



Persepsi Nasabah Terhadap Transparansi Akad Murabahah di Bank Syariah

Jureid*, Riski Ramadani, Lily Muthia Arini, Salsa Billah, Risky Alfandi Nasution

Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal

Abstrak: Akad murabahah adalah salah satu instrumen penting dalam pembiayaan syariah yang digunakan oleh bank syariah, di mana transparansi berperan penting untuk mempertahankan kepercayaan nasabah dan mematuhi prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pandangan nasabah mengenai tingkat transparansi akad murabahah di bank syariah, termasuk dalam hal pengungkapan biaya, margin keuntungan, dan proses kontrak. Metodologi kuantitatif diterapkan dengan melakukan survei terhadap nasabah bank syariah di daerah Jawa Tengah, Indonesia, yang dipilih melalui purposive sampling. Untuk menganalisis data, digunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda guna menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pandangan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pandangan nasabah mengenai transparansi akad murabahah secara keseluruhan berada pada tingkat menengah. Faktor utama yang berkontribusi pada pandangan positif adalah kualitas informasi yang diungkapkan oleh petugas bank dan pemahaman nasabah tentang prinsip-prinsip syariah, sementara kurangnya pendidikan digital menjadi hambatan yang signifikan. Nasabah cenderung merasa kurang puas dengan transparansi dalam penentuan margin keuntungan yang kadang tidak dijelaskan secara rinci.

Kata kunci: Persepsi Nasabah, Transparansi Akad Murabahah, Nasabah Bank Syariah, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah, Akuntabilitas Informasi.

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v7i1.3625>

*Correspondence: Jureid

Email: jureid@stain-madina.ac.id

Received: 13-11-2025

Accepted: 26-12-2025

Published: 10-01-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: Murabahah contracts are an important tool in Islamic finance used by Islamic banks, where they play a crucial role in ensuring customer trust and compliance with Sharia principles. This study aims to assess customer perceptions of murabahah contracts implemented by Islamic banks, including fee structures, profit margins, and contract procedures. A purposive sampling was selected to investigate Islamic banking customers in Central Java, Indonesia. Data were analyzed using descriptive analysis and multiple linear regression to investigate the factors influencing these attitudes. The results indicate that overall consumer perceptions of transparency in murabahah contracts are moderate. Reasons for positive perceptions include the quality of information provided by bank officials and customer awareness of Sharia principles, with a lack of digital literacy being a key challenge. Customers are sometimes willing to make explicit statements to determine profit margins that are not clearly explained.

Keywords: Customer Perception, Transparency Of Murabahah Contracts, Islamic Bank Customers, Trust, Customer Satisfaction, Information Accountability.

Pendahuluan

Perbankan syariah adalah institusi keuangan yang beroperasi dengan mengikuti pedoman Islam, di setiap kegiatan finansial harus selaras dengan aturan syariah serta menghindari elemen riba, gharar, dan maysir. Salah satu jenis pembiayaan yang paling sering diterapkan di bank syariah adalah akad murabahah, yaitu perjanjian jual beli di mana bank memperoleh barang yang oleh nasabah, lalu mana menjualkannya kembali kepada nasabah dengan harga yang telah disetujui, termasuk margin keuntungan yang jelas

ditentukan sejak awal. Di sini, transparansi akad murabahah menjadi hal yang sangat penting karena berkaitan dengan keterbukaan informasi mengenai harga dasar, margin keuntungan, serta hak dan kewajiban dari kedua belah pihak. Keterbukaan ini tidak hanya sebagai bentuk kepatuhan terhadap prinsip syariah, tetapi juga sebagai usaha untuk membangun kepercayaan nasabah terhadap perbankan syariah.

