas produk air kemasan aqua semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian, begitu juga sebaliknya. Maka dapat dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti signifikan. Jadi dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian air kemasan aqua pada masyarakat lingkungan IV di kelurahan Malendeng.

Kata kunci: Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha dewasa ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan, salah satunya adalah persaingan bisnis yang semakin ketat yang mengakibatkan perubahan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan untuk memilih suatu produk.¹

Sama halnya bisnis Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang semakin menggiurkan karena kebutuhan akan air minum terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk. Sehingga di Indonesia pada saat ini telah banyak beredar produk AMDK dengan berbagai jenis kemasan. Kebutuhan mengenai kualitas air kemasan yang baik sangat dibutuhkan saat ini, apalagi sekarang banyak pemberitaan tentang Air Kemasan yang telah disalah digunakan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab demi keuntungan mereka sendiri. Masyarakat sekarang terkadang tidak berhati-hati dalam mengkonsumsi air kemasan yang tanpa disadari adanya ketidak higienitasan air kemasan tersebut.

Bisnis Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) semakin menggiurkan karena kebutuhan akan air minum terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk. Perusahaan yang menggarap bisnis AMDK pun semakin banyak dan terus melakukan ekspansi untuk memperluas jaringan pasar produk-produknya. Di samping tingginya akan permintaan air bersih, maka rendahnya hambatan untuk memasuki industri AMDK telah mengakibatkan pertumbuhan yang pesat dalam kemunculan perusahaan perusahaan yang baru. Pada saat ini tercatat ratusan merek produk AMDK yang beredar di seluruh Indonesia.²

Proses pertukaran memerlukan banyak tenaga dan keterampilan. Manajemen pemasaran terjadi bila setidaknya satu pihak dalam pertukaran potensial memikirkan sasaran dan cara mendapatkan respon yang diharapkan dari pihak lain. Disini akan menggunakan definisi (manajemen) pemasaran yang dirumuskan pada tahun 1985 oleh American marketing Association: “(manajemen) pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi, dan distribusi barang, jasa, dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.” Definisi ini menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang mencakup analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian, juga mencakup barang dan jasa, dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dan tujuannya adalah memberikan kepuasan kepada pihak-pihak yang terlibat. Manajemen pemasaran berlaku dalam organisasi dalam kaitannya dengan semua pasarnya. Perusahaan tentunya mempunyai tingkat transaksi yang diharapkan (desired level of transaction) dipasar sasaran tentu. Dari waktu ke waktu, tingkat permintaan aktual bisa lebih rendah, sama, atau lebih tinggi dari

¹ Yunita Sawitri, Wahyu Hidayat dan Shendang Nurseto, *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Faktor Sosial dan Faktor Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio*, (Jurnal Penelitian Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 2013)

² Dheany Arumsari, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua*, (Skripsi Sarjana S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro)

tingkat permintaan yang diharapkan. Manajer pemasaran menangani tugas-tugas tersebut dengan melakukan riset pemasaran, perencanaan, implementasi, dan pengendalian. Dalam perencanaan pemasaran, pemasar harus menentukan pasar sasaran, market positioning. Pengembangan produk, penentuan harga, saluran distribusi, distribusi fisik, komunikasi, dan promosi.

Tidak dapat dipungkiri, bahwa sebagai usaha bisnis, kehadiran DAM/AMIU harus diterima secara positif dengan harapan dapat menggiatkan ekonomi masyarakat lapis bawah. Namun demikian, kebutuhan ekonomi hendaknya jangan sampai melupakan hal-hal yang menyangkut kepentingan konsumen. Persoalannya adalah apakah air minum yang dijual tersebut sudah memenuhi syarat-syarat air minum yang sehat dan halal? Agama Islam memberikan ketentuan bahwa air yang akan diminum atau akan dipergunakan untuk memasak makanan sebagaimana dimakan seseorang haruslah halal dan baik untuk kesehatan tubuh. Kehalalan produk pangan, termasuk air minum paling tidak harus memenuhi kriteria-kriteria berikut:

1. Produk tersebut sama sekali tidak mengandung bahan atau unsur pangan yang diharamkan oleh Islam seperti tercampur babi atau produk turunannya.
2. Produk tersebut tidak menimbulkan dampak buruk bagi pemakainya karena Islam mengharamkan segala jenis pangan yang terbukti merusak kesehatan manusia secara langsung maupun tidak langsung kecuali keadaan darurat.

