

**SISTEM PERBANKAN ISLAM SEBAGAI PENYUMBANG EKONOMI
MASYARAKAT ISLAM**

NURHAYATI BINTI MOHAMAD KUTY

UNIVERSITI UTARA MALAYSIA

2011

**SISTEM PERBANKAN ISLAM SEBAGAI PENYUMBANG EKONOMI
MASYARAKAT ISLAM**

Kertas projek sarjana ini diserahkan kepada Kolej Perniagaan sebagai memenuhi sebahagian daripada keperluan untuk penganugerahan

Ijazah Sarjana Sains (Pengurusan)

Universiti Utara Malaysia

Disediakan oleh:

NURHAYATI BINTI MOHAMAD KUTY

KEBENARAN MERUJUK PROJEK SARJANA

Kertas projek ini disediakan sebagai memenuhi sebahagian syarat daripada keperluan pengijazahan program sarjana Universiti Utara Malaysia. Saya membenarkan pihak perpustakaan mempamerkannya sebagai bahan rujukan. Saya juga bersetuju sebarang bentuk salinan sama ada secara keseluruhan atau sebahagian kertas projek ini dengan tujuan akademik adalah dibenarkan dengan persetujuan penyelia projek atau Dekan Kolej Perniagaan (COB). Sebarang bentuk salinan dan cetakan bagi tujuan-tujuan komersial dan membuat keuntungan adalah dilarang sama sekali tanpa kebenaran bertulis dari penyelidik. Perlu diingatkan, bahawa sebarang bentuk penghargaan hendaklah diberikan kepada penyelidik dan Universiti Utara Malaysia (UUM) di atas sebarang kegunaan yang mungkin dihasilkan dari bahan kertas projek ini. Permohonan bagi mendapatkan kebenaran untuk menyalin atau kegunaan lain dari bahan kertas projek ini, keseluruhan atau sebahagian perlulah dipohon melalui:

KOLEJ PERNIAGAAN (COB)

UNIVERSITI UTARA MALAYSIA

06010 SINTOK

KEDAH DARUL AMAN

ABSTRAK

Penubuhan Bank Islam Malaysia Berhad pada tahun 1983 telah memberi satu semangat baru kepada sistem kewangan di negara ini. Golongan Islam secara majoritinya mengharapkan sesuatu daripada pelaksanaan bank ini. Mereka berharap Bank Islam perlu memainkan peranan bukan sahaja untuk mendapatkan keuntungan, tetapi juga perannya untuk berbakti kepada ummah khususnya dan kepada Negara amnya. Selain itu dapat membantu dalam mengembangkan ekonomi masyarakatnya. Namun begitu, untuk terus maju dan bersaing dengan bank-bank konvensional, bank Islam perlu terus memberi prestasi baik yang menyakinkan dengan norma-norma akauntabiliti Islam yang kukuh. Bank Islam perlu dapat menyakinkan orang ramai bahawa sistem perbankan Islam adalah yang terbaik dan paling praktikal sebagai satu sistem alternatif kepada sistem kewangan yang sedia ada. Tujuan utama kajian ini ialah untuk melihat hubungan antara elemen-elemen kualiti perkhidmatan di perbankan Islam dengan kepuasan pelanggan. Kajian yang berdasarkan instrumen CARTER yang diperkenalkan Qawi dan Lynn (2001) yang diadaptasi daripada instrumen SERVQUAL yang telah dibangunkan oleh Parasuraman dan rakan-rakan (1985). Instrumen CARTER mengkaji enam dimensi kualiti perkhidmatan dalam perbankan Islam iaitu kepatuhan, jaminan, kebolehpercayaan, ketara, empati dan responsif. Perhubungan di antara dimensi kualiti perkhidmatan dalam Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) dengan kepuasan pelanggan telah dikaji secara terperinci. Data yang telah dikutip telah dianalisis dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Untuk mengukur tahap kualiti perkhidmatan BIMB kaedah statistik deskriptif, korelasi pearson r, ujian-t dan ANOVA telah digunakan dalam kajian ini. Sampel kajian terdiri daripada 160 orang pelanggan yang menggunakan perkhidmatan perbankan Islam di BIMB Kuala Terengganu. Hasil dapatan kajian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi kepatuhan, jaminan, kebolehpercayaan, ketara, empati dan responsif mempunyai hubungan yang kuat dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam perbankan Islam.

