

PSIKOLOGIS NASABAH BANK KORBAN PENGGELAPAN DI PEKALONGAN

Gunardie Lie¹, Putri Alika Nurhanifa² & Moody Rizqy Syailendra³

¹Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara
Email: gunardi@fh.untar.ac.id

²Program Studi Psikologi, Universitas Tarumanagara
Email: putrialika2002@gmail.com

³Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara
Email: moodys@fh.untar.ac.id

ABSTRACT

The use of services and marketing offered by financial business entities, namely banks, is something that has been utilized by most Indonesians. Moreover, banks have benefits that are divided into 2 types, namely commercial banks and also people's credit banks (BPR). In making decisions on the use of banks, this requires consideration. This is influenced by four factors, namely motivation, perception, learning and trust and attitudes. If someone has decided to use a bank as a medium or intermediary for finances, then this becomes a responsibility placed on the organizer. This has been regulated in PBI No. 22/20/PBI/2020 LN for Consumer Protection of Bank Indonesia. However, the existence of a case like the one that occurred in 234 customers who became victims of embezzlement of financial funds which caused losses of up to IDR 6.2 M is very worrying, especially in the geographical condition of consumers or customers. There is a sense of unease among customers that has an impact on other bank customers who are worried that something similar could happen to them. This research was conducted using a descriptive qualitative method utilizing literature studies derived from previous research such as journals and also combined with Bank Indonesia Regulations. This study aims to find out what regulations are able to protect consumers or bank customers in entrusting financial funds, analyze the review of Bank Indonesia Regulations in protecting consumers or customers and also how the psychological condition of bank customers who have entrusted their finances to the bank but apparently become victims of embezzlement with high losses.

Keywords: Customer, protection, psychological

ABSTRAK

Penggunaan layanan serta pemasaran yang ditawarkan oleh badan usaha keuangan yakni bank merupakan hal yang telah dimanfaatkan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Terlebih Bank memiliki manfaat yang dibedakan menjadi 2 jenis yakni Bank umum dan juga Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Dalam menjustifikasi putusan atas penggunaan bank, ini memerlukan adanya pertimbangan. Hal ini dipengaruhi oleh empat faktor yakni adanya motivasi, persepsi, pembelajaran serta kepercayaan dan juga sikap. Bila seseorang telah memutuskan untuk memanfaatkan bank sebagai media atau perantara terhadap keuangan, maka ini menjadi sebuah tanggung jawab yang diembankan pada penyelenggara. Hal ini telah diatur dalam PBI No. 22/20/PBI/2020 LN Perlindungan Konsumen Bank Indonesia. Namun adanya sebuah kasus seperti yang terjadi terhadap 234 nasabah yang menjadi korban penggelapan dana keuangan yang menimbulkan kerugian hingga Rp6,2 M menjadi hal yang sangat mengkhawatirkan, terlebih pada kondisi psikologis konsumen atau nasabah. Muncul rasa ketidaksenangan para nasabah yang memberikan dampak pada nasabah bank lain yang mengkhawatirkan hal serupa dapat terjadi pada mereka. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif memanfaatkan kajian kepustakaan berasal dari penelitian terdahulu seperti jurnal dan juga dikombinasi dengan Peraturan Bank Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peraturan apa yang mampu melindungi konsumen atau nasabah bank dalam mempercayakan dana keuangan, menganalisa peninjauan Peraturan Bank Indonesia dalam melindungi konsumen atau nasabah dan juga bagaimana kondisi psikologis nasabah bank yang telah mempercayakan keuangannya pada pihak bank namun rupanya menjadi korban penggelapan dengan kerugian yang tinggi.

Kata Kunci: Nasabah, perlindungan, psikologis

1. PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan bantuan orang lain dalam memenuhi segala hal yang dibutuhkan. Termasuk dalam hal keuangan, manusia tentu saja membutuhkan

tempat atau pihak yang mampu membantu pengelolaan dana keuangannya. Hal ini kemudian munculah bank, sebagaimana menjadi tempat untuk menyimpan dana keuangan. Selain dimanfaatkan oleh perorangan, bank juga dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan besar dalam menyimpan dan juga melakukan transfer pada orang atau pihak lain. Dalam hal ini, penyimpanan uang dalam atau pada bank memerlukan adanya kepercayaan individu terhadap bank untuk memastikan apakah dana yang disimpan akan aman atau tidak.