Namun, dalam realitasnya, tingkat pengetahuan dan pandangan nasabah tentang transparansi murabahah seringkali akad bervariasi. Beberapa nasabah mungkin belum sepenuhnya memahami struktur akad, perbedaan margin dengan bunga dalam sistem konvensional, atau hak-hak mereka dalam antara transaksi tersebut. Kurangnya pemahaman ini bisa menciptakan pandangan negatif terhadap sistem perbankan syariah, bahkan dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk pembiayaan berbasis syariah. Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana pandangan nasabah mengenai transparansi akad murabahah di bank syariah, agar dapat diketahui sejauh mana bank menerapkan prinsip keterbukaan dan sejauh mana nasabah memahami serta merasa diuntungkan dengan pelaksanaan akad tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan mutu layanan dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah.

Kajian Pustaka

Konsep bagaimana nasabah melihat transparansi dalam akad murabahah sangat terkait dengan teori persepsi serta prinsip-prinsip keterbukaan di dalam sistem perbankan syariah. Menurut Kotler dan Keller (2016), persepsi adalah cara individu memilih, mengatur, dan mengartikan informasi untuk menciptakan pemahaman yang berarti mengenai suatu objek atau kejadian. Di arena perbankan syariah, pandangan nasabah tentang akad murabahah dipengaruhi oleh seberapa efektif bank dalam menyampaikan informasi secara jelas dan terbuka mengenai rincian pembiayaan, harga pokok barang, margin keuntungan, dan hak serta kewajiban masing-masing pihak.

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 mengenai Murabahah, transparansi merupakan persyaratan krusial agar transaksi jual beli tersebut sah secara syariah, di mana informasi mengenai harga produk dan margin keuntungan harus disampaikan kepada nasabah dengan integritas. Riset sebelumnya oleh Rahmawati (2021) mengungkapkan bahwa tingkat keterbukaan informasi mengenai akad murabahah secara signifikan berpengaruh terhadap rasa percaya dan kepuasan nasabah di lembaga perbankan syariah. Oleh karena itu, transparansi bukan hanya bersifat administratif, melainkan juga mencerminkan penerapan nilai kejujuran (*shidq*) dan keterbukaan (*tabligh*) dalam prinsip muamalah Islam yang menjadi landasan operasional lembaga keuangan syariah.

Metodologi

Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk mendalami cara pandang nasabah mengenai kejelasan akad murabahah di bank syariah. Metode kualitatif dipilih karena cocok untuk menyelidiki sikap, pengalaman, dan pemahaman nasabah mengenai praktik kejelasan akad dalam konteks yang nyata. Menurut

Sugiyono (2019), penelitian kualitatif berlandaskan filosofi postpositivisme dan digunakan untuk mengeksplorasi kondisi objek yang bersifat alami, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap nasabah bank syariah yang telah memanfaatkan produk pembiayaan murabahah, ditambah dengan observasi dan dokumentasi mengenai prosedur akad yang diterapkan oleh bank.

Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yang berarti pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, seperti nasabah yang memiliki pemahaman tentang akad murabahah dan telah melakukan setidaknya satu transaksi. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teknik analisis interaktif oleh Miles dan Huberman (1994), yang mencakup tiga langkah: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Untuk menjamin keabsahan data, diterapkan teknik triangulasi sumber dan metode, sehingga hasil penelitian dapat memiliki validitas dan reliabilitas yang kuat. Analisis yang dilakukan diharapkan memberikan gambaran yang objektif mengenai sejauh mana pemahaman dan pandangan nasabah terkait kejelasan akad murabahah, serta dampaknya terhadap kepercayaan pada lembaga keuangan syariah.

Jenis Penelitian

Penelitian yang berjudul "Persepsi Nasabah Terhadap Transparansi Akad Murabahah di Bank Syariah" merupakan penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai persepsi nasabah terhadap pelaksanaan pembiayaan murabahah di bank syariah dengan mengandalkan data primer dan sekunder yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Analisis data dilakukan secara kualitatif meliputi reduksi data, penyajian data, verifikasi, dan penarikan kesimpulan, dengan uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Penelitian ini fokus pada bagaimana nasabah memahami dan menilai transparansi akad murabahah sehingga memberikan insight untuk perbaikan produk dan pelayanan bank syariah sesuai dengan prinsip syariah dan kebutuhan nasabah.