ABSTRACT

Established of Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) in the country in 1983 was a great booster to the Islamic financial system. To the Muslims in majority, a lot of things were expected from the operation of the bank. They hope to see that the Islamic Bank should plays its roles, not only to run a banking business for profits, but also to serve the Muslims in particular, the nation at large, in Islamic ways. Nevertheless, to survive, and to compete with the existing and more established conventional banks, Bank Islam Malaysia Berhad has to show good and convincing performance with its Islamic accountability norms. The bank should win people's trust and prove that Islamic banking system is indeed the best and most practical as an alternative financial system. The objective of this study is to determine the relationship between the dimension of service quality in Islamic Banking and customer satisfaction. The study based on the CARTER instrumentation was introduced by Qawi and Lynn (2001) was adaptation from SERVQUAL instrument developed by Parasuraman et al (1985). The CARTER instrumentation was used to measure six dimension of service quality in Islamic banking such as compliance, assurance, reliability, tangible, empathy and responsiveness. The relationship between dimension of service quality in Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) and customer satisfaction was observed. Data collected were analyzed using the program Statistical Package for Social Science (SPSS). To measure the service quality of BIMB the statistical analysis Correlation, t-test and ANOVA was used in this study. The sample consisted of 160 customers using the service of Islamic Banking BIMB Kuala Terengganu. The finding of this study indicated that there was a significant relationship between dimension of service quality in Islamic Banking and customer satisfaction. Compliance, assurance, reliability, tangible, empathy and responsiveness analysis showed that there was a strong significant influence on customer satisfaction in Islamic banking.

“Bacalah Dengan Nama Allah Yang Maha Pemurah Lagi Maha Penyayang”

Syukur Pada Allah Rabbul A’lamin

Kekuatan yang dikurniakan-Nya, Moga Menjadikan Hamba Yang Sentiasa Tunduk

Dan Patuh Pada-Nya

Suamiku Yang Dikasihi, Megat Hasrul Bin Megat Jaafar

Yang Selalu Memberi Semangat dan Pertolongan Dikalaku Susah,

Ayahanda Yang Disayangi, Mohamad Kuty Bin Mohamad

Yang Sentiasa Membantu Dalam Apa Jua Pertolongan Yang Dipinta,

Bondaku Yang Dicintai, Maznah Binti Nong Check

Yang Selalu Memberi Kata-kata semangat Di kalaku Dalam Kebingungan,

Dorongan dan Doa Yang Tidak Berpenghujung Memberikan Kekuatan dan Semangat

Kepadaku.

Penyelia Penyelidikanku, Dr Azizi Bin Abu Bakar

Yang Sentiasa Memberi Sokongan, Tunjuk Ajar, Nasihat dan Bimbingan, Segala Jasamu

akan Ku Kenang

Teman-teman baikku, Wan Noraini W. Daud dan Norashikin Binti Ibrahim,

Sama ada Lansung atau Tidak Lansung,

Segala Jasa dan Pertolongan Hanya Allah Yang Mampu Membalasnya.

PENGHARGAAN

Dengan Nama Allah yang Maha Mengasihani Lagi Maha Penyayang

Alhamdulillah, bersyukur kehadiran Ilahi dengan limpah kurniaNya, kerana dapat saya menyiapkan kajian ilmiah ini dalam jangkamasa yang di tetapkan oleh pihak Universiti Utara Malaysia. Pertama sekali saya ingin merakamkan penghargaan ikhlas dengan ucapan terima kasih kepada **Dr. Azizi Bin Abu Bakar** selaku penyelia saya yang tidak jemu-jemu memberi pendapat, nasihat, bimbingan dan dorongan sepanjang tempoh kajian ilmiah ini disiapkan.