Sehubungan dengan adanya rasa kepercayaan individu terhadap penitipan, penyimpanan dan juga pengelolaan dana keuangan pada bank, tentu saja hal ini tidak akan semudah yang dibayangkan. Individu yang memanfaatkan adanya bank ini disebut sebagai konsumen atau lebih tepatnya yakni nasabah. Nasabah akan memutuskan apakah ia akan menyimpan uangnya pada suatu bank akan didasari oleh pengaruh keputusan baik yang bersifat internal maupun eksternalnya. Pada faktor eksternal, akan dikombinasi dengan adanya stimulasi dari pemasaran dan juga rangsangan lain yang diberikan pada pihak bank kepada calon nasabah. Sedangkan pada faktor internalnya akan dipengaruhi dengan kepribadian serta keadaan psikologisnya (Darmawati et al., 2007).

Dikutip dari salah satu media massa, tribun Banten meliput adanya permasalahan yang menyangkut eksistensi bank. Di mana disebutkan bahwasanya selama kurun waktu 9 tahun, sebanyak 234 nasabah bank menjadi korban penggelapan dana keuangan yang menyebabkan kerugian hingga Rp6,2M. Tentu saja ini menjadi salah satu pukulan bagi para nasabah untuk lebih berhati-hati dalam memilih dan memilah bank yang akan dipilih dan diberi kepercayaan baik dalam penyimpanan hingga pengelolaan dana keuangan (Lazuardy, 2022). Kasus ini menjadi sebuah bahasan yang menarik, lantaran berkaitan dengan kondisi psikologis para nasabah yang menjadi korban dalam kasus penggelapan ini. Mengingat ada kepercayaan dan juga waktu yang dikorbankan selama penyimpanan dana keuangan ini. Makalah ini akan meninjau segi psikologis nasabah korban penggelapan dana keuangan dengan mengkombinasikan perlindungan yang diberikan oleh Undang-Undang.

Rumusan Masalah adalah sebagai berikut: bagaimana kebijakan & tinjauan Peraturan Bank Indonesia terhadap perlindungan nasabah? dan bagaimana tinjauan sisi psikologis nasabah korban penggelapan dana keuangan pada bank di wilayah Pekalongan?

Tujuan Penulisan adalah sebagai berikut: (a) guna mengetahui peraturan apa yang mampu melindungi konsumen atau nasabah bank dalam mempercayakan dana keuangan; (b) guna menganalisa peninjauan Peraturan Bank Indonesia dalam melindungi konsumen atau nasabah; (c) guna menganalisa bagaimana kondisi psikologis nasabah bank yang telah mempercayakan keuangannya pada pihak bank namun rupanya menjadi korban penggelapan dengan kerugian yang tinggi.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif memanfaatkan kajian kepustakaan berasal dari penelitian terdahulu seperti jurnal dan juga dikombinasi dengan Peraturan Bank Indonesia.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Motivasi merupakan keinginan dari diri seseorang untuk melakukan suatu hal demi tujuan tertentu yang di mana motivasi ini dipengaruhi oleh faktor intrinsik & ekstrinsik dari diri seseorang tersebut. Faktor intrinsik adalah kondisi di mana keinginan/motivasi nya berasal dari

dalam diri seseorang dan tidak dipengaruhi oleh rangsangan luar. Biasanya ketika seseorang sudah memiliki motivasi intrinsik dalam melakukan suatu hal, maka ia tidak mudah goyah ketika ada berbagai distraksi. Hal ini dikarenakan motivasi intrinsik nya lebih kuat dibandingkan dengan distraksi yang ada. Sedangkan motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang berasal dari rangsangan luar, seperti pengaruh lingkungan, ekonomi, sosial, dan budaya. Sehingga dapat dikatakan motivasi intrinsik lebih kuat pengaruhnya dibandingkan motivasi ekstrinsik dalam menuntun seseorang untuk mencapai tujuannya.

