

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI
DAN LOKASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT
MENJADI NASABAH BANK JATENG SYARIAH
PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

ZAQIROTUL MAGHFIROH

NIM 4219072

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI
DAN LOKASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT
MENJADI NASABAH BANK JATENG SYARIAH
PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

ZAQIROTUL MAGHFIROH

NIM 4219072

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zaqirotul Maghfiroh

NIM : 4219072

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Jateng Syariah Pekalongan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sembarinya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 11 Juli 2024
Yang Menyatakan,



Zaqirotul Maghfiroh
NIM. 4219072

NOTA PEMBIMBING

Pratomo Cahyo Kurniawan, M.Ak.
Kecamatan Widuri, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Zaqirotul Maghfiroh

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : ZAQIROTUL MAGHFIROH
Nim : 4219072
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN
LOKASI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH DI
BANK JATENG SYARIAH PEKALONGAN

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 11 Juli 2024
Pembimbing,


Pratomo Cahyo Kurniawan, M.Ak.
NIP. 1989070820201211010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari :

Nama : **ZAQIROTUL MAGHIROH**
NIM : **4219072**
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI
DAN LOKASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT
MENJADI NASABAH BANK JATENG SYARIAH
PEKALONGAN**
Pembimbing : **Pratomo Cahyo Kurniawan, M. Ak.**

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 31 Juli 2024 dan dinyatakan
LULUS serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

H. M. Shulthoni, Lc., M.A., Ph.D.
NIP. 197507062008011016

Penguji II

Svifa Rohmah, M.M.
NIP. 199408222022032001

Pekalongan, 2 Agustus 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

MOTTO

“Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. Percaya proses itu yang paling penting, karena Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit”

(Edwar Satria)

Orang tua di rumah menanti keberhasilanmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu.

-Ika df-

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terimakasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Abdul Mukti dan Ibu Munayah yang selalu mencintai, menyayangi, membimbing dan mendoakan saya tiada henti. Beliau adalah segalanya bagi saya.
2. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Pratomo Cahyo Kurniawan, M.Ak. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan serta arahan kepada saya selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Dr. H. Zawawi, M.A. selaku dosen pembimbing akademik saya yang telah membimbing saya selama masa perkuliahan.
5. Kepada Bapak dan Ibu dosen serta staff akademik program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah membantu kelancaran dalam proses administrasi skripsi saya.
6. Tatak Setiawan, terima kasih telah menjadi sosok rumah yang selama ini saya cari. Terima kasih telah sabar menghadapi keluh kesah saya dan atas kontribusi yang banyak dalam penulisan

- skripsi ini baik dalam meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan memberi semangat hingga akhir.
7. Sahabat saya Dikke Indriani, Nanda Amelia, Panca Windi Nofiani, dan Fitri Ariani, yang senantiasa membantu serta mensupport saya dalam proses pembuatan skripsi saya.
 8. Seluruh teman-teman mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan dan Universitas Pekalongan yang telah bersedia untuk membantu saya dalam proses penyelesaian skripsi.
 9. Seluruh pihak yang telah membantu saya dalam penyusunan skripsi hingga ujian.



ABSTRAK

ZAQIROTUL MAGHFIROH. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Jateng Syariah Pekalongan.

Melihat fenomena Bank Jateng Syariah yang mengalami perkembangan yang sangat pesat ditengah krisis global yang terjadi pada era saat ini bahwa Bank Jateng Syariah mampu mempertahankan eksistensinya dari berbagai permasalahan krisis ekonomi pada masanya. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan atau *field research* dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Pekalongan yang populasinya tak terbatas, sedangkan sampel berjumlah 64 responden dengan menggunakan Rumus Hair. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasiknya yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis yang meliputi uji F, uji t dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini diperoleh bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Secara simultan kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Minat Masyarakat, Bank Jateng Syariah Pekalongan.

ABSTRACT

ZAQIROTUL MAGHFIROH. The Influence of Service Quality, Promotion, and Location on Interest in Becoming a Customer at Bank Jateng Syariah Pekalongan.

Seeing the phenomenon of Bank Jateng Syariah which is experiencing very rapid development in the midst of the global crisis that occurs in the current era, Bank Jateng Syariah is able to maintain its existence from various economic crisis problems at that time. The purpose of this study is to determine the influence of service quality, promotion and location on public interest in becoming customers of Bank Jateng Syariah Pekalongan.

The type of research used is field research with a quantitative approach. The data collection method used in this study uses a questionnaire. The population in this study is the Pekalongan community whose population is unlimited, while the sample is 64 respondents using the Hair Formula. The data analysis technique uses classical assumption tests, namely normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test and hypothesis test which includes F test, t test and determination coefficient test.

The results of this study were obtained that the quality of service partially had a positive and significant effect on interest. Promotion partially has a positive and significant effect on interest. Location partially had a positive and significant effect on interest. Simultaneously, the quality of service, promotion, and location has a positive and significant effect on people's interest in becoming customers.