Hal tersebut diatas ditegaskan oleh firman Allah SWT Qs. Al-Baqarah (1):168:

طَيِّبًا خَالَا الْأَرْضَ فِي مِمَّا كَلُوا النَّاسُ أَيُّهَا يَا

Terjemahannya:

“Wahai sekalian manusia! Makanlah dari apa yang ada di di bumi yang halal dan lagi baik”.

Hingga saat, ini MUI telah mengeluarkan surat bukti halal dari berbagai macam produk makanan termasuk produk-produk air minum dalam kemasan seperti Aqua dan lain sebagainya.

Kemudian Allah tegaskan dalam ayat lain atas orang-orang beriman akan perkara ini. yaitu dalam firman-Nya Surah Al-Baqarah Ayat 172, yang berbunyi:

تَعْبُدُونَ إِيَّاهُ كُنْتُمْ إِنْ لِلَّهِ وَاشْكُرُوا رَزَقْنَاكُمْ مَا طَيِّبَاتٍ مَنْ كَلُوا آمَنُوا الَّذِينَ أَيُّهَا يَا

Terjemahannya:

“Wahai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang kami berikan kepadamu dan bersyukur kepada Allah, jika benar-benar hanya kepada-Nya kamu menyembah”.

Ibnu Katsir menjelaskan bahwa Allah memerintahkan hamba-Nya yang beriman untuk memakan makanan yang baik atas rizki yang Allah berikan agar mereka senantiasa-dianggap-bersyukur atas rizqi Allah yang diberikan tersebut, jika benar mereka itu hamba-hamba Allah yang beriman. Mengkonsumsi perkara halal adalah sarana terkabulnya doa dan diterimanya ibadah sebagaimana mengkonsumsi perkara haram menghalangi doa dan tertolaknya amal ibadah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan survei. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu jawaban responden dari pernyataan atau pertanyaan yang berupa kuisioner penelitian. Pada penelitian ini pada proses pengolahan data perhitungannya dibuat dengan bantuan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 16. Penelitian ini dilakukan di Kota Manado desa Perkamil, Kelurahan Malendeng Lingkungan IV. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah *simple random sampling*.

Variabel adalah inti atau yang menjadi pusat perhatian dalam suatu penelitian. Definisi operasional adalah batasan-batasan dari variabel yang akan diukur. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel Independen adalah nilai variabel yang mempengaruhi variabel lain, variabel ini sering disebut dengan variabel bebas. Dalam penelitian ini Kualitas Produk (X) adalah variabel bebas. Kemudian variabel dependen adalah variabel yang mengikat, sering disebut dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini Keputusan Pembelian (Y) adalah variabel terikat.

1. Definisi Operasional

1. Kualitas Produk adalah baik atau buruknya suatu barang atau jasa yang diedarkan pada masyarakat luas.
2. Keputusan Pembelian keinginan dari konsumen atau masyarakat untuk menetapkan keputusan terhadap suatu produk

Dalam penelitian ini analisis data dibuat dengan menggunakan uji validitas data dan uji reabilitas data. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrument. Suatu pengukur yang menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrumen yang mengukur suatu konsep dan berguna untuk mengakses “kebaikan” dari suatu pengukur.³

Jika $r_{xy} \geq r$ tabel berarti valid

Jika $r_{xy} \leq r$ tabel berarti tidak valid

Perhitungan validitas dan reliabilitas data penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 19.

