

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH TABUNGAN WADIAH
(Studi Kasus BMT An Najah Cabang Doro)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

Saiful Hamzah

NIM. 4218096

**PROGAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH TABUNGAN WADIAH
(Studi Kasus BMT An Najah Cabang Doro)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

Saiful Hamzah

NIM. 4218096

**PROGAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Saiful Hamzah**

NIM : **4218096**

Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadiah (Studi Kasus BMT An Najah Cabang Doro)**

Menyatakan bahwa dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 21 April 2025

Yang menyatakan



Saiful Hamzah
NIM : 4218096

NOTA PEMBIMBING

Lampiran : 2 (Dua) Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Saiful Hamzah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c/q. Ketua Jurusan Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan Naskah Skripsi Saudara :

Nama : Saiful Hamzah

NIM : 4218096

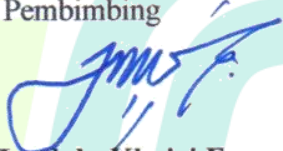
Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadiah (Studi Kasus BMT An Najah Cabang Doro)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 21 April 2025

Pembimbing


Imahda Khoiri Furqon, M. Si.

NIP. 198312252019031004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH. 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
KH. Aburrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara :

Nama : **Saiful Hamzah**
NIM : **4218096**
Judul : **Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadiah (Studi Kasus BMT An Najah Cabang Doro)**
Dosen Pembimbing : **Imahda Khoiri Furqon, M.Si.**

Telah diujikan pada hari Selasa 17 Juni 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M
NIP. 197910302006041018


Rohmad Abidin, M.kom.
NIP. 198801062020121006

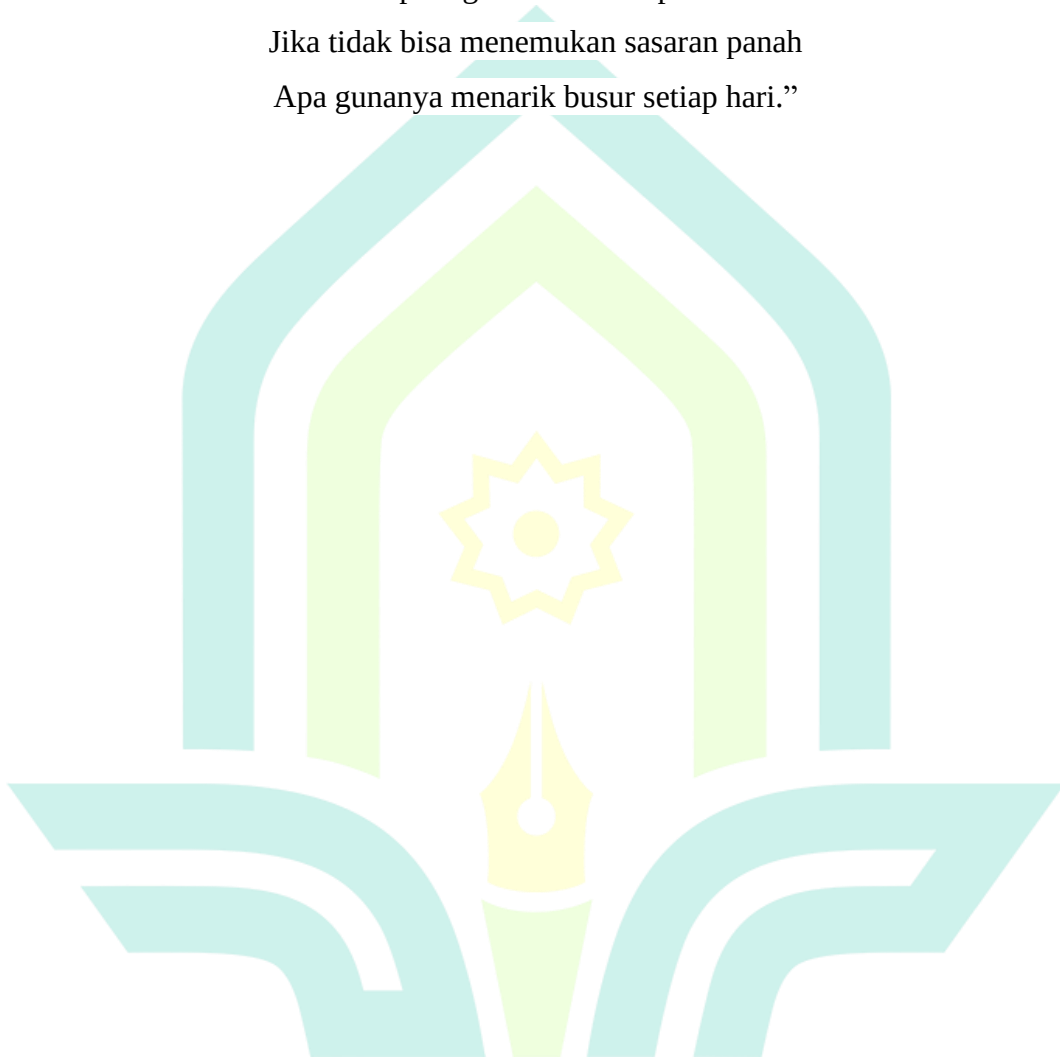
Pekalongan, 1 Juli 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. A. M. Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