Keywords: Service Quality, Promotion, Location and Community Interest, Bank Jateng Syariah Pekalongan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. H. Tamamudin S.E.MM selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Dr. H. Muhammad Shulthoni, Lc., M.A., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Bapak Pratomo Cahyo Kurniawan, M.Ak. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Dr. H. Zawawi, M.A. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
8. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan beserta staff.
9. Para Masyarakat Pekalongan, yang telah berkenan menjadi responden dalam penelitian ini.

10. Kedua orang tua saya, Bapak Abdul Mukti dan Ibu Munayah yang telah memberikan kasih sayang dan doa hingga saya bisa dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh sahabat dan teman-teman yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 11 Juli 2024



Zaqirothul Maghfiroh

4219072

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Pembahasan	8
BAB II KERANGKA TEORI	9
A. Landasan Teori	9
B. Telaah Pustaka	21
C. Kerangka Berpikir	36
D. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian	40

B. Pendekatan Penelitian	40
C. Setting Penelitian	40
D. Populasi dan Sampel	41
E. Variabel penelitian	42
F. Sumber Data	45
G. Teknik Pengumpulan Data	45
H. Metode Analisis Data	45
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	50
A. Deskripsi Data	50
B. Analisis Data	53
C. Uji Asumsi Klasik	56
D. Uji Regresi Linear Berganda	58
E. Uji Hipotesis	60
F. Pembahasan	62
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Keterbatasan Masalah	68
C. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil putusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi ini adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik diatas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
سین	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Ḍ	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ṭ	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Ẓ	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	’	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ی	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	Ai	A dan i
...وُ	Fathah dan wau	Au	A dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa'ala
- سَيْلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. Maddah

Maddah atau huruf vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan tranliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harakat Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...أ...ى	Fathah dan alif atau ya	ā	A dan garis di atas
...ي	Kasrah dan ya	ī	I dan garis dibawah
...وُ	Dammah dan wau	ū	U dan garis di atas

Contoh :

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla

4. Ta' Marbutoh

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua:

- a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

- b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	al-madīnah al-munawwarah/ al-madīnatul munawwarah
طَلْحَةَ	talhah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, ditransliterasikan dengan huru, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

نَزَّلَ	nazzala
الْبِرُّ	al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “1” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qomariyah

Kata saandang yang diikuti huruf qomariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qomariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

الرَّجُلِ	ar-rajulu
الْقَلَمِ	al-qalamu
الشَّمْسِ	asy-syamsu
الْجَلَالِ	al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُ	ta'khuzu
سَيِّئٌ	syai'un
النَّوْءُ	an-nau'u
إِنَّ	inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/Wa inallāha lahuwa khairurrāziqīn
--	--

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursāhā
---	-------------------------------

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sanang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabbi

al-‘ālamīn/Alhamdu

Lillāhi rabbil’ālamīn

الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ar-rahmānir rahīm/

Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Allaāhu gafūrun rahīm

بِاللَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī’an/

Lillāhil-amru jamī’an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.11 Hasil Uji F	60
Tabel 4.12 Hasil Uji t	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alasan Mahasiswa Belum Menjadi Nasabah Di Bank Jateng Syariah Pekalongan	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	I
Lampiran 2 Identitas Responden	IX
Lampiran 3 Data Tabulasi	XIII
Lampiran 4 Uji Validitas	XVII
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	XXI
Lampiran 6 Uji Normalitas	XXII
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas	XXIII
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas	XXIV
Lampiran 9 Uji Regresi Linear Berganda	XXV
Lampiran 10 Uji Hipotesis	XXVI
Lampiran 11 Surat Pengantar Penelitian	XXVIII
Lampiran 12 Dokumentasi Penelitian	XXIX
Lampiran 13 Riwayat Hidup Penulis	XXXI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Jateng Syariah mulai berkembang pesat ditengah krisis global yang terjadi pada era saat ini di Indonesia hingga dunia (Setyoningsih & Bahjahtulloh, 2023). Hal ini menjadi bukti bahwa Bank Jateng Syariah mampu mempertahankan eksistensinya dari berbagai permasalahan krisis ekonomi pada masanya. Indonesia sebagai sebuah negara syariah terbesar di dunia adalah pasar usaha dan jasa yang berpotensi mendukung keberlanjutannya perbankan syariah di era sekarang ini (Pabbajah, et al., 2019). Oleh karena itu, persaingan yang ketat di industri perbankan, perusahaan harus mempertimbangkan kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada publik. Ini berarti bahwa badan usaha harus memahami dengan baik apa yang dibutuhkan masyarakat. Salah satunya yaitu Bank Jawa Tengah, juga dikenal sebagai Bank Jateng, adalah perusahaan perbankan syariah yang memiliki reputasi yang baik. Ini telah terbukti dengan meraih beberapa penghargaan selama lima tahun terakhir. Salah satunya adalah penghargaan untuk kepemimpinan perusahaan terbaik yang diberikan oleh Perbanas Institute & Journal of Economics (Almaidah, 2019).