Terdapat beberapa tokoh-tokoh psikologi yang menjelaskan tentang teori motivasi. Salah satunya adalah Maslow (1970) yang menjelaskan tentang Teori Kebutuhan Maslow/*Maslow's Hierarchy of Needs*. Maslow mengemukakan bahwasanya setiap individu memiliki kebutuhannya masing-masing yang dapat digambarkan dalam lima tingkatan berbentuk piramida yang terdiri dari kebutuhan *physiologis*, *safety*, *love & belonging*, *self-esteem* dan *self actualization*. Kelima jenis kebutuhan tersebut merupakan tingkatan dari kebutuhan dasar hingga kebutuhan kompleks. Maslow juga menjelaskan bahwasanya sebaiknya seorang individu harus dapat memenuhi kebutuhan dasarnya terlebih dahulu kemudian memenuhi kebutuhan-kebutuhan di tingkatan berikutnya. Berikut penjabaran dari kelima tingkatan tersebut: (a) Kebutuhan *physiologis* (fisiologis): mencakup kebutuhan akan makan, minum, tidur, kesehatan jasmani, seks; (b) Kebutuhan *safety* (rasa aman): merasa aman dan terlindungi, jauh dari bahaya, keselamatan & perlindungan terhadap kerugian fisik & emosional; (c) Kebutuhan *love & belonging* (rasa cinta): berafiliasi dengan orang lain, kasih sayang, rasa dimiliki, diterima baik, dan persahabatan; (d) Kebutuhan *self-esteem* (penghargaan): berprestasi, berkompetensi, dan mendapatkan dukungan serta pengakuan, mencakup faktor rasa hormat internal seperti harga diri, otonomi, dan prestasi; dan faktor hormat eksternal seperti status, pengakuan, dan perhatian; (e) Kebutuhan *self-actualization* (aktualisasi diri): mencakup pertumbuhan, mencapai potensialnya, dan pemenuhan diri

Persepsi adalah perihal bagaimana seseorang dapat termotivasi dalam segala tindakannya akan dipengaruhi oleh adanya persepsi diri yang muncul pada situasi tertentu. Sebagaimana pendapat Lamb, Hair dan juga McDaniel (dalam Andespa 2017) bahwasanya persepsi merupakan proses yang menunjukkan adanya proses penentuan pilihan, pengaturan dan juga penginterpretasian terhadap rangsangan yang dalam penggambarannya mampu memberikan adanya makna yang melekat. Disamping itu, persepsi merupakan proses yang akan dilalui oleh setiap orang dalam menentukan pilihannya, melakukan pengorganisasian serta interpretasi terhadap informasi yang dapat digunakan sebagai bentuk penggambaran tentang dunia yang berarti.

Pembelajaran menurut Kotler dan juga Armstrong (2011) menyatakan bahwasanya pembelajaran merupakan suatu perubahan yang terjadi terhadap perilaku seseorang yang muncul dari suatu pengalaman yang dilalui olehnya. Teori pembelajaran memberikan pengajaran terhadap para pemasar bahwasanya mereka mampu membangun adanya permintaan atas sebuah produk yang memiliki keterkaitan yang kuat dengan pengimbangan terhadap penggunaan petunjuk yang mampu memberikan dorongan ataupun motivasi serta penguatan secara positif.

Keyakinan merupakan bentuk dari adanya citra produk dan merk serta individu yang bertindak. Ini masih termasuk pada keyakinan individu terhadap layanan yang menjual produk maupun memasarkan jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan bersama meskipun diikuti dengan tujuan pribadi. Di mana keyakinan ini merupakan penggambaran atas pola pikir yang dianut oleh seseorang perihal suatu hal. Sedangkan nantinya sikap yang akan muncul ini dipicu oleh adanya keyakinan, dengan kata lain sikap akan mengikuti bagaimana dan sejauh mana kepercayaan

seseorang mampu mempengaruhi apa yang dipilih dan dipercaya.

Pengertian bank bila didasarkan pada UU No. 10 Tahun 1998 pada Pasal 1 ayat (2) sebagaimana perubahan atas UU RI No. & tahun 1992 LN perbankan, menyatakan bahwasanya bank merupakan badan usaha yang melakukan penghimpunan atas dana milik masyarakat dengan bentuk simpanan serta penyaluran kembali pada masyarakat dengan bentuk kredit serta bentuk-bentuk lainnya. Hal ini masih dalam rangka melakukan peningkatan terhadap taraf hidup rakyat banyak (Mirawati & Fernos, 2019).