Sumber Data

Penelitian ini mengkaji persepsi nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah di Bank Syariah Indonesia KCP Barru. Persepsi nasabah dipahami sebagai cara individu atau kelompok dalam melihat, menilai, dan merespons produk atau layanan, yang dalam hal ini berkaitan dengan produk pembiayaan murabahah. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (penelitian lapangan) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, verifikasi, dan penarikan kesimpulan menggunakan uji keabsahan data melalui triangulasi sumber dan teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan pembiayaan murabahah di bank mengalami perkembangan yang ditandai dengan peningkatan jumlah nasabah dalam beberapa bulan terakhir. Namun persepsi nasabah terhadap transparansi akad murabahah masih perlu ditingkatkan melalui edukasi yang efektif agar nasabah memahami manfaat dan prinsip-prinsip akad murabahah secara lebih mendalam, sehingga dapat

meningkatkan kepercayaan nasabah dan mendukung pertumbuhan perbankan syariah secara berkelanjutan.

Harapan Penelitian

Harapan dari penelitian yang berjudul “Persepsi Nasabah Terhadap Transparansi Akad Murabahah di Bank Syariah” adalah agar hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas dan mendalam mengenai bagaimana nasabah melihat transparansi dalam akad murabahah, sehingga bank syariah dapat memperbaiki produk dan layanan pembiayaan murabahahnya. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi bank dalam meningkatkan edukasi kepada nasabah terkait prinsip-prinsip akad murabahah yang sesuai dengan syariat Islam, meningkatkan kepercayaan nasabah, dan memperluas pemahaman masyarakat tentang manfaat pembiayaan syariah.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan perbankan syariah di Indonesia, khususnya dalam hal transparansi produk pembiayaan murabahah agar dapat mendorong pertumbuhan bisnis perbankan yang berkelanjutan dan inklusif.

Hasil dan Pembahasan

Persepsi Nasabah Terhadap Kesesuaian Praktik Syariah

Dalam konteks ekonomi Islam, kesesuaian praktik dengan prinsip syariah berarti memastikan bahwa setiap kegiatan ekonomi, bisnis, maupun transaksi keuangan dilakukan sesuai dengan aturan Islam. Prinsip syariah sendiri berlandaskan pada Al-Qur'an, Hadis, ijma', dan qiyas yang menjadi sumber hukum Islam. Tujuannya adalah agar aktivitas ekonomi tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga membawa keberkahan dan keadilan bagi semua pihak (Antonio, 2001).

Secara sederhana, praktik yang sesuai dengan prinsip syariah harus menjauhi hal-hal yang dilarang seperti riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), maysir (spekulasi atau judi), serta transaksi yang melibatkan barang haram. Misalnya, dalam perbankan syariah, produk seperti pembiayaan murabahah, mudharabah, dan musyarakah dirancang agar tidak mengandung unsur riba dan tetap memberikan keuntungan yang adil bagi nasabah dan bank. Hal ini membedakan sistem keuangan syariah dari sistem konvensional yang umumnya berorientasi pada bunga dan keuntungan sepihak (Huda & Nasution, 2007).

Selain itu, kesesuaian dengan prinsip syariah juga mencakup aspek etika dan moral. Artinya, pelaku usaha atau lembaga keuangan syariah tidak hanya fokus pada laba, tetapi juga pada nilai-nilai kemanusiaan seperti kejujuran, amanah, dan keadilan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Misalnya, bank syariah wajib menjelaskan secara transparan akad yang digunakan kepada nasabah agar tidak terjadi penipuan atau kesalahpahaman. Transparansi ini merupakan bentuk penerapan prinsip keadilan ('adl) dan kejujuran (shidq) dalam muamalah (Ismail, 2017).