Bank Jateng Syariah merupakan institusi keuangan yang bertugas untuk menghubungkan deficit unit dengan surplus unit. Jasa keuangan ini diperlukan hampir di semua bidang yang ada kaitannya dengan bisnis keuangan. Untuk membiayai investasi perusahaan, lembaga keuangan mengumpulkan dan menyebarkan dana dari masyarakat. Namun demikian, lembaga keuangan syariah juga adalah perusahaan yang beroperasi di bidang layanan finansial menggunakan prinsip-prinsip syariah (Alwi & Tillah, 2022).

Kualitas layanan Bank Jateng Syariah dari dulu hingga sekarang semakin membaik dengan adanya aturan dari perbankan syariah yaitu dual banking system yang bertujuan sebagai landasan hukum yang kuat dalam proses pelaksanaannya. Dengan membedakan lembaga keuangan antara bank konvensional dan

syariah, bank dapat memberikan layanan yang paling efektif untuk meningkatkan dan menarik perekonomian. Lembaga keuangan ini juga melakukan transaksi keuangan seperti pembayaran tagihan, pengiriman uang dan menyimpan uang (Fuad et al., 2022). Menurut Wyckof dalam Lovelock yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012:270) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Susanto & Realize, 2022).

Bersumber pada penelitian Oktaviani (2023) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang Bank Syariah berikan dalam kegiatan operasinya itu sesuai pada prinsip hukum syariah. Kualitas layanan yang baik merupakan tujuan utama dari Bank Jateng Syariah. Dengan kualitas pelayanan yang tinggi dan sesuai dengan apa yang dijanjikan sebelumnya tentang fitur, produk, dan pesan Bank Jateng Syariah dengan kualitas yang sepadan, masyarakat akan sangat tertarik untuk menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan (Fandi, 2019). Bersumber pada penelitian sebelumnya oleh Saputra (2022) kualitas layanan adalah salah satu faktor penting untuk meningkatkan minat masyarakat dalam bertransaksi di Bank Jateng Syariah.

Bersumber pada penelitian sebelumnya yang serupa oleh Armand (2021) yang mengungkapkan bahwa minat masyarakat sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Berbeda halnya, pada penelitian Carolina (2023) mengungkapkan bahwa minat tidak dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan.

Salah *satu* cara bank menarik orang untuk menabung adalah melalui promosi. Promosi yang dilakukan dengan benar memberikan dampak positif terhadap bank, jadi harus dilakukan dengan media yang tepat dan efektif untuk menarik perhatian masyarakat untuk menabung di bank. Sebagaimana dinyatakan oleh Walida et al. (2022) dikutip dari jurnal Kotler & Armstrong (2012:432) terdapat empat indikator promosi yang dapat memengaruhi masyarakat yaitu penjualan pribadi, promosi penjualan, iklan serta publikasi.

Promosi bisa mendorong ketertarikan masyarakat untuk menggunakan dan menabung di Bank Jateng Syariah karena jika ada barang baik di bank tetapi tidak ada promosi, produk tersebut tidak laku sehingga menghambat transaksi, tetapi jika ada promosi, masyarakat dapat mengetahui apa saja manfaat produk dan jenis produk yang tersedia di Bank Jateng Syariah. (Nurkayati, 2023).

Bersumber dari penelitian Hidayat (2023) promosi merupakan serangkaian kegiatan guna memberi pengetahuan dan mengkomunikasikan serta menyakinkan masyarakat tentang produk agar masyarakat mengetahui akan keunggulan produk tersebut, sehingga membuat ketertarikan dan berkeinginan untuk memiliki suatu produk. Bersumber pada penelitian sebelumnya yang serupa oleh Yaqin (2021) yang menunjukkan bahwa minat sangat dipengaruhi oleh promosi. Berbeda halnya, dalam penelitian Nugroho (2022) bahwa minat tidak memiliki pengaruh yang begitu signifikan oleh promosi.

Lokasi adalah salah satu sektor perbankan yang sangat krusial untuk diketahui di mana mereka beroperasi secara strategis, terutama ketika menentukan lokasi suatu bank (Untoro, 2020). Lokasi bank adalah tempat dimana diperjual-belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan (Raihana & Aulia, 2020).

Bersumber pada penelitian Rohana (2020) Lokasi memengaruhi minat menjadi nasabah bank secara signifikan karena memudahkan masyarakat untuk mengakses setiap lokasi bank yang ada. Berbeda halnya, pada penelitian Suwanti (2022) yang membuktikan bahwa minat tidak berpengaruh secara signifikan oleh lokasi.