TETAPKAN MIMPI MU

“Hidup itu seperti memanah,
Mimpi bagaikan sasaran panah
Jika tidak bisa menemukan sasaran panah
Apa gunanya menarik busur setiap hari.”



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirohim

Ucapan Syukur hanya kepada Engkau ya Rabb, yang maha memudahkan segala urusan hamba-Nya. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi kita, Nabi Muhammad SAW.

Sebagai bentuk cinta dan tanda kasih, saya persembahkan Skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, ibu Nok Zukhairiyah dan Bapak Riyanto terimakasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan dan nasihat serta kasih sayang yang tiada henti.
2. Dosen Pembimbing Bapak Imahda Khoiri Furqon, M.si. dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing saya menyelesaikan skripsi ini
3. Kakak saya Muhammad Ismam Affan dan Ima Rosila yang senantiasa memberikan motivasi dan dukungan.
4. Octaviana wafa', Amd.kep. yang tidak lelah dan bosan memberikan semangat, motivasi dan dukungan
5. Nur Fani Arisnawati, S.E.Sy.,M.M selaku dosen pembimbing Akademik (DPA).
6. Teman diskusi fakihul huda, hazmi, muqilul dan teman seperjuangan angkatan 2018
7. Diri saya sendiri karena sudah mau melangkah sejauh ini

ABSTRAK

Saiful Hamzah. 2025. **Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadiah (Studi Kasus BMT An Najah Cabang Doro)**. Skripsi. Program Studi /Fakultas: PBS/Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Memilih dan Tabungan Wadiah

Minat masyarakat menabung BMT An Najah Doro dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor pertama yang dapat mempengaruhi minat masyarakat menabung di BMT An Najah Doro adalah promosi. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keputusan seseorang. Faktor berikutnya adalah kualitas pelayanan, dalam melakukan persaingan juga harus memberikan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan anggota maka akan mempengaruhi keputusan anggota.

Rumusan Masalah dalam penelitian ini ialah (1)Apakah Promosi berpengaruh Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadiah? (2) Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Memilih Tabungan Wadiah? (3)Apakah Promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan memilih tabungan wadiah?

Penelitian ini termasuk jenis penelitian Kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode Angket (Kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 94 Responden dan Dokumentasi Teknik pengambilan sampel dengan Rumus Slovin. Penelitian ini menggunakan analisis data uji *Moderated Regression Analysis* dengan bantuan SPSS 24.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) variabel independen Promosi (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadiah (Y) di BMT An Najah Cabang Doro. (2) variabel independen Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadiah (Y) di BMT An Najah Cabang Doro. (3) Variabel Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap dengan Keputusan memilih Tabungan wadiah di BMT An Najah Cabang Doro.