Penghargaan ini juga ditujukan khas buat ayahanda dan bonda tercinta yang telah berkorban demi untuk kejayaan diri ini. Buat keluarga yang disayangi, terima kasih atas segala pertolongan dan bantuan yang dihulurkan selama ini. Tidak dilupakan juga, buat suami iaitu Megat Hasrul Bin Megat Jaafar atas sokongan dan kerjasama yang diberikan dalam menyiapkan kajian ilmiah ini.

Ucapan terima kasih juga saya ucapkan kepada pelanggan di Bank Islam Malaysia Berhad cawangan Kuala Terengganu kerana sudi meluangkan masa untuk menjawab borang soal selidik dan seterusnya memberi ruang kepada saya menyipakan kajian ilmiah ini.

Akhir sekali, tidak lupa kepada teman-teman seperjuangan yang telah memberi semangat serta dorongan dalam pengendalian kajian ilmiah ini. Sehubungan itu, saya ucapkan ribuan terima kasih kepada sesiapa sahaja yang turut membantu saya secara langsung ataupun sebaliknya. Wassalam....

SENARAI KANDUNGAN

BAB	PERKARA	MUKA SURAT
	KEBENARAN MERUJUK KERTAS PROJEK	ii
	ABSTRAK	iii
	ABSTRACT	iv
	DEDIKASI	v
	PENGHARGAAN	vi
	SENARAI KANDUNGAN	vii
	SENARAI RAJAH	xi
	SENARAI JADUAL	xii
	SENARAI GRAF	xv
	SENARAI SINGKATAN	xvi
BAB PERTAMA : PENGENALAN		
1.1	Pendahulan	1
1.2	Latarbelakang Kajian	3
1.3	Pernyataan Masalah	4
1.4	Objektif Kajian	9
1.5	Kepentingan Kajian	10
1.6	Skop Kajian	11
1.7	Limitasi Kajian	11
	1.7.1 Ketepatan dan Kebolehdapatan Maklumat	11
	1.7.2 Kekangan Masa	12
	1.7.3 Kerjasama	12
BAB KEDUA : ULASAN KARYA		
2.1	Definisi Perbankan Islam	13
2.2	Sejarah Sistem Perbankan Islam Di Malaysia	14
2.3	Sejarah Penubuhan Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB)	16
	2.3.1 Sumber Modal Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB)	18

2.3.2	Matlamat Penubuhan Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB)	21
2.4	Konsep Dan Teori Perbankan Islam	22
2.5	Prinsip-prinsip Di Dalam Sistem Perbankan Islam	25
2.5.1	Produk Perbankan Islam	25
2.5.2	Prinsip-prinsip Operasi Bank Islam	27
2.6	Perkhidmatan Deposit BIMB	30
2.7	Perkhidmatan Pembiayaan BIMB	32
2.8	Kajian Lepas	33
2.8.1	Konsep Perbankan Islam	34
2.8.2	Prestasi Sistem Perbankan Islam	35
2.8.3	Konsep Kualiti Perkhidmatan	37
2.8.4	Dimensi Kualiti Perkhidmatan Dan Perbankan Islam	39
2.8.5	Konsep Kepuasan pelanggan	39
2.9	Rangka Kerja Teoritical	42
2.9.1	Hipotesis Kajian	43

BAB KETIGA : METODOLOGI KAJIAN

3.1	Pendahuluan	46
3.2	Rekabentuk Kajian	46
3.3	Populasi Dan Sampel Kajian	49
3.4	Kaedah Pengumpulan Data	49
3.4.1	Data Primer	49
3.4.2	Borang Soal Selidik	49
3.4.3	Data Sekunder	50
3.5	Instrumen Kajian	50
3.5.1	Bahagian A : Latarbelakang Responden	52
3.5.2	Pengukuran Tahap Kualiti Perkhidmatan Dan Juga Tahap Kepuasan Pelanggan Dalam Perbankan Islam	52
3.6	Kajian Rintis	54
3.7	Kaedah Analisis Data	55
3.8	Prosedur Kajian	59
3.9	Rumusan	60