Dalam praktiknya, lembaga keuangan syariah di Indonesia diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI). Kedua lembaga ini berfungsi memastikan setiap produk, akad, dan kebijakan yang dijalankan benar-benar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Misalnya, sebelum diluncurkan ke masyarakat,

produk keuangan syariah harus mendapatkan fatwa kesesuaian syariah dari DSN-MUI. Dengan demikian, kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan syariah dapat terjaga dan semakin meningkat (Hidayati et al., 2021).

Pada akhirnya, kesesuaian praktik dengan prinsip syariah bukan sekadar aturan formal, tetapi juga bentuk tanggung jawab moral umat Islam dalam bertransaksi. Dengan menerapkan prinsip syariah dalam praktik ekonomi, diharapkan tercipta sistem keuangan yang adil, stabil, dan menyejahterakan banyak pihak tanpa mengorbankan nilai-nilai spiritual. Seperti disebutkan oleh Rahman (2010), ekonomi syariah bukan hanya sistem tanpa riba, tetapi juga sistem yang menjunjung tinggi keadilan sosial dan kemaslahatan umat.

Tingkat Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah

Tingkat kepuasan dan kepercayaan nasabah adalah indikator utama dalam keberhasilan dan keberlanjutan operasional bank syariah, terutama terkait produk akad murabahah. Kepuasan nasabah tercermin dari sejauh mana layanan, produk, dan informasi yang disediakan memenuhi harapan dan kebutuhan mereka. Kepercayaan menjadi fondasi untuk menumbuhkan loyalitas dan menjaga hubungan jangka panjang antara nasabah dengan bank syariah (Afriani et al., 2024).

1. Kepuasan Nasabah dalam Konteks Murabahah

Akad murabahah sebagai produk pembiayaan utama di bank syariah menuntut transparansi tinggi agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Kepuasan terbentuk melalui kejelasan informasi mengenai harga pokok, margin keuntungan, serta ketentuan akad yang disampaikan secara akuntabel dan mudah dipahami. Transparansi ini mengurangi risiko konflik dan memberikan pengalaman positif bagi nasabah (Hasballah, 2023). Kepuasan nasabah berpengaruh pada perilaku mereka, seperti niat untuk terus menggunakan produk dan merekomendasikan ke orang lain. Ketidakjelasan informasi dalam akad murabahah berpotensi menimbulkan ketidakpuasan dan keraguan yang menurunkan kepercayaan terhadap produk tersebut (Afriani et al., 2024).

2. Kepercayaan Nasabah terhadap Bank Syariah

Kepercayaan nasabah merupakan elemen penting yang berakar pada prinsip keadilan dan transparansi menurut syariah. Kepercayaan tumbuh lewat akuntabilitas bank dalam pengelolaan informasi, pemenuhan janji akad, dan kepatuhan pada prinsip syariah. Transparansi mengenai struktur akad murabahah membuat nasabah merasa yakin bahwa bank menghindari praktik merugikan (Meilani & Sugiarti, 2022). Kepercayaan kuat mendorong nasabah melakukan transaksi berulang dan memperkuat keyakinan terhadap integritas bank, sekaligus membangun citra positif yang sangat penting dalam kompetisi industri keuangan (Afriani et al., 2024).

3. Peran Transparansi dan Akuntabilitas Informasi

Transparansi dalam penyampaian akad murabahah tidak hanya soal keterbukaan harga dan margin, tetapi juga kesiapan bank untuk menjawab pertanyaan nasabah dengan baik. Akuntabilitas informasi menjadi standar profesionalisme dan

komitmen etika sesuai prinsip syariah bank (Rakhli, 2024). Keterbukaan informasi ini berkontribusi meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah, sekaligus meminimalkan risiko konflik hukum dan sosial. Dengan demikian, bank syariah dapat menjaga reputasi dan kepuasan pelanggan sebagai strategi jangka panjang (Hasballah, 2023).