Adapun pengertian perihal bank yang dilandaskan pada Pasal 5 ayat (1) pada UU No. 10 tahun 1998 yang merupakan perubahan atas UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan yang merupakan pembagian jenis bank yakni: (a) Bank umum yang merupakan badan usaha sebagai pelaksana kegiatan usaha konvensional dana atau didasarkan pada prinsip syariah yang terdapat pada kegiatannya memberikan adanya jasa atas lalu lintas pembayaran; (b) Bank Perkreditan Rakyat yang merupakan bank yang melakukan pelaksanaan terhadap kegiatan usaha secara konvensional atau didasarkan pada prinsip syariah yang pada kegiatannya tidak memberikan adanya jasa lalu lintas pembayaran.

Bila didasarkan pada pengertian yang berdasarkan UU tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwasanya bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki lingkup usaha terhadap pelayanan kredit serta kumpulan jasa pada lalu lintas pembayaran. Disamping adanya pengertian bank, hal ini juga diimbangi dengan adanya asas yang mana sesuai dengan UU No. 10 tahun 1998 yang merupakan perubahan atas adanya UU RI No. 7 Tahun 1992 LN perbankan. Perbankan Indonesia pada upaya pelaksanaannya didasarkan pada prinsip demokrasi ekonomi dengan penyeimbangan pada prinsip kehati-hatian.

Dari adanya asas bank, ini akan menuai tujuan bank yang diartikan dengan adanya penunjang terhadap pelaksanaan pembangunan nasional atas rangka peningkatan terhadap pemerataan yang dilakukan terhadap pembangunan dan kumpulan hasilnya, kemudian terhadap pertumbuhan ekonominya dan sebagaimana adanya kestabilan nasional yang mengarah pada upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat banyak. Berikut merupakan fungsi bank yang merupakan badan penghimpun dana milik masyarakat serta akan disalurkan kembali pada masyarakat dengan tujuan atau sebagai *financial intermediary* dengan didasarkan pada masing-masing jenisnya seperti di bawah ini: (a) Bank Umum merupakan bank sebagai badan pelaksana kegiatan usaha secara konvensional yang didasarkan pada prinsip syariah dalam setiap kegiatannya dengan memberikan adanya jasa lalu lintas pembayaran. Jasa dalam hal ini memiliki sifat umum, yang dimaknai dengan adanya pemberian seluruh layanan yang ada. Hal ini juga diimbangi dengan adanya wilayah operasional. Bank dengan jenis dan fungsi ini merupakan bank komersil; (b) Bank Perkreditan Rakyat (BPR) ini merupakan bank yang melakukan pelaksanaan terhadap kegiatan usaha konvensional atau didasarkan pada prinsip syariah yang pada kegiatannya tidak memberikan adanya jasa lalu lintas pembayaran. Makna dari pengertian tersebut berujung pada kegiatan BPR yang jauh lebih sempit bila dibandingkan dengan adanya kegiatan bank umum.

Menurut Marimin et al., (2015) memberikan pendapatnya bahwasanya bank merupakan salah satu lembaga negara yang bergelut pada bidang keuangan dengan peranan yang penting sebagaimana menjadi perantara keuangan terhadap perekonomian suatu negara.

Peraturan Bank Indonesia. Dalam penggunaan layanan bank tentu saja juga memberikan adanya

perlindungan terhadap konsumen atau nasabah bank. Ini ditujukan bagi keamanan dan juga kenyamanan pihak konsumen dalam mempercayakan dana keuangannya pada bank. Hal ini sebagaimana diatur dalam PBI No. 22/20/PBI/2020 LN Perlindungan Konsumen Bank Indonesia. Hal ini kemudian ditegaskan pada Bab 1 Pasal 1 ayat (1) yang menyatakan bahwasanya konsumen merupakan pihak perseorangan ataupun badan, baik berbentuk badan hukum maupun non-hukum yang memanfaatkan produk ataupun jasa dari pihak penyelenggara. Kemudian pada Pasal 7 ayat (1) menyatakan adanya beberapa prinsip diantaranya adanya kesetaraan dengan diimbangi perlakuan yang adil. Bila dihubungkan, maka setiap konsumen berhak mendapatkan perlindungan yang sesuai dengan prinsip yang ada pada pasal dan ayat tersebut. Sehingga apabila terjadi sebuah pembedaan dengan perlakuan yang berbeda pula, pihak konsumen dapat melayangkan pengajuan pertanggungjawaban pada pihak penyelenggara atas layanan dan perlakuan yang tidak sesuai yang didapatkannya.