Analisis data dilakukan secara statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban dari hasil kuesioner. Dengan cara mengumpulkan data dari hasil jawaban responden selanjutnya ditabulasi dalam tabel dan dilakukan pembahasan secara deskriptif. Analisis data ini digunakan untuk memberikan gambaran tentang variabel kualitas produk (X) dan variabel keputusan pembelian (Y).⁴

³ Jogiyanto, *Op-cit.*, h. 144

⁴ Mudassir, *Dilema Etika dalam Pengambilan Keputusan Etis*, (Malang: UM Press, 2012), h. 72

Teknik analisis data juga diuji melewati uji persyaratan, yang didalamnya adalah uji normalitas data, homogenitas data, dan uji linieritas, serta juga melewati uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Malendeng adalah salah satu kelurahan di kecamatan Tikala, kota Manado, Sulawesi Utara, Indonesia. Kelurahan malendeng mempunyai banyak kekayaan didalamnya. Kelurahan ini mempunyai enam luas wilayah menurut penggunaan yang pertama luas pemukiman sebesar 65 ha/m², kedua luas perkebunan sebesar 52 ha/m², ketiga luas kuburan sebesar 1 ha/m², keempat luas perkantoran sebesar 8.9 ha/m², kelima luas prasarana umum 13 ha/m², total luas wilayah menurut penggunaan pada kelurahan malendeng adalah sebesar 151 ha/m². Pada kelurahan malendeng terdapat 8 pisahan lingkungan.

Pada penelitian ini karakteristik responden yang digunakan adalah berapa kali Air Kemasan Aqua dibeli dalam jangka waktu seminggu.

Tabel 4.1. Karakteristik Responden

No.	Karakteristik responden	Responden	
		Jumlah	%
1.	Sehari-hari	21	42%
2.	5 kali seminggu	1	2%
3.	3 kali seminggu	26	52%
4.	Tidak pernah	2	4%
	Total	50	100%

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dari 50 responden yang ada responden yang membeli Air Kemasan Aqua “sehari-hari” dengan presentase 42% atau sebanyak 21 responden, selanjutnya dengan karakteristik “5 kali sehari” hanya 1 responden atau dengan presentase 2%, berbeda dengan karakteristik yang membeli Air Kemasan Aqua “3 kali seminggu” mempunyai presentase 52% atau sebanyak 26 responden, kemudian terdapat 2 responden atau dengan presentase 4% yang memilih kareakteristik responden “tidak pernah”. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang memilih karakteristik pada nomor 1 dan 3 lebih dominan atau dengan presentase 94%.

a. Uji Validitas dan Reabilitas Data

Berdasarkan hasil uji analisis diatas dengan menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ koefisien regresi yang diperoleh dari hasil perhitungan diperbandingkan dengan nilai dari tabel regresi nilai r dengan derajat kebebasan $(n - 1)$ atau $50 - 1 = 49$, dimana n menyatakan jumlah banyaknya responden, di dapat r tabel = 0.232

Jika $rr_{hitung} > rr_{0,232}$ = Valid

Sebaliknya jika $rr_{hitung} < rr_{0,232}$ = Tidak Valid

Dari hasil uji validitas diatas maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan valid yang berjumlah 30 butir yaitu 15 pernyataan dari variabel x dan 15 pernyataan dari variabel y.

Tabel. 4. 4. Hasil Reabilitas Data

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	30

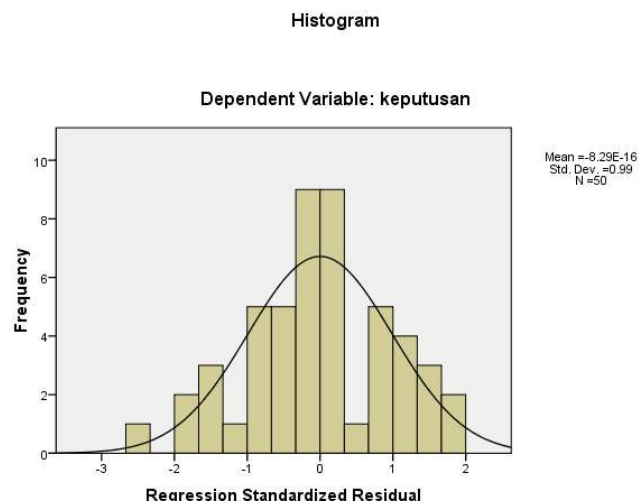
Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$. Jadi berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel $0,918 > 0,6$ jadi penelitian ini bisa dikatakan reliabel.

b. Uji Statistik Deskriptif

Berdasarkan uji statistic deskriptif, variabel X (kualitas produk) menunjukkan jumlah responden (N) sebanyak 50, mempunyai Minimum adalah 30, Maksimum adalah 66, Mean adalah 53.02, dengan Standar Deviasi sebesar 8.110. Sedangkan untuk variabel Y (keputusan pembelian) menunjukkan jumlah responden (N) sebanyak 50, mempunyai Minimum adalah 32, Maksimum adalah 72, Mean adalah 54.88, dengan Standar Deviasi sebesar 7.526.