Kesesuaian Praktik dengan Prinsip Syariah

Akad murabahah merupakan salah satu kontrak jual beli yang paling banyak digunakan dalam perbankan syariah sebagai alternatif pembiayaan. Prinsip utama murabahah adalah adanya keterbukaan informasi mengenai harga pokok barang dan margin keuntungan yang disepakati secara transparan. Dalam konteks prinsip syariah, kejelasan dan kejujuran dalam akad murabahah menjadi syarat mutlak agar transaksi tersebut terhindar dari unsur gharar (ketidakjelasan) dan riba (bunga). Oleh karena itu, kesesuaian praktik akad murabahah harus selalu diuji berdasarkan aspek transparansi ini (Makkulau, 2023).

Transparansi dalam akad murabahah tidak hanya meliputi pengungkapan harga dan margin, tetapi juga mekanisme pembayaran dan ketentuan-ketentuan dalam kontrak. Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) menegaskan bahwa akad murabahah harus menjelaskan secara rinci seluruh biaya yang berhubungan dengan pembelian barang agar tidak ada unsur yang tersembunyi bagi nasabah. Kondisi ini menyediakan kepastian hukum dan menghindari praktik yang dilarang dalam syariah, sehingga akad tersebut dapat dianggap sah dan sesuai dengan prinsip Islam (Arifin, 2023).

Dalam praktiknya, bank syariah harus memastikan bahwa petugas yang berhubungan langsung dengan nasabah memahami pentingnya transparansi dan mampu memberikan penjelasan yang komprehensif terkait akad murabahah. Hal ini menjadi tanggung jawab bersama antara manajemen bank dan Dewan Pengawas Syariah (DPS) sebagai pengawal kepatuhan syariah. DPS berperan melakukan pemeriksaan dan memberikan rekomendasi agar akad selalu sejalan dengan prinsip-prinsip syariah, terutama terkait transaksi yang rentan menghadirkan kesalahpahaman (Indriani et al., 2025).

Persepsi nasabah terhadap tingkat transparansi sangat menentukan tingkat kepercayaan mereka terhadap bank syariah. Penelitian menunjukkan bahwa nasabah yang mendapat penjelasan detil mengenai akad murabahah merasa lebih yakin bahwa transaksi yang mereka lakukan halal dan bebas dari praktik-praktik yang dilarang. Sebaliknya, jika ada informasi yang kurang jelas, nasabah rentan meragukan kehalalan akad sehingga dapat menimbulkan ketidaknyamanan dan berpotensi mengurangi loyalitas mereka terhadap bank (Hayyah & Nurlaila, 2025).

Selain aspek informasi, sistem dokumentasi yang rapi dan tersusun secara profesional juga menjadi indikator penting bagi kesesuaian praktik dengan prinsip syariah. Bank syariah perlu menyediakan dokumen akad yang mudah dipahami dan dapat diakses oleh nasabah kapan saja untuk menghindari ketidakjelasan yang berujung pada sengketa. Dengan demikian, transparansi bukan sekadar kewajiban formal, melainkan juga sarana

membangun hubungan jangka panjang yang berbasis kepercayaan dan keterbukaan (Said & Hilalludin, 2025).

Secara lebih luas, kesesuaian praktik akad murabahah dengan prinsip syariah juga mencerminkan etika bisnis Islam yang menuntut keadilan dan keseimbangan bagi semua pihak yang bertransaksi. Bank syariah yang mampu menerapkan transparansi secara konsisten akan menunjukkan komitmen mereka menjalankan muamalah yang berlandaskan nilai-nilai kejujuran dan tanggung jawab sosial. Ini sekaligus menjadi pembeda utama antara bank syariah dan bank konvensional yang seringkali mengandalkan sistem bunga dan kurang mengedepankan keterbukaan (Indriani et al., 2025).