Minat adalah kecenderungan untuk melakukan sesuatu dan memberi perhatian pada suatu aktivitas yang disertai dengan perasaan senang (Widianingrum, 2021). Menurut Kotler minat didefinisikan sebagai perasaan yang muncul setelah terpengaruh oleh produk yang dilihatnya, menarik minat untuk mencobanya dan akhirnya ingin memilikinya. Berikut faktor yang bisa memengaruhi minat termasuk:

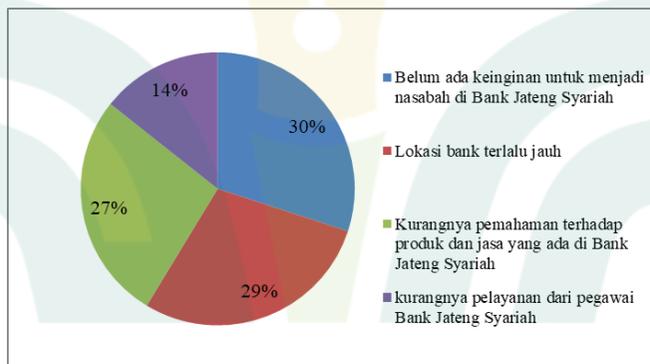
- a. Faktor motif sosial
- b. Faktor emosional atau perasaan
- c. Faktor dari dorongan dari dalam individu
- d. Daya tarik produksi

Minat akan muncul dengan sendirinya jika memiliki bentuk pilihan yang dapat dijangkau oleh indera (Setyoningsih & Bahjahtulloh, 2023). Tingkat minat masyarakat menjadi nasabah pada bank jateng syariah Bisa diukur dengan menggunakan indeks inklusi, kebijakan indeks inklusif bertujuan untuk mendorong masyarakat untuk menggunakan barang resmi sebagai alat untuk menabung dan mentransfer (Akhmad Darmawan, 2019).

Penjelasan tentang fenomena minat masyarakat ini banyak yang telah menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan, tetapi masih ada beberapa orang yang belum jadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan. Menurut Nurkayati (2023) mini riset yang telah dilakukan terhadap 22 orang terkait dengan minat untuk jadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan. Sebanyak 7 dari mereka menyatakan bahwa mereka belum pernah menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan, sementara sebanyak 15 orang menjawab sudah menjadi nasabah. Dari tujuh orang yang belum menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan, beberapa di antaranya adalah alasan berikut:

Gambar 1.1

Alasan 7 orang belum menjadi nasabah di Bank Jateng Syariah Pekalongan



(Sumber : Nurkayati, 2023)

Menurut data mini riset yang diatas, sebab utama mengapa masyarakat belum menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan ialah karena mereka belum memiliki keinginan untuk menjadi nasabah.

Berdasarkan penelitian di atas dan mini riset, peneliti ingin mengetahui kualitas layanan, promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk jadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan. Ini didasarkan pada penelitian sebelumnya oleh Musnadi (2020) yang mengungkapkan bahwa promosi dan kualitas layanan berdampak signifikan dan berpengaruh positif akan minat. Selain itu, penelitian sebelumnya dari Musnadi (2020) tersebut yaitu lokasi tidak mempengaruhi minat secara signifikan, dan ada perbedaan dari segi objek penelitiannya bahwa pada penelitian terdahulu ini menggunakan nasabah Pegadaian Syariah Kabupaten Aceh Barat Daya. Oleh karena itu, peneliti ingin mengkaji ulang faktor-faktor tersebut dengan menggunakan subjek dan lokasi penelitian yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti memilih dari semua kalangan masyarakat yang berada pada rentan usia 19-50 tahun. Begitu pula masyarakat Pekalongan banyak yang telah menjadi nasabah di Bank Jateng Syariah untuk kebutuhan transaksi keuangan mereka setiap hari. Peneliti juga merujuk Bank Jateng Syariah Pekalongan untuk lokasi yang akan diteliti karena bank tersebut berada pada daerah yang cukup strategis dan ingin mengetahui bagaimana pendapat masyarakat setelah menjadi nasabah bank tersebut.

Berkaitan dengan latar belakang ini, peneliti memilih untuk mengangkat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan”**.

B. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang di atas, persoalan penting dari penelitian adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan?

2. Apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan?
3. Apakah lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan?
4. Apakah kualitas pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan?

C. Pembatasan Masalah

Berikut adalah batasan masalah penelitian ini. Penelitian ini telah dilakukan secara lebih mendalam dan lebih terfokus pada masalah tersebut:

1. Kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi adalah variabel independen dan variabel dependennya ialah minat masyarakat menjadi nasabah.
2. Penelitian yang digunakan ini yaitu analisis regresi linear berganda.
3. Objek penelitian ini adalah masyarakat.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Permasalahan yang dirumuskan di atas memberikan tujuan dan manfaat untuk penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan.
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan.
3. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan.
4. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan.

Tujuan penelitian dapat menghasilkan beberapa keuntungan, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan agar penelitian dapat meningkatkan pemahaman orang mengenai bidang keuangan dan menambah minat masyarakat untuk jadi nasabah Bank Jateng Syariah, terutama di daerah Pekalongan.

2. Manfaat Akademis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan membangun dan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang minat menjadi nasabah dalam masalah penelitian ini.

3. Manfaat Secara Praktis

Penelitian ini diperlukan untuk menghasilkan informasi bagi banyak pihak, termasuk:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman secara langsung tentang masalah yang diteliti. Selain itu, penulis dapat memperoleh pemahaman lebih lanjut tentang pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan masalah mengenai kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi yang bisa dipengaruhi oleh minat masyarakat. Masyarakat sekitar dapat memahami penggunaan produk tabungan oleh Bank tersebut.

b. Bagi Bank Jateng Syariah

Tujuan dari penelitian ini untuk membantu Bank Jateng Syariah dalam menyebarkan produk tabungan ke masyarakat, khususnya di Pekalongan.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diperlukan agar bermanfaat untuk masyarakat secara umum, terkhusus untuk warga Pekalongan yang ingin memanfaatkan produk Bank Jateng Syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Penulisan ini telah disusun secara sistematis untuk membantu peneliti dan memberikan penjelasan singkat dan informasi yang rinci mengenai penelitian yang saat ini dilakukan.