BAB KEEMPAT : HASIL KAJIAN

4.1	Pendahuluan	61
4.2	Analisis Umum Pengumpulan Data	62
4.3	Analisis Kekerapan Demografi Respoden	62
4.3.1	Taburan Kekerapan Jantina Respoden	63
4.3.2	Taburan Kekerapan Bangsa Respoden	63
4.3.3	Taburan Kekerapan Taraf Perkahwinan Respoden	64
4.3.4	Taburan Kekerapan Umur Respoden	65
4.3.5	Taburan Kekerapan Taraf Pendidikan Respoden	67
4.3.6	Taburan Kekerapan Pendapatan Respoden	68
4.3.7	Taburan Kekerapan Sektor Pekerjaan Respoden	69
4.3.8	Taburan Kekerapan Tujuan Mendapatkan Perkhidmatan di Perbankan Islam	71
4.4	Analisis Keputusan	72
4.4.1	Tahap Kepuasan Pelanggan Dan Kualiti Perkhidmatan Perbankan Islam	73
4.4.2	Hubungan Korelasi Antara Pembolehubah Kualiti Perkhidmatan Dengan Kepuasan Pelanggan	74
4.4.3	Hubungan Korelasi Antara Pembolehubah Dimensi Kepatuhan Dengan Kepuasan Pelanggan	75
4.4.4	Hubungan Korelasi Antara Pembolehubah Dimensi Jaminan Dengan Kepuasan Pelanggan	76
4.4.5	Hubungan Korelasi Antara Pembolehubah Dimensi Kebolehpercayaan Dengan Kepuasan Pelanggan	77
4.4.6	Hubungan Korelasi Antara Pembolehubah Dimensi Ketara Dengan Kepuasan Pelanggan	78
4.4.7	Hubungan Korelasi Antara Pembolehubah Dimensi Empati Dengan Kepuasan Pelanggan	79
4.4.8	Hubungan Korelasi Antara Pembolehubah Dimensi Responsif Dengan Kepuasan Pelanggan	80
4.5	Demografi Respoden Dan Kepuasan Pelanggan	81
4.5.1	Jantina Dan Kepuasan Pelanggan	81
4.5.2	Taraf Perkahwinan Dan Kepuasan Pelanggan	82
4.5.3	Bangsa Dan Kepuasan Pelanggan	83
4.5.4	Umur Dan Kepuasan Pelanggan	84
4.5.6	Taraf Pendidikan Dan Kepuasan Pelanggan	85
4.5.7	Pendapatan Dan Kepuasan Pelanggan	87
4.5.8	Sektor Pekerjaan Dan Kepuasan Pelanggan	88
4.5.9	Tujuan Mendapatkan Perkhidmatan Di Perbankan Islam Dan Kepuasan Pelanggan	89
4.5.10	Dimensi Kualiti Perkhidmatan Dan Kepuasan Pelanggan	90

4.6	Rumusan Dapatan	92
-----	-----------------	----

BAB KELIMA : KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.1	Pendahuluan	93
5.2	Rumusan Kajian	94
5.2.1	Faktor-faktor Demografi dan Kepuasan Pelanggan Dalam Perkhidmatan Perbankan Islam di BIMB Kuala Terengganu	94
5.3	Kualiti Perkhidmatan Dan Kepuasan Pelanggan Perbankan Islam	98
5.3.1	Tahap Kepuasan Pelanggan di Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) Kuala Terengganu	98
5.3.2	Tahap Kualiti Perkhidmatan di Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) Kuala Terengganu	99
5.3.3	Dimensi-Dimensi Kualiti Perkhidmatan Dan Kepuasan Pelanggan	100
5.4	Cadangan Kepada Organisasi	102
5.4.1	Cadangan Kepada Penyelidikan Akan Datang	105
5.5	Kesimpulan	106