ABSTRACT

Saiful Hamzah. 2025. **The Influence of Promotion and Service Quality on the Decision to Choose Wadiah Savings (Case Study of BMT An Najah Doro Branch)**. Skripsi. Study Program / Faculty: PBS / Islamic Economics and Business. UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Keywords: Promotion, Service Quality, Decision to Choose and Wadiah Savings

The public's interest in saving at BMT An Najah Doro can be influenced by several factors, the first factor that can influence the public's interest in saving at BMT An Najah Doro is promotion. Promotion is one of the determining factors in a person's decision. The next factor is service quality, in competing, services must also be provided to meet consumer needs. The quality of the product and the quality of the service provided according to the wishes of the members will affect the members' decisions.

The formulation of the problem in this study is (1) Does Promotion Influence the Decision to Choose Wadiah Savings? (2) Does Service Quality Influence the Decision to Choose Wadiah Savings? (3) Do promotion and service quality influence the decision to choose Wadiah savings?

This research is a type of quantitative research. The data collection method in this study is the Questionnaire method using a sample of 94 Respondents and Documentation of the Slovin Formula sampling technique. This study uses Moderated Regression Analysis test data analysis with the help of SPSS 24.0.

The results of the study indicate that (1) the independent variable Promotion (X1) has a significant effect on the Decision to Choose Wadiah Savings (Y) at BMT An Najah, Doro Branch. (2) the independent variable Service Quality (X2) has a significant effect on the Decision to Choose Wadiah Savings (Y) at BMT An Najah, Doro Branch. (3) Promotion and Service Quality variables have a simultaneous influence on the decision to choose Wadiah Savings at BMT An Najah, Doro Branch

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim...

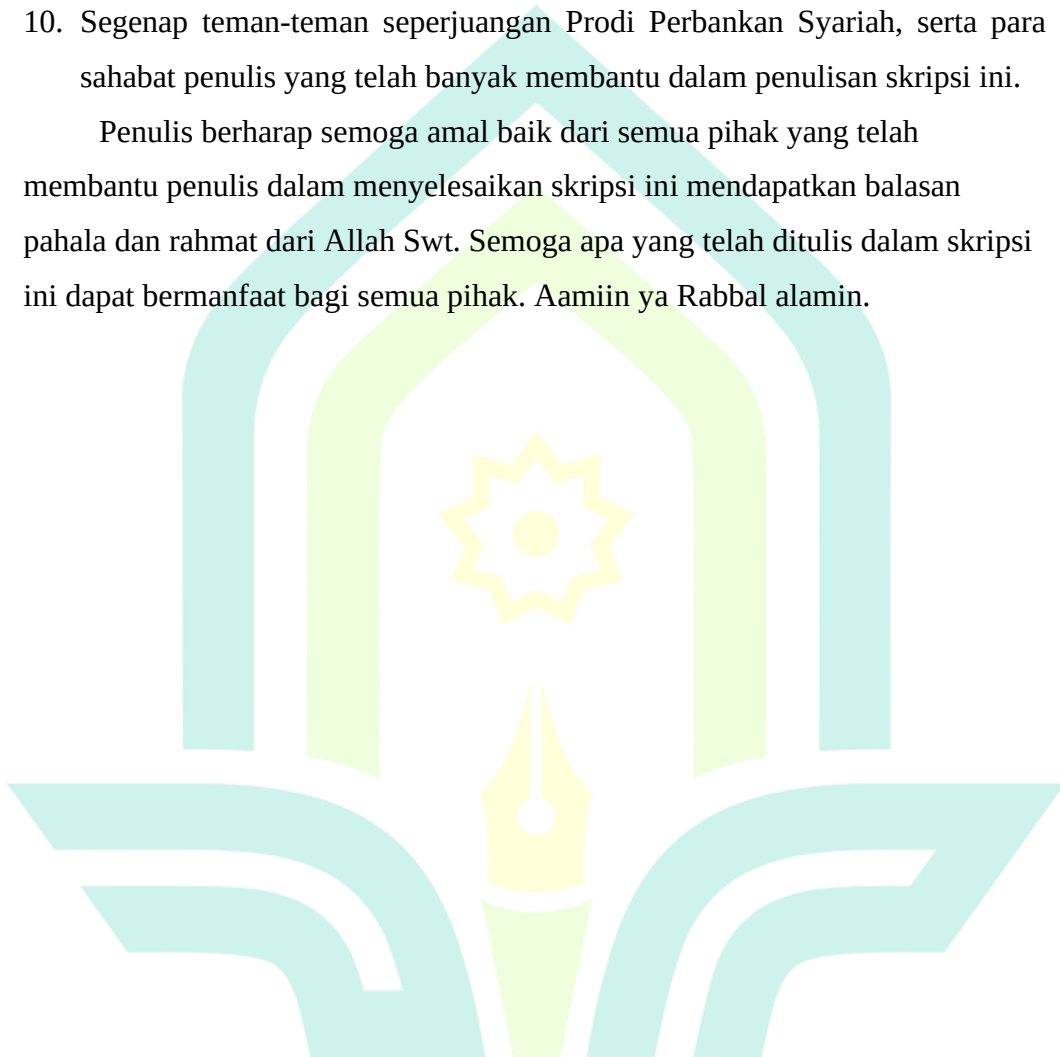
Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat dan salam penulis panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw.