BAB I PENDAHULUAN

Bagian dasar membahas tentang peristiwa dari suatu permasalahan yang akan dianalisis oleh peneliti, termasuk latar belakang dan perumusan masalah. Selanjutnya, bab ini membahas pembatasan masalah, manfaat dan tujuan, serta sistematika bahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab kedua, penelitian ini mencakup landasan teori yang membahas beberapa teori untuk digunakan sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian, telaah pustaka, kerangka berfikir, dan hipotesis untuk menjelaskan setiap variabel.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga meneliti berbagai jenis dan metode yang dipakai, setting penelitian, populasi penelitian, definisi operasional variabel, sumber data yang dikumpulkan, dan analisis data. Metode analisis data termasuk uji hipotesis, validitas, rehabilitasi, serta regresi linear berganda.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat ini berisi mengenai jenis dan pendekatan penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini memberikan penjelasan dan kesimpulan, keterbatasan peneliti serta saran untuk pihak-pihak yang terkait.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berikut informasi yang dikumpulkan setelah proses pengolahan, analisis serta pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan, maka hasilnya:

1. Berdasarkan hasil uji regresi secara parsial (uji t) diketahui bahwa pengaruh antar variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan sebagai berikut:
 - a. Variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat masyarakat (Y) menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.
 - b. Variabel promosi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat masyarakat (Y) menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.
 - c. Variabel Lokasi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat masyarakat (Y) menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.
2. Berdasarkan hasil uji regresi secara simultan (uji F) diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), promosi (X2) dan lokasi (X3) berpengaruh secara bersamaan terhadap minat masyarakat (Y) menjadi nasabah Bank Jateng Syariah Pekalongan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

B. Keterbatasan Penelitian

Di antara keterbatasan penelitian ini memenuhi persyaratan dalam temuannya, diantaranya sebagai berikut:

1. Dengan jumlah sampel yang terbilang kecil peneliti mendapatkan 64 responden yang menjawab.
2. Kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi merupakan 3 variabel yang digunakan dalam studi ini.
3. Peneliti tidak bisa memastikan apakah responden mengisi dan menjawab pertanyaan kuesioner dengan jujur ataupun tidaknya yang dapat mempengaruhi keabsahan data.

C. Saran

Peneliti memberikan beberapa rekomendasi untuk penelitian ini berdasarkan yang disampaikan, di antaranya dapat bermanfaat bagi pihak terkait sebagai berikut:

1. Saran Teoritis
 - a. Untuk mewakili populasi yang diketahui, peneliti selanjutnya diharapkan bisa membuat jumlah sampel lebih banyak dari sebelumnya.
 - b. Diharapkan peneliti lain dapat menambah variabel baru, seperti variabel kemudahan, variabel citra merek dll. Guna mengetahui hasil penelitian agar komprehensif tentang permasalahan yang ada.
2. Saran Praktis
 - a. Bagi bank diharapkan dapat terus melakukan inovasi promosi pada Bank Jateng Syariah, agar informasi-informasi mengenai Bank Jateng Syariah dapat sampai ke masyarakat dan dapat meningkatkan minat penggunaannya.
 - b. Pihak bank juga diharapkan dapat mempertahankan kualitas pelayanan mengenai Bank Jateng Syariah Pekalongan terhadap masyarakat, agar masyarakat berminat menjadi nasabah bank tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. D. M. (2021). Populasi dan Sampel. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14(1), 103–116.
- Akhmad Darmawan, N. D. I. (2019). Analisis Faktror-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah. *Jurnal Fokus Bisnis*, 18(01), 43–52.
- Almaidah, S. (2019). Efek Mediasi Kepercayaan Dalam Pola Hubungan Antara Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Word Of Mouth, Dan Minat Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Jateng Kantor Cabang Pembantu Simo Boyolali). *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 10, 1–26.
- Alwi, B., & Tillah, N. Q. (2022). Factor Analysis of Time Deposits on Customer Interests at BMT UGT Nusantara Banyuanyar Probolinggo Branch Analisis Faktor Tabungan Deposito Terhadap Minat Nasabah Di BMT UGT Nusantara Cabang Banyuanyar Probolinggo. *Jurnal.Perisai@umsida.Ac.Id*, 6(1), 59–73. <https://doi.org/10.21070/perisai.v6i1>.
- Amani, A. Z. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Di BMT (Baitul Maal Wa Tamwil) Klaten. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*, 5–6.
- Andriani, L. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat, Lokasi, Dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pohgading Kecamatan Gembong Kabupaten Pati)* (pp. 98–99).
- Anggraini, R., & Inayah, N. (2022). Analisis Minat Nasabah Non-Muslim Untuk Melakukan Pembiayaan Pada PT . BPRS Gebu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4(1), 75–76.
- Armand, R. (2021). Pengaruh produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di bank bni syariah dki jakarta. *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 19–21.
- Arsyadi, M. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Anggota Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada KSPS Buana Kartika. *Skripsi UIN Walisongo Semarang*, 78–79.