Hasil dari uji normalitas menunjukkan bahwa bahwa nilai *asymptotic* pada variabel X (kualitas produk) sebesar 0.959 dan variabel Y (keputusan pembelian) sebesar 0.458. Pada penelitian ini menggunakan SPSS dengan *Test For Linearity* (Tingkat kesalahan signifikan error) pada taraf signifikan 0.05. Jadi dapat disimpulkan kedua variabel berdistribusi normal karena variabel X $0.959 > 0.05$ dan variabel Y $0.458 > 0.05$

Berikut ini adalah hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan histogram dan plot normal:



Gambar 4.1. Histogram Uji Normalitas

Pada gambar diatas merupakan hasil uji normalitas dalam penelitian ini. Jadi, dapat diketahui bahwa sebaran data yang ada menyebar secara merata ke

semua daerah kurva normal. Dapat ditarik kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini mempunyai distribusi atau disebarkan secara normal.

a. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pada pengujian SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* (Tingkat kesalahan signifikan error) pada taraf signifikan 0.05 dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0.05.

Tabel 4. 7. Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keputusan kualitas	* Between Groups	(Combined)	1945.647	20	97.282	3.401	.001
		Linearity	1343.806	1	1343.806	46.973	.000
		Deviation from Linearity	601.840	19	31.676	1.107	.393
	Within Groups		829.633	29	28.608		
	Total		2775.280	49			

Berdasarkan hasil pengujian diatas telah diketahui bahwa nilai sig pada *Deviation from Linearity* sebesar 0.393. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat nilai hubungan yang linier antara variabel independen dan variabel dependen $0.393 > 0.05$

Uji Analisis Regresi

Analisis regresi adalah kajian terhadap hubungan satu variabel X dan variabel Y. Output analisis regresi adalah R (korelasi) sebesar 0.696. Nilai R berkisar antara -1 hingga 1 atau lebih besar dari 0.5. Sehingga 0.696 termasuk mempunyai korelasi yang cukup erat karena lebih dari 0.5 atau mendekati nilai 1.

Tabel 4. 10. Uji Anova

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1343.806	1	1343.806	45.060	.000 ^a
	Residual	1431.474	48	29.822		
	Total	2775.280	49			

a. Predictors: (Constant), kualitas

b. Dependent Variable: keputusan

Tabel diatas menunjukkan output kedua analisis uji F. Uji F digunakan agar bisa diketahui signifikansi hasil korelasi dan koefisien analisis regresi. Uji F diatas menunjukkan adalah signifikan maka dapat disimpulkan adanya korelasi atau pengaruh yang signifikan. Output diatas dapat dilihat nilai F hitung sebesar 45.060 dengan signifikansi 0.000. Berdasarkan pengujian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi dan pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk Air Kemasan Aqua terhadap Keputusan Pembelian. Ini dibuktikan dengan nilai Sig. Uji F sebesar $0.000 < 0.05$.

Tabel 4. 11. Nilai Koefisien Beta

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	20.644	5.158		4.002	.000	10.273	31.016					
kualitas	.646	.096	.696	6.713	.000	.452	.839	.696	.696	.696	1.000	1.000

a. Dependent Variable: keputusan

Berdasarkan uji T diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk air kemasan aqua dapat digunakan untuk memprediksikan tingkat keputusan pembelian dari konsumen. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk air kemasan aqua terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan adanya penjelasan bahwa Sig. Uji T < 0.05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kedua variabel tersebut.