Perihal perlindungan yang diberikan oleh penyelenggara terhadap konsumen atau nasabah diatur dalam Pasal 33 mulai dari ayat (1) sampai dengan ayat (4) yang menyatakan bahwasanya perlindungan terhadap konsumen ini juga meliputi adanya perlindungan terhadap data pribadi pihak konsumen terhadap pihak lain. Apabila terjadi pemberitahuan informasi terkait konsumen tersebut maka harus diikuti dengan persetujuan, apabila tidak ada persetujuan namun hal tersebut tetap dilakukan maka akan mendapat teguran baik berupa tertulis hingga pencabutan izin ketenagakerjaan bagi pihak penyelenggara yang melanggar ketentuan ini.

Motivasi yang dimiliki oleh konsumen merupakan hal yang berhubungan dengan kebutuhan yang cukup besar dalam memberikan dorongan terhadap konsumen atas tindakan yang diperbuatnya (Andespa, 2017). Bila didasarkan pada hierarki kebutuhan yang dikemukakan oleh Abraham Maslow, pada level kebutuhan akan membutuhkan adanya kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan serta adanya kebutuhan pengaktualisasian diri.

Sebagaimana kasus yang terjadi terhadap 234 nasabah Bank yang ada di wilayah Pekalongan yang menjadi korban penggelapan dana keuangan. Rupanya kerugian yang ditimbulkan adanya kasus ini ditaksir mencapai Rp6,2M. Bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, tentunya bukan nominal yang sedikit. Kasus ini tentunya berhubungan dengan psikologis nasabah. Di mana terdapat kepercayaan dan waktu yang habis tersita, namun berujung sebuah penggelapan. Ini bukanlah hal yang diharapkan oleh setiap nasabah. Bila ditinjau dari sisi psikologisnya, keputusan konsumen dalam memilih bank akan didasarkan pada 4 faktor yang mempengaruhi yaitu Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, serta Keyakinan dan Sikap.

Dengan melibatkan adanya 4 faktor tersebut, tentu saja kondisi psikologis 234 nasabah tidak baik-baik saja. Pasalnya, sudah ada beberapa pertimbangan yang tentu terlintas di benak para nasabah. Berikut uraian sebagai penggambaran 4 faktor dalam pertimbangan nasabah:

(a) Motivasi

Tentu saja para konsumen atau nasabah memiliki tujuan hidup masing-masing yang digantungkan pada kondisi keuangan masing-masing. Hal ini belum juga diikuti dengan adanya program layanan seperti program haji maupun program lainnya yang ditawarkan oleh penyelenggara. Ini akan menjadi sebuah motivasi tersendiri bagi nasabah agar bisa mencapai tujuannya, sehingga bisa dikatakan keinginan dalam pemenuhan ini akan ditunaikan dengan perantara bank. Bila dihubungkan dengan teori kebutuhan dari Abraham Maslow, terlihat bahwa tingkatan kedua dari kebutuhan dasar seseorang yakni adalah kebutuhan akan rasa aman. Di

mana seseorang ingin merasa aman dan terlindungi, jauh dari bahaya, keselamatan & perlindungan terhadap kerugian fisik & emosional. Ini juga terjadi pada nasabah yang menitipkan & mempercayakan keuangannya dipegang oleh bank. Mereka ingin uang yang telah mereka kumpulkan terjaga & terjamin keamanannya. Oleh karena itu mereka menitipkan uangnya di bank dengan motivasi ingin merasa aman & terlindungi dari kerugian fisik & emosional. Jika mereka menaruh uangnya di rumah, ini belum tentu uangnya dapat tersimpan dengan baik. Dengan adanya bank dan fungsi dari bank itu sendiri, maka nasabah memutuskan untuk menaruh uangnya & mempercayakan bank untuk menyimpannya.

(b) Persepsi

Sebagian besar masyarakat Indonesia pasti percaya, bahwasanya dalam melakukan pengorganisasian keuangan akan mudah bila disimpan atau dimanajemenkan melalui bank. Bisa dikatakan ini bahkan menjadi persepsi umum yang sudah diketahui oleh banyak pihak. Sehingga dalam hal menabung, menyimpan ataupun transaksi melalui bank menjadi persepsi sebagai bentuk kemudahan dalam pengelolaan uang. Ini akan memicu timbulnya keyakinan dan juga tindak-tanduk konsumen.