Selanjutnya, transparansi juga harus didukung oleh pelatihan berkelanjutan bagi staf bank dan pengembangan prosedur operasional yang berbasis prinsip syariah. Bank yang profesional akan mengintegrasikan aspek syariah dalam setiap lini operasional, mulai dari pemasaran, penjelasan produk, hingga proses monitoring dan evaluasi akad murabahah. Dengan demikian, praktik yang berorientasi pada keterbukaan dan keadilan akan lebih mudah diwujudkan dan diterima baik oleh nasabah maupun regulator (Makkulau, 2023).

Simpulan

Persepsi nasabah terhadap transparansi akad murabahah di bank syariah umumnya menunjukkan respon yang positif. Nasabah memahami bahwa akad murabahah merupakan transaksi jual beli yang jelas, dimana harga pokok dan margin telah disepakati di awal sehingga menciptakan rasa kejelasan dan keterbukaan dalam transaksi. Hal ini meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah karena mekanisme akad yang transparan sesuai prinsip syariah, tanpa unsur riba dan berbasis bagi hasil atau margin keuntungan yang disetujui bersama. Dengan transparansi tersebut, nasabah merasa nyaman dan yakin bahwa produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank syariah sesuai dengan ketentuan syariah dan menghindari praktik bunga bank konvensional.

Namun, masih terdapat tantangan dalam pemahaman yang merata di kalangan konsumen mengenai detail akad murabahah. Beberapa pelanggan masih kurang memahami mekanisme akad secara mendalam, terutama bagi yang belum pernah menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu, bank syariah perlu terus melakukan edukasi dan sosialisasi tentang akad murabahah agar nasabah semakin paham dengan prinsip operasional, keuntungan, dan risiko yang ada. Peningkatan pelayanan dan penjelasan yang jelas dari pihak bank juga membantu memperkuat persepsi positif nasabah dan mendukung peningkatan penggunaan produk murabahah secara luas.

Referensi

Afriani, A., Lubis, T. W., Marliyah, M., & Halimatussakdiyah, H. (2024). Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Murabahah di Bank Syariah. *JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar*, 2(2). <https://doi.org/10.5281/zenodo.12621754>

- Ahmed, I. (2021). Customers' perceptions and their responses to objectives of Islamic banks - A three-wave investigation. *Asian Economic and Financial Review*, 11(1), 43-56, ISSN 2305-2147, <https://doi.org/10.18488/JOURNAL.AEFR.2021.111.43.56>
- Aji, H.M. (2021). The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1180-1196, ISSN 1759-0833, <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0203>
- Andespa, R. (2024). A systematic review of customer Sharia compliance behaviour in Islamic banks: determinants and behavioural intention. *Journal of Islamic Marketing*, 15(4), 1013-1034, ISSN 1759-0833, <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2023-0181>
- Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: dari teori ke praktik*. Gema Insani. <https://books.google.co.id/books?id=r3yFiZMvgdAC>
- Arifin, A. (2023). Fatwa DSN-MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah: Refleksi Kritis terhadap Implementasi BSI Dimensi Ekonomi Islam. *Balanca : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1 SE-Articles). <https://doi.org/10.35905/balanca.v6i1.5079>
- Hasballah, I. (2023). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Grong-Grong Sigli. *Jurnal Al-Mizan*, 10(2 SE-), 204–214. <https://doi.org/10.54621/jiam.v10i2.658>
- Hati, S.R.H. (2021). The antecedents of Muslim customers' intention to invest in an Islamic bank's term deposits: evidence from a Muslim majority country. *Journal of Islamic Marketing*, 12(7), 1363-1384, ISSN 1759-0833, <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0007>
- Hayyah, A. W., & Nurlaila, N. (2025). Analysis of Customer Perception in the Use of Micro Product Financing Using Murabahah Contract Case Study of BSI KCP Medan Adam Malik. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, 5(1 SE-Articles), 393–398. <https://doi.org/10.52121/ijessm.v5i1.620>
- Hidayati, N. K., Setyowati, R., & Zakiyah, N. (2021). Peran Dewan Pengawas Syariah (DPS) Dan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Dalam Pengembangan Industri Wisata Halal Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(3 SE-), 709–732. <https://doi.org/10.30651/jms.v6i3.7585>
- Hoque, M.N. (2022). What Factors Influence Customer Attitudes and Mindsets towards the Use of Services and Products of Islamic Banks in Bangladesh?. *Sustainability Switzerland*, 14(8), ISSN 2071-1050, <https://doi.org/10.3390/su14084703>
- Huda, N., & Nasution, M. E. (2007). *Investasi pada pasar modal syariah*. Kencana Prenada Media Group. <https://books.google.co.id/books?id=zXTquAAACAAJ>