Sehingga persamaan garis regresinya menjadi:

$$Y = a + bx$$

dimana:

a = Konstanta

bx = Nilai koefisien x

Persamaannya menjadi:

$$Y = 20.644 + 0.646x$$

Interpretasi koefisien regresi adalah:

Nilai konstanta sebesar 20.644. nilai konstanta ini menunjukkan bahwa dengan ditambahkan kualitas produk air kemasan aqua (variabel x) maka akan menambah keinginan konsumen untuk membuat keputusan pembelian sebesar 20.644. Nilai koefisien b sebesar 0.646. Angka ini menunjukkan bahwa dengan menambahkan kualitas produk air kemasan aqua akan menghasilkan perubahan terhadap keputusan pembelian sebesar 0.646.

Berdasarkan uji signifikansi yang telah dibuat dengan menggunakan SPSS versi 16. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Ini dibuktikan dilihat dari F hitung lebih besar dari pada F tabel pada taraf signifikan 1 %. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk air kemasan aqua terhadap keputusan pembelian. Setelah dilakukan uji analisis regresi telah didapat persamaan regresi linier sederhana $Y = 20.644 + 0.646x$. berdasarkan persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap (variabel x) kenaikan kualitas produk air kemasan aqua maka dapat menyebabkan kenaikan (variabel y) keputusan pembelian sebesar 0.646 pada konstanta 20.644.

Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kualitas produk air kemasan aqua semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian, begitu juga sebaliknya semakin rendah kualitas produk air kemasan aqua semakin rendah pula tingkat keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

Dalam buku Salusu, Brinckloe menjelaskan bahwa ada empat tingkat keputusan, yaitu:

- a. Keputusan otomatis (automatic decisions).
- b. Keputusan berdasarkan informasi (*expected information decision*).
- c. Keputusan berdasar berbagai pertimbangan (*factor weighting decision*).
- d. Keputusan berdasar ketidakpastian ganda (*dual uncertainty decisions*).

Jadi suatu keputusan pembelian tidak hanya dengan melihat kualitas produk melainkan dari banyak pertimbangan yang dibuat dan dipilih.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian penulis menarik kesimpulan bahwa semakin tinggi kualitas produk air kemasan aqua semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian, begitu juga sebaliknya semakin rendah kualitas produk air kemasan aqua semakin rendah pula tingkat keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Hal ini ditunjukkan dari persamaan linier sederhana $Y = 20.644 + 0.646X$. Maka dapat dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti signifikan. Jadi dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian air kemasan aqua pada masyarakat lingkungan IV di kelurahan Malendeng.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Gema Insani.
- Arviyan, Arifin, Veithzal, & Rivai. (2010). *Islamic Banking Sebuah Teori Konsep Dan Aplikasi*. PT Bumi Aksara.
- Ascarya. (2018). *Akad Dan Produk Bank Syariah*. PT Raja Grafindo Persada.
- Dahlan, A. (2012). *Bank Syariah Teoritik, Praktik Kritik*. Teras.
- Departemen Agama RI. (n.d.). Al-Qur'an Dan Tafsirnya Jilid II Juz 4,5,6. *Al-Qur'an Dan Tafsirnya Jilid II Juz 4,5,6*.
- Departemen Negara RI. (2006). Al-Qur'an Dan Terjemahannya. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.
- Inggriani, A. (2011). *Pembiayaan Al Murabahah Pada Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pembiayaan Kepemilikan Rumah)*. Universitas Indonesia.
- Karim, A. (2007). *Bank Islam Dan Analisis Fiqih Dan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Moleong, L. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- MUI, D. S. N. (2000). Fatwa DSN-MUI. *No.04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Murabahah*.
- Prabowo, B. (2009). Konsep Akad Murabahah Pada Perbankan Syariah (Analisa Kritis Terhadap Aplikasi Konsep Akad Murabahah Di Indonesia Dan Malaysia). *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 16(1).
- Pratama, A. (2018). *Nasabah Menggunakan and Pembiayaan Pensiunan*.
- Presiden Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang No.21 Tahun 2008. *Tentang Perbankan Syariah. Pasal 19 Ayat (1)*.
- The Third, International Conference, and On Law. (2016). *Icon-LBG*.
- Triyanta, A. (2016). *Hukum Perbankan Syariah Regulasi, Implementasi, Dan Formulasi Kepatuhan Terhadap Prinsip-Prinsip Islam*. Setara Press.