BIBLIOGRAFI	108
--------------------	------------

LAMPIRAN I

LAMPIRAN II

SENARAI RAJAH

RAJAH	TAJUK	MUKA SURAT
Rajah 3.1	Rajah Rekabentuk Kajian	47
Rajah 3.2	Kaedah Menganalisis Data Soal Selidik	56

SENARAI JADUAL

JADUAL	TAJUK	MUKA SURAT
Jadual 2.1	Jumlah Deposit Di BIMB Dari Tahun 1999 Hingga Tahun 2008	30
Jadual 2.2	Jumlah Pembiayaan BIMB Dari Tahun 1999 Hingga Tahun 2008	32
Jadual 3.1	Bilangan Sub-Soalan Mengikut Dimensi Kualiti Perkhidmatan dalam Sistem Perbankan Islam di Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB).	53
Jadual 3.2	Tafsiran Kualiti Perkhidmatan dalam Sistem Perbankan Islam	53
Jadual 3.3	Ujian Kebolehpercayaan Mengikut Kajian	55
Jadual 3.4	Tafsiran umum Korelasi	58
Jadual 3.5	Jadual Prosedur Kajian	59
Jadual 4.1	Taburan Kekerapan Jantina Responden	63
Jadual 4.2	Taburan Kekerapan Bangsa Responden	63
Jadual 4.3	Taburan Kekerapan Taraf Perkahwinan Responden	64
Jadual 4.4	Taburan Kekerapan Umur Responden	65
Jadual 4.5	Taburan Kekerapan Taraf Pendidikan Responden	67
Jadual 4.6	Taburan Kekerapan Pendapatan Responden	68
Jadual 4.7	Taburan Kekerapan Sektor Pekerjaan Responden	69
Jadual 4.8	Taburan Kekerapan Tujuan Mendapatkan Perkhidmatan di Perbankan Islam	71
Jadual 4.9	Ujian Min Tahap Kepuasan Pelanggan Dan Perkhidmatan Dalam Bank Islam Malaysia Berhad	73

Jadual 4.10	Ujian Korelasi Antara Kualiti Perkhidmatan Dengan Kepuasan Pelanggan	74
Jadual 4.11	Ujian Korelasi Antara Dimensi Kepatuhan Dengan Kepuasan Pelanggan	75
Jadual 4.12	Ujian Korelasi Antara Dimensi Jaminan Dengan Kepuasan Pelanggan	76
Jadual 4.13	Ujian Korelasi Antara Dimensi Kebolehpercayaan Dengan Kepuasan Pelanggan	77
Jadual 4.14	Ujian Korelasi Antara Dimensi Ketara Dengan Kepuasan Pelanggan	78
Jadual 4.15	Ujian Korelasi Antara Dimensi Empati Dengan Kepuasan Pelanggan	79
Jadual 4.16	Ujian Korelasi Antara Dimensi Responsif Dengan Kepuasan Pelanggan	80
Jadual 4.17	Ujian-T untuk Pengaruh Jantina Terhadap Perbezaan Tahap Kepuasan Pelanggan	82
Jadual 4.18	Ujian-T untuk Pengaruh Taraf Perkahwinan Terhadap Perbezaan Tahap Kepuasan Pelanggan	83
Jadual 4.19	Ujian Analisis Varian Sehala (One Way Anova) di antara Bangsa dan Kepuasan Pelanggan	84
Jadual 4.20	Ujian Analisis Varian Sehala (One Way Anova) di antara Umur dan Kepuasan Pelanggan	85
Jadual 4.21	Ujian Analisis Varian Sehala (One Way Anova) di antara Taraf Pendidikan dan Kepuasan Pelanggan	86
Jadual 4.22	Ujian Analisis Varian Sehala (One Way Anova) di antara Pendapatan dan Kepuasan Pelanggan	87
Jadual 4.23	Ujian Analisis Varian Sehala (One Way Anova) di antara Sektor Pekerjaan dan Kepuasan Pelanggan	88