Dalam penelitian skripsi ini penulis mengambil judul **“Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadiah (Studi Kasus BMT An Najah Cabang Doro)”**. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis sehingga skripsi ini dapat terwujud, antara lain kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan .
2. Bapak Dr. H. AM. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Tamamudin, M.M. Wakil selaku Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Derajat Stiawan, M.Si. selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah
5. Ibu Ulfa Kurniasih, M.Hum. selaku Sekretaris Prodi Prodi Perbankan Syariah dan kepada seluruh staf pengajar Prodi Perbankan Syariah yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Nur Fani Arisnawati, S.E.Sy.,M.M selaku dosen wali penulis yang selalu memberikan motivasi kepada penulis dari awal kuliah hingga sampai pada tahap ini.
7. Bapak Imahda Khoiri Furqon, M.si. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.

8. Bapak/ Ibu kepala pustaka beserta stafnya di lingkungan UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah berpartisipasi dalam memberikan fasilitas peminjaman buku kepada penulis.
9. Ucapan terimakasih yang teramat banyak penulis haturkan kepada kedua orang tua yang telah mendoakan, memperjuangkan, memberikan semangat dan kasih sayang.
10. Segenap teman-teman seperjuangan Prodi Perbankan Syariah, serta para sahabat penulis yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis berharap semoga amal baik dari semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini mendapatkan balasan pahala dan rahmat dari Allah Swt. Semoga apa yang telah ditulis dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin ya Rabbal alamin.



DAFTAR ISI

JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
TRANSLITERASI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR BAGAN.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	10
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Theory Of Planed Behavior (TPB)	12
B. Deskripsi Teori.....	13
1. Promosi.....	13
2. Kualitas Pelayanan	15
3. <i>Baitul Mal Wat Tamwil</i> (BMT).....	18
4. Tabungan Wadiah	21
5. Proses Keputusan Konsumen	23
C. Telaah Pustaka	26
D. Kerangka Berpikir.....	39
E. Hipotesis.....	42
 BAB III Metode Penelitian	
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi Penelitian.....	46
C. Populasi.....	46
D. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	47
E. Variabel Penelitian	49
F. Sumber Data.....	51
G. Teknik Pengumpulan Data.....	51
H. Teknik Pengolahan dan Analsis Data	53