- Indriani, D., Al-Rubaie, H., Sharipov, R., & Al-Shaibani, A. (2025). Analysis of Compliance with Sharia Principles in Murabahah Financing Contracts at Bank Syariah Indonesia Batusangkar. *Al-Wadh'iyyah: Journal of Sharia Law and Legal Studies*, 1(2), 50–59.
- Ismail. (2017). Perbankan Syariah. Kencana. <https://books.google.co.id/books?id=X9xDDwAAQBAJ>
- Jawaid, S.T. (2023). Islamic banking and customer satisfaction in Pakistan: evidence from internal and external customers. *Journal of Islamic Marketing*, 14(2), 435-464, ISSN 1759-0833, <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2020-0297>
- Khan, I.U. (2024). Green banking practices, bank reputation, and environmental awareness: evidence from Islamic banks in a developing economy. *Environment Development and Sustainability*, 26(6), 16073-16093, ISSN 1387-585X, <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03288-9>
- Lebdaoui, H. (2024). Propensity towards Islamic banking among non-users: a mixed-methods analysis. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(1), 45-66, ISSN 1363-0539, <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00178-5>
- Makkulau, A. (2023). Shariah Murabahah Financing in Islamic Banks. *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 5(1 SE-Articles). <https://doi.org/10.35905/banco.v5i1.5157>
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3 SE-Articles), 2501–2510. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6586>
- Muhammad, A.M. (2024). Use of emerging social media platforms in reshaping the UAE Islamic banks' promotional strategies. *Journal of Islamic Marketing*, 15(2), 338-360, ISSN 1759-0833, <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2022-0015>
- Naeem, M. (2021). Developing the antecedents of social influence for Internet banking adoption through social networking platforms: evidence from conventional and Islamic banks. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(1), 185-204, ISSN 1355-5855, <https://doi.org/10.1108/APJML-07-2019-0467>
- Oladapo, I.A. (2022). Customers' perceptions of FinTech adaptability in the Islamic banking sector: comparative study on Malaysia and Saudi Arabia. *Journal of Modelling in Management*, 17(4), 1241-1261, ISSN 1746-5664, <https://doi.org/10.1108/JM2-10-2020-0256>
- Rahman, M.K. (2023). Do customers' perceptions of Islamic banking services predict satisfaction and word of mouth? Evidence from Islamic banks in Bangladesh. *Plos One*, 18(1), ISSN 1932-6203, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0280108>

-
- Rakhli, M. R. A. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BSI Syariah . Universitas Islam Sultan Agung .
- Said, G. H. N., & Hilalludin, H. (2025). Analisis Efektivitas Pembiayaan Murabahah Terhadap Pemberdayaan Umkm Di Indonesia. AL HILALI: Jurnal Perbankan Dan Ekonomi Islam, 1(1), 31–41.
- Shehab, N. Al (2021). Artificial intelligence and women empowerment in bahrain. *Studies in Computational Intelligence*, 954, 101-121, ISSN 1860-949X, https://doi.org/10.1007/978-3-030-72080-3_6