Jadual 4.24	Ujian Analisis Varian Sehala (One Way Anova) di antara tujuan mendapatkan perkhidmatan di perbankan Islam dan Kepuasan Pelanggan	89
Jadual 4.25	Analisis Regrasi Antara Dimensi Kualiti Perkhidmatan dan Kepuasan Pelanggan	91

SENARAI GRAF

GRAF	TAJUK	MUKA SURAT
Graf 4.1	Taburan Kekerapan Jantina Responden	63
Graf 4.2	Taburan Kekerapan Bangsa Responden	64
Graf 4.3	Taburan Kekerapan Taraf Perkahwinan Responden	65
Graf 4.4	Taburan Kekerapan Umur Responden	66
Graf 4.5	Taburan Kekerapan Taraf Pendidikan Responden	67
Graf 4.6	Taburan Kekerapan Pendapatan Responden	68
Graf 4.7	Taburan Kekerapan Sektor Pekerjaan Responden	70
Graf 4.8	Taburan Kekerapan Tujuan Mendapatkan Perkhidmatan di Perbankan Islam	71

SENARAI SINGKATAN

BIMB	Bank Islam Malaysia Berhad
BNM	Bank Negara Malaysia
BSKL	Bursa Saham Kuala Lumpur
LUTH	Lembaga Urusan dan Tabung Haji
MPS	Majlis Penasihat Syariah
SPI	Sistem Perbankan Islam
SPTF	Skim Perbankan Tanpa Faedah

BAB PERTAMA

PENGENALAN

1.1 PENDAHULUAN

Bentuk terawal aktiviti perbankan Islam diketahui bermula pada bulan September 1963 dengan tertubuhnya Perbadanan Wang Simpanan Bakal-Bakal Haji (PWSBH). PWSBH telah ditubuhkan untuk dijadikan sebagai institusi bagi umat Islam membuat simpanan sebagai persediaan mengerjakan ibadat Haji ke tanah suci Mekah. Pada tahun 1969, PWSBH telah bergabung dengan Pejabat Urusan Haji bagi membentuk Lembaga Urusan dan Tabung Haji yang kini dikenali sebagai Lembaga Tabung Haji. Bank Islam pertama telah ditubuhkan pada tahun 1983. Pada tahun 1993, bank perdagangan, bank saudagar dan syarikat kewangan mula dibenarkan untuk menawarkan produk-produk dan perkhidmatan perbankan Islam di bawah Skim Perbankan Islam (SPI). Walau bagaimanapun, institusi ini dikehendaki mengasingkan dana dan aktiviti urus niaga perbankan Islam daripada urus niaga perbankan konvensional bagi memastikan tiada percampuran dana (Mujahid Jusoh, 2008).

Malaysia merupakan salah sebuah negara Islam yang berpotensi untuk menjadikan pelaburan Islam sebagai salah satu industri sekaligus membantu pertumbuhan ekonomi negara. Berdasarkan kepada beberapa faktor yang dikecapi oleh negara ini pada masa lalu, contohnya, pertumbuhan dalam sektor industri perkhidmatan, polisi