- Aziz, N., & Hendrasto, V. S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan , Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 03(0), 227–234. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>
- Bakhtiar, M. R., & Kartika, E. (2020). Faktor-faktor pengaruh minat nasabah pengguna internet banking Bank Syariah Mandiri. *Ejournal Unida Gontor*, 6(3), 156–167.
- Budi Prijanto, R. F. P. (2021). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di Kota Depok Menggunakan Carter Model. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 4(5), 178–194.
- Carolina, N. I. (2023). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan menabung pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang*. etheses.uin-malang.ac.id. <http://etheses.uin-malang.ac.id/53498/>
- Chofifah, S. N. (2021). Analisis Kesehatan Laporan Keuangan Perbankan Syariah Dengan Menggunakan Metode RGEK (Study Kasus Pada Bank Jateng Syariah). *Journal of Economics and Business Research*, 1(1), 94–109.
- Dani Pratiwi, H. S. (2016). *TABUNGAN (Studi kasus pada Bank Jateng cabang kordinator Semarang)*. 5, 1–15.
- Dewanto, A. (2022). *Analisis Pengaruh Produk Dan Media Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang*. 21–22.
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan , Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah. *Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta (SEMNASKEP) 2020*, 73–79.
- Dunakhri, S. (2019). Uji Reliabilitas dan Normalitas Instrumen Kajian Literasi Keuangan. *Prosding Seminar Nasional Lembaga Penelitian Universitas Negeri Makassar*, 1–4.
- Edy Suprpto, S. P. (2020). Analisis pengaruh kualitas layanan, suku bunga, pendapatan, dan pendidikan terhadap keputusan nasabah mengambil kredit produktif di bank jateng capem margasari. *Jurnal Magisma*, VIII(1), 73–79.

- Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2, 110–117.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review General Sampling Techniques in Research Methodology: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Fuad, M., Zamzami, H., Setyowati, R., Hukum, F., Diponegoro, U., Bardjo, J. I., Kampus, S. H. N., & Pleburan, U. (2022). Tinjauan Hukum Terhadap Eksistensi Unit Usaha Syariah Bank Jawa Tengah. *Jurnal Hukum*, 1, 200–217.
- Hasby, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualiatas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen JNE Express Agen Pangkalan Mansyur. *Skripsi UIN Sumatera Utara Medan*, 100–104.
- Hidayat, mohammad sarif. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Kepercayaan Dan Promosi Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah (Studi Kasus Minat Nasabah Pegadaian Syariah Purwokerto). *Skripsi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 73–77.
- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Performa*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>
- Hilmi Musyaffa, M. I. (2022). Perbanas journal Of islamic economics & business. *Perbanas Journal of Islamic Economics & Business*, Vol. 2, No, 167–177.
- Idris, M., & Dina, E. (2022). Telaah Konseptual Pendekatan Kuantitatif Dalam Sejarah. *Jurnal Sejarah Dan Pembelajaran Sejarah*, 8, 77–80.
- Imani, M. F., Syariah, P., Sholiha, R. A., & Syariah, A. (2023). Pengaruh Strategi Promosi Produk , Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus : Nasabah Bank Jateng Kantor Cabang Kajen). *Journal Of Sharia Finance and Banking*, 3(1), 22–44.

- Iriani, A. F. (2019). Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah. *Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(2), 99–111.
- Joseph F. Hair, Barry J. Babin, William C. Black, R. E. A. (2018). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Junadia. (2019). Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada BNI Syariah KCP Tomoni (Studi Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur). *Skripsi IAIN Palopo*, 2, 96–97.
- Kelvin Prilano, Andriasan Sudarso, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.56>
- Khasanah, C. I. (2022). Analisis persepsi nasabah, kepercayaan dan brand image terhadap minat dan keputusan nasabah menabung. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam - JIEBI*, 4(2).
- Laila Maghfirah, R. N. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Rahn pada Pegadaian Syariah (Studi Kasus pada Kantor Pusat Pegadaian Syariah Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1(1), 109–126. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKI/article/view/13022>
- Latif Syaifuddin, I. N. A. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Budaya Dan Kelompok Acuan Terhadap Referensi Menabung Mahasiswa Di Bank. *Journal of Economics, Management and Finance Vol.*, 2(1), 28–39.
- Maemanah, E. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi, Promosi, Lokasi, Bagi Hasil Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menjadi nasabah Financing Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Petani Bawang Merah Kab. Brebes). *Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 85.
- Maharani, N. S. (2020). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 1, 57–78.
- Mahira, P. H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan

- terhadap kepuasan pelanggan indihome. *Jurnal Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Mamlua'atul Mufidah, I., & Basuki, H. (2023). Analisis Regresi Linier Berganda Untuk Mengetahui Faktor Yang Mempengaruhi Kejadian Stunting Di Jawa Timur. *Indonesian Nursing Journal of Education and Clinic*, 3(3), 51–59.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Maulana, A. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dengan Persepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Di Bandar Lampung). *Skripsi UIN Raden Intan Lampung*, 97–98.
- Meilina, H. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Di Banjarnegara. *Skripsi STIE Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta*, 19–20.
- Mudawamah, A. (2022). Pengaruh Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Minat UMKM Untuk Menggunakan Pembiayaan Pada Perbankan Syariah. *Skripsi UIN Walisongo Semarang*, 0, 75.
- Mukhtisar, I. R. R. T. (2021). Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Journal of Islamic Banking and Finance*, 3, 56–72.
- Musnadi, F. (2020). Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Masyarakat Kabupaten Aceh Barat Daya). *Skripsi UIN Ar-Raniry Banda Aceh*, 116–119.
- Nanda, T. A. (2023). ... LAYANAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT UMAT NON-MUSLIM MENJADI NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG eprints.uinsaizu.ac.id. <https://eprints.uinsaizu.ac.id/18469/1/NANDA> TRI

APRILIA_PENGARUH PRODUK%2C PROFIT SHARING%2C KUALITAS LAYANAN%2C LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT UMAT NON-MUSLIM MENJADI NASABAH.pdf

- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5. <https://media.neliti.com/media/publications/287057-pengaruh-kualitas-layanan-terhadap-kepu-8824929f.pdf>
- Nilasari, R. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menabung Di Bank Syariah. *Skripsi IAIN Tulungagung*, 116–122.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nugroho, B. S. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Promosi , Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Purwokerto. *Skripsi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 86–97.
- Nurkayati, K. K. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Jateng Syariah (Studi pada Mahasiswa Solo Raya). *Skripsi UIN Raden Mas Said Surakarta*, 63–65.
- Nurmaeni, R., & Siti Hasanah, M. W. (2020). Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank BRI Syariah , TBK Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang). *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 3(November), 303–312.
- Oktaviani, B. A. (2023). Persepsi, Pengetahuan, Citra Merek, & Kualitas Layanan Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen*, 1, 1–35.
- Pabbajah, M., Widyanti, R. N., & ... (2019). The Factors Of Service,

Religiosity And Knowledge In The Decision Of Customers To Save Funds In Sharia Banks In Yogyakarta City. *International Journal of*
<http://journal.uty.ac.id/index.php/IJBHES/article/view/37>

- Permana, I. W. E., Dan, N. W. E. M., & Imbayani, I. G. A. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Toko Era Dunia. *Jurnal Emas*, 3(7), 66–76.
- Pohan, K. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Emas Di Pegadaian Cabang Purwokerto (Studi Kasus Nasabah Pegadaian Cabang Purwokerto). *Skripsi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 70–76.
- Pradesyah, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 113–122.
- PRATIWI, N. Z. (2020). *PENGARUH HUBUNGAN PEMASARAN, CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK JATENG SYARIAH* repository.ump.ac.id. <https://repository.ump.ac.id/13395/>
- Purwanto, I. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay Di Jawa Tengah. *Skripsi IAIN Kudus*, 69.
- Putra, B., & Hermanto, K. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pt. Bank Ntb Syariah Kcp Lunyuk). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(9), 1003–1014.
<http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Putri, S. K. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaaar dan Risiko terhadap Minat Menggunakan Financial Technology pada Masyarakat Kota Banda Aceh. *Repository Ar-Raniry*, 1–153.
<https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/25838>
- Putri, Y. A. (2019). Pengaruh bauran promosi dan gaya hidup terhadap

- minat beli pada kedai kopi serasi. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 137–144. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i2.84>
- R. Maharani, T. Supriyanto, M. R. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah (studi kasus pada bsi ex bsm) factors affecting readability in saving in sharia bank (case study on bsi ex bsm). *Jurnal Syarikah*, 7(2), 127–136.
- Rachmawati, A. (2020). Pengaruh Consumer Knowledge , Brand Image , Religiusitas , Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 8.
- Rahmah, A. (2022). *Pengaruh etika pemasaran islam dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan produk Bank Syariah Indonesia Kc Kuala Kapuas*. [http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/5090/%0Ahttp://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/5090/1/SKRIPSI Aulivia Rahmah %26 1804110307.pdf](http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/5090/%0Ahttp://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/5090/1/SKRIPSI%20Aulivia%20Rahmah%201804110307.pdf)
- Raihana, S., & Aulia, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *JIHBIZ:Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(2), 110. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8643>
- Reshita, R. M. (2019). Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank BNI Sidoarjo. *Skripsi STIE Perbanas Surabaya*, 14. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.07.020%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2010.10.008%0Ahttp://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:As+ciudades+e+territ?rios+do+conhecimento+na+?ptica+desenvolvimento+e+do+marketing+territorial#>
- Reza Syarifah Lianti. (2022). Pengaruh Perspektif Fraud Diamond Terhadap Kecenderungan Terjadinya Kecurangan (Fraud) Dalam Pengelolaan Keuangan Desa (Studi Kasus Pemerintah Desa Kabupaten Lumajang). *Skripsi IAIN Widya Gama Lumajang*, 30–50.
- Rohana, H. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi*

terhadap minat nasabah pada produk tabunganku ib bank jatim syariah kediri skripsi.