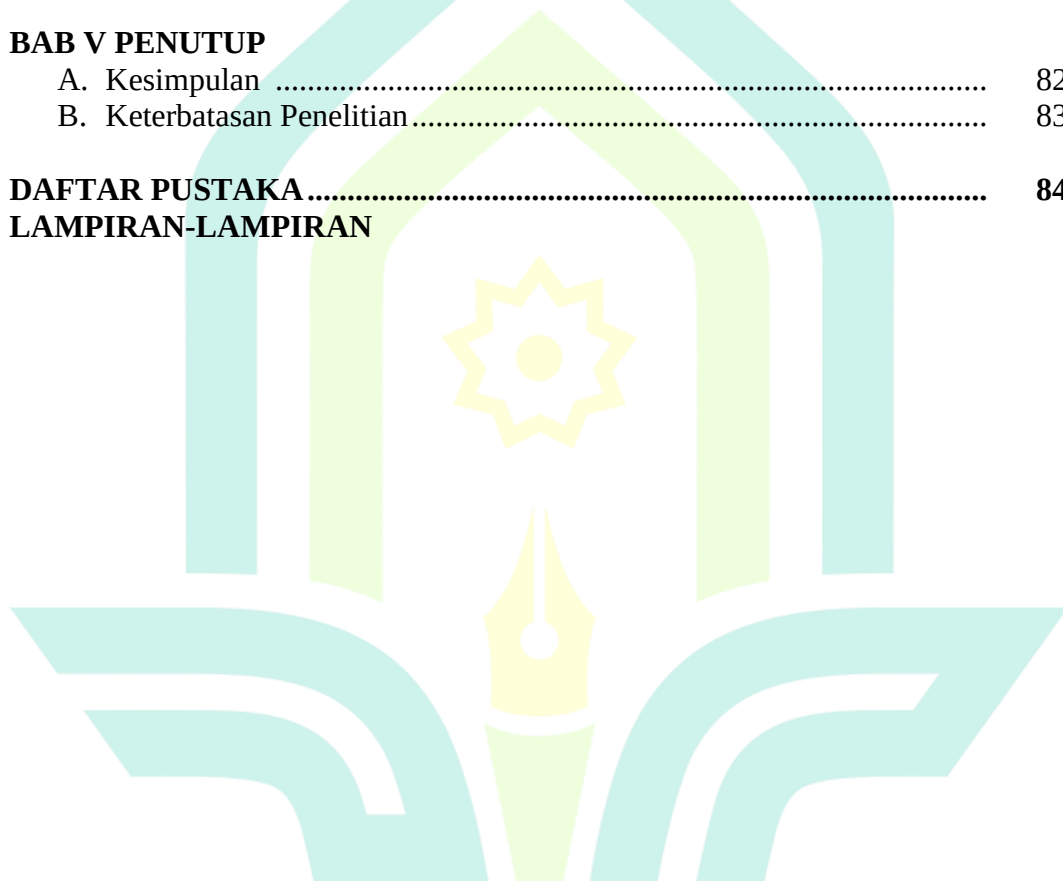
BAB IV HASIL DATA DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Lapangan	59
1. Uji Frekuensi Distribusi	60
2. Uji Instrumen	62
3. Uji Asumsi Klasik	66
4. Uji Hipotesis	69
B. Pembahasan	76
1. Pengaruh Promosi terhadap keputusan memilih Tabungan Wadiah	76
2. Pengaruh Kulaitas Pelayanan terhadap keputusan memilih Tabungan Wadiah	77
3. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan memilih Tabungan Wadiah.	79

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	82
B. Keterbatasan Penelitian	83

DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

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

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
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
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

Tabel 0.2
Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي..	Fathah dan ya	Ai	a dan u
و..	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

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

Tabel 0.4

Tabel Transliterasi Maddah

Huruf 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 di atas
ؤ..	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla

- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

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

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. 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 "h".

Contoh:

- | | |
|-------------------------------|---|
| - رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ | raudah al-atfāl/raudahtul atfāl |
| - الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ | al-madīnahal-munawwarah/al-madīnatul munawwarah |
| - طَلْحَةُ | talhah |

E. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

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

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

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

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

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

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. 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'khuẓu
- شَيْءٍ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. 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 harkat 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 innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. 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 sandang, 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
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān
arrahīm

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
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru
jamī`an

J. Tajwid