The contents of
the thesis is for
internal user
only

BIBLIOGRAFI

- Abdel Hameed M. Bashir (2000). Determinant of profitability and rate return argin in islamics bank : *Some evidence from middle east*. Erf's Seventh Annual Conference, Amman, Jordan.
- Ab. Mumin Ab. Ghani & Nor Azzah Kamri. (2002). Harmonisasi elemen nilai dalam penawaran instrumen kewangan Islam. *Prosiding Seminar Kewangan Islam*. Kuala Lumpur : Universiti Malaya.
- Ab. Mumin Ab. Ghani (1999). Sistem Kewangan Islam Dan Pelaksanaanya Di Malaysia. Kuala Lumpur Business School.
- A.L.M Abdul Ghafor (1999). Islamic banking and finance: another approach. *International journal of Islamic financial service*.
- Al-Najjar (1985). The question of riba in Islam. Washington. D.C.
- Angur, M. G., Nataraajan, R., & Jahera, J. S. (1999). Service quality in the banking industry : an assessment in a developing economy. *International Journal of Bank Marketing*, 17(3), 116-123.
- Avikran, N. K. (1999). Quality customer service demands human contact. *International Journal of Bank Marketing*, 17(2), 61-74.
- Bank Islam Malaysia Berhad (1989). Bank Islam, Penubuhan dan operasi (edisi kedua). Kuala Lumpur : Bank Islam Malaysia Berhad.
- Bank Negara Malaysia, 2001, hlm. 151.
- Bergman, B., & Klefsjo, B. (1994). Quality : *From customer needs to customer satisfaction*. Lund, Sweden : McGraw Hill.
- Bigne, E., Moliner, M.A., & Sanchez, J. (2003). Perceived quality and satisfaction in multiservice organization : the case of Spanish public service. *Journal of Service Marketing*, 17 (4), 420-442.
- Bitner, M.J., (1992). "Servicescapes : the impact of physical surrounding on customers and employees". *Journal of Marketing*, 56,pp.57-71

- Cavana, R. Y., Delahaye, B. L. & Sekaran, U. (2001). *Applied business research : qualitative and quantitative methods*. Australia : John Wiley & Son Ltd.
- Choi and Chu (2000). "Levels of satisfaction among Asian and Western travelers", *International Journal of Quality & Reliability Management*.
- Connors, Jane, (1988). "Towards A System of Islamic Finance in Malaysia", *Islamic Law and Finance*. Sunt. Chibli Mallat, London : Graham & Trotman Limited.
- Gabbie, O., & O'Neill, M.A. (1996). SERVQUAL and the Northern Island hotel sector a Comparative analysis – part 1. *Managing Service Quality*, 6(6), 25-32.
- Gay & Diehl (1992) *Research Methods For Business and Management*.
- Gerson, G. F. (1993). *Measuring customer satisfaction*. USA : Crip Publication Inc.
- Gerrad, P., and Cunningham, J.B. (1997), "Islamic banking : a Study in Sigapore", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 15, N0 6, pp. 204-216.
- Gulledge, L. (1996). Satisfaction measurement is more than doing surveys. *Marketing News*, 30 (22), 8.
- Irene Bjorklund & Lisbeth Lundstrom (2004). *Islamic Banking: An Alternative System*. Kristianstad University.
- Khairul Nizam Bin Mamat @ Muhammad (2003), *Kualiti perkhidmatan perbankan Islam dan kepuasan pelanggan*, Universiti Utara Malaysia.
- Laporan Tahunan Bank Islam Malaysia Berhad (1999-2009). Dicapai pada 17 Oktober 2010 daripada <http://bankislam.com.my>
- Mc Daugall, G.H., and Levesque, T., J. (1994). "Benefit segmentation using service quality dimensions : An investigation in retail banking". *International Journal of Bank Marketing*, Vol 16(2), pp. 15-23.
- Mohammed Almassawi (2001), Bank selection criteria employed by college student in Bahrain : An empirical analysis . *International Journal of Bank Marketing* Vol.19 (No.3), page 15.