(c) Pembelajaran

Seseorang dalam mengelola keuangan tentu saja sudah tahu-menahu, bahwasanya salah satu pihak atau badan yang bisa dimanfaatkan yakni bank. Dengan begitu, pengalaman dan pengetahuan tentang bank ini akan menjadi sebuah pembelajaran bagi setiap individu akan informasi yang diketahui tentang bank. Sehingga secara tidak langsung akan muncul anggapan bahwasanya penyimpanan ataupun transaksi pada bank merupakan salah satu solusi yang baik dalam mengatur keuangan.

(d) Keyakinan dan Sikap

Melalui motivasi, persepsi dan juga pembelajaran akan menuai keyakinan serta sikap yang mengikuti. Tentu saja tingkat kepercayaan masyarakat tinggi terhadap kinerja bank sebagaimana merupakan badan usaha yang bergerak dibidang keuangan yang sesuai dengan deskripsi, tujuan serta fungsi yang disandarkan pada PBI. Bila dilihat secara logika, tidak mungkin seseorang akan yakin terhadap bank bila tidak diimbangi dengan peraturan yang dapat melindungi pihak konsumen maupun menjadi acuan peraturan bagi penyelenggara. Jadi, ketika akan melakukan sebuah kegiatan yang meliputi keuangan akan dipercayakan dan yakin kepada pihak bank. Terdapat kemungkinan terburuk, bahwasanya seseorang lupa akan keburukan maupun sisi gelap bank. Sehingga tidak memperhatikan resiko apa yang dapat timbul dan menjadi sebuah malapetaka bagi diri sendiri.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Seburuk apapun Bank, seharusnya memiliki manajemen yang kuat apabila terjadi sebuah ketidakstabilan ekonomi yang melanda bank tersebut. Sehingga tidak akan menimbulkan sebuah kasus atau kejadian yang mengharuskan adanya penggelapan uang. Namun tidak bisa dipungkiri bahwasanya kesalahan ini dapat dilakukan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. pada UU No. 10 Tahun 1998 pada Pasal 1 ayat (2) sebagaimana perubahan atas UU RI No. & tahun 1992 LN perbankan, menyatakan bahwasanya bank merupakan badan usaha yang melakukan penghimpunan atas dana milik masyarakat dengan bentuk simpanan serta penyaluran kembali pada masyarakat dengan bentuk kredit serta bentuk-bentuk lainnya. Dalam hal perlindungan konsumen atau nasabah bank, diatur dalam PBI No. 22/20/PBI/2020 LN Perlindungan Konsumen Bank Indonesia. Serta tinjauan psikologis yang didapatkan dari analisa memicu adanya 4 faktor yang meliputi adanya keputusan konsumen yakni dengan motivasi, persepsi,

pembelajaran serta kepercayaan dan sikap.

Dalam makalah ini, akan lebih baik bila disandingkan dan dicocokkan dengan teori dan peraturan yang terkait.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Dengan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.

REFERENSI

- Andespa, R. (2017). Pengaruh faktor psikologis terhadap minat menbaung nasabah di bank syariah. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(2), 177–191.
- Darmawati, D., Subekti, B., & Setyawati, S. M., Sumarsono. (2007). Analisis pengaruh kebudayaan, sosial, kepribadian dan psikologis terhadap keputusan pembelian shar'e (Survei pada nasabah bank muamalat indonesia cabang purwokerto). *Performance*, 6(1), 16–32.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of marketing*. Pearson Education.
- Lazuardy, G. (2022, September 8). Selama 9 tahun, 234 nasabah bank di pekalongan jadi korban penggelapan, kerugian capai rp 6,2 m. *Tribun Banten*.
<https://banten.tribunnews.com/2022/09/08/selama-9-tahun-234-nasabah-bank-di-pekalongan-jadi-korban-penggelapan-kerugian-capai-rp-62-m>
- Marimin, A., Romdhoni, A. H., & Fitria, T. N. (2015). *Perkembangan bank syariah di indonesia*. 75–87.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality* (2nd ed.). Harper & Row.
- Mirawati, & Fernos, J. (2019). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Nasabah Pada Bank Nagari Cabang Siteba Padang. *Akademi Keuangan Dan Perbankan*, 4(1), 1–8.