- Romlah, S. (2021). Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif (Pendekatan Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif). *Jurnal Studi Islam*, 16(1), 1–13.
- Ruslan, N., & Rahma, R. (2022). PENGARUH PENGETAHUAN DAN LOKASI TERHADAP MINAT MENABUNG PADA BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG PAREPARE PADA MASYARAKAT KELURAHAN LABUKKANG The Effect Of Knowledge And Location On The Interest In Saving At Bank Muamalat Indonesia Cabang Parepare In The Commu. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3, 252–259.
- Santika, A. A., Saragih, T. H., & Muliadi, M. (2023). Penerapan Skala Likert pada Klasifikasi Tingkat Kepuasan Pelanggan Agen Brilink Menggunakan Random Forest. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JustIN)*, 11(3), 405. <https://doi.org/10.26418/justin.v11i3.62086>
- Saputra, M. Y. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah (Study kasus di Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Selatan) Skripsi. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/59612%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/59612/1/MUHAMMAD YOGI SAPUTRA-FEB.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/59612%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/59612/1/MUHAMMAD%20YOGI%20SAPUTRA-FEB.pdf)
- Sartika, D., & Si, M. (2020). Melihat Attitude and Behavior Manusia Lewat Analisis Teori Planned Behavioral. *Journal of Islamic Guidance and Counseling*, 4, 51–68.
- Setyoningsih, W. R., & Bahjahtulloh, Q. M. (2023). Intervening Pada Pengaruh Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Internet Banking (Studi Nasabah Bank Jateng Syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6344(30), 933–944.
- Sitaniapessy, A. (2023). Penerapan Theory Planned Behavior Dalam Memprediksi Revisit Intention Lokasi Wisata di Pulau Ambon. *Mbia*, 22(2), 315–324. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i2.2500>

- Siti Maisharah Amanda, M. S. A. M. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah (studi kasus dosen universitas syiah kuala). *JURNAL ILMIAH MAHASISWA EKONOMI ISLAM*, 1(November 2019), 197–214.
- Siti Raihana, R. A. A. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *Journal of Islamic Banking & Finance*, 2, 110–123.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Sonia, R. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan , Dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram). *Skripsi Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh*, 88–94.
- Sri Handayani, Abdul Aziz, N. P. (2022). Pengaruh produk, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung mudharabah dengan religiusitas sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Al Iqtishad*, 18, 193–213.
- Susanto, Y., & Realize, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *ECo-Buss*, 5(2), 508–518. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>
- Suwarti, S. (2022). ... , *Promosi, Lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas. Studi kasus pada nasabah PT Pegadaian (Persero)* eprints.uinsaizu.ac.id.
- Swastawan, K. D., Wyn, N., & Dewi, Y. (2021). Pengaruh Tingkat Pendapatan , Suku Bunga , Religiusitas , dan Financial Attitude terhadap Minat Menabung untuk Beryadnya pada Masyarakat Desa Tajun. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(2), 206–215.
- Titin Agustin Nengsih, A. S. (2021). Evaluasi Kualitas Pelayanan Bank

- Syariah Indonesia: Studi Empiris Pembayaran UKT di Jambi Titin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(November), 180–185. <https://doi.org/10.33087/eksis.v12i2.248>
- Untoro, dzaky F. (2020). Pengaruh Faktor Promosi, Kepercayaan, Pendapatan Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Wilayah Tangerang Raya). *Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 71–74.
- Utomo, L. C. (2021). Pengaruh Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kota Malang (Studi pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Malang Soetta Eks BRI. *Skripsi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*, 12–14.
- Walida Mustamin, S., Agama Islam, F., & Muhammadiyah Makassar, U. (2022). Analisis Pengaruh Quality service dan Promosi terhadap Tingkat Minat Nasabah dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1689–1698. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4462>
- Widianingrum, K. (2021). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan* repository.uinjkt.ac.id. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55650>
- Wulandari, A. S. (2020). Penerapan Akad Mudharabah pada produk iB Modal Kerja di Bank Jateng Syariah Cabang Semarang. *Skripsi UIN K.H. Ahmad Shiddiq Jember*, 8–42.
- Yaqin, R. A. (2021). *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Aceh Syariah Cabang Darussalam.*
- Yosep Rinaldi, A. W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan Volume*, 5(1), 1–11.
- Yuliawan, K. (2021). Pelatihan smartpls 3.0 untuk pengujian hipotesis penelitian kuantitatif. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI*, 5(1), 43–50.
- Yuri, A., & Adha, M. A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat

Tentang Produk , Pelayanan dan Lokasi Bank Dalam Memilih Jasa Bank Syariah di Kota Yogyakarta. *Journal of Islamic Economics and Banking*, 4(2), 137.

Yuselda Mifta Qurrahmah, E. F. R. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Tingkat Keagamaan, Gaya Hidup, Persepsi, Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Blitar. *Journal of Economics and Policy Studies*, 02(0), 46.