- Mohammed N Alam (2003). A Comparative Study Between Islamic And Conventional Banking System. A Study Based On An Institutional-Network Theoretical Framework. Microfinance Article Library. Dicapai pada 29 Ogos. Daripada http://www.kantakji.org/fiqh/Files/Banks/alam_comparative.htm
- Muhammad Uzair (1980). Some conceptual and practical aspects of interest-free banking. *Dalam Kurshid Ahmad (Eds). Studies in Islamic Economics.* Leicester : The Islamic Foundation.
- M. Raquibuz Zaman & Hormaz Movassaghi (2001). Islamic Banking: A Performance Analysis. *The Journal of Global Business*, 12(22), m.s. 31-38.
- Mujahid Bin Jusoh (2008), Kajian Terhadap Pemahaman, Tanggapan Dan Andaian Terhadap Polisi Dan Sistem Perbankan Islam, Fakulti Ekonomi dan Pengurusan Universiti Putra Malaysia.
- Nasir, K., Kamal, A., & Al-Khatib, K. (1999). Islamic banking : Study of customer satisfaction and preferences in Jordan. *Journal of Bank Marketing*, 17 (3), 135-151.
- Nguyen, N., & LeBlanc, G. (1998). The mediating role of corporate image on customers' retention decisions : an investigation in financial service. *International Journal of Bank Marketing*, 16(2), 52-65.
- Nik Ahmad Rosmani B. Nik Salleh (1996), Kajian mengenalpasti faktor penyumbang kepada pertambahan pendapatan Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB).
- Norafifah Ahmad & Sudin Haron, (2000). Perception of Malaysian corporate customers toward Islamic banking products and services. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(4).
- Norhaizat bin Muhamad (2007), sistem perbankan Islam: Perbandingan Prestasi Antara Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) dengan Bank Muamalat Indonesia (BMI). Universiti Utara Malaysia.
- Nor Mohamed Yacop. (1996). Sistem kewangan Islam di Malaysia : Teori amalan dan prospek. Kuala Lumpur : Utusan Publications and distributors Sdn. Bhd.
- Oppoheim, A.N (1966), Questionnaire design and attitude measurement London : Hein Eman Book Ltd.

- Othman, A., & Owen, L. (2001). Adopting and measuring customer service quality (SQ) in Islamic bank : a case study in Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Service*, 3(1).
- Othman, A. Owen L. (2001), "Developing an Instrument to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking", *International Journal of Islamic Financial Services*, Vol.3 (1), April and June, pp. 1-26.
- Osama. (1992). "making sense of Islamic banking", *Journal of Bank Marketing*, vol 22, no.11.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL : a multiple item scale for measuring customer perception of service quality. *Journal of Marketing*, 64, 12-40.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., & Zeithaml, V. A. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67 (4), 420-450.
- Parasuraman, A., Berry, L. and Zeithaml, V. (1991) "Perceived service quality as a customer-based performance measure : an empirical examination of organizational barriers using an extended service quality model". *Human Resource Management*, 30(3), 335-364.
- Rosender, C. A. (1991). *Deming's 14 points applied to service*. New York and Wisconsin : Marcel Dekler Inc. and ASQC Quality Press.
- Rust, R. T., & Zahorik, A. J. (1993). Customer satisfaction, customer retention and market share. *Journal of Retailing*, 69 (2), 193-215.
- Salkid N.J. (2000). "Exploring Research". Fourth Edition. United States of America. Prentice-Hall, Inc.
- Saiful Azhar Rosly & Mohd Afandi Abu Bakar (2003), Performance o Islamic and Mainstream Bank in Malaysia. *International Journal of Social Economics*, 30(12). m.s. 1249-1265. Dicapai pada 22 Ogos 2010 Daripada <http://www.emerald-library.com/ft>.
- Sittiq Mariam Bt Azeesur Rahman (2005), Menilai pencapaian Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) dari tahun 1997-2004 : Kajian kes di Kuala Lumpur. Universiti Utara Malaysia.

Soloman, M. (1996). *Consumer behavior* (2nd. Eds). Bostan, MA : Allyn & Bacon.

Sudin Haron. (2005). *Sistem Kewangan dan Perbankan Islam*, (KLBS), Kuala Lumpur Business School Sdn. Bhd.

Sudin Haron, Norafifah Ahmad & Planisek, S.L. (1994). Bank patronage factors of muslims and non-muslim customers. *International Journal of Bank Marketing*, 12(1), 32-40.

Syed Mohd. Ghazali Wafa, Muhammad Nasri & Mohd Hizam. (2003). *Pengantar Perniagaan Islam*. Kuala Lumpur : Prentice Hall.

Syed Othman Alhabshi (1995). *Islamic Fund in Malaysia*. Paper presented at The Funds Management Industry Conference, Kuala Lumpur.

Utusan Malaysia. (1998, 26 Mac), Krisis ekonomi tidak jejes perbankan Islam, h.1.

<http://www.banknegara.com.my>

<http://www.bankislam.com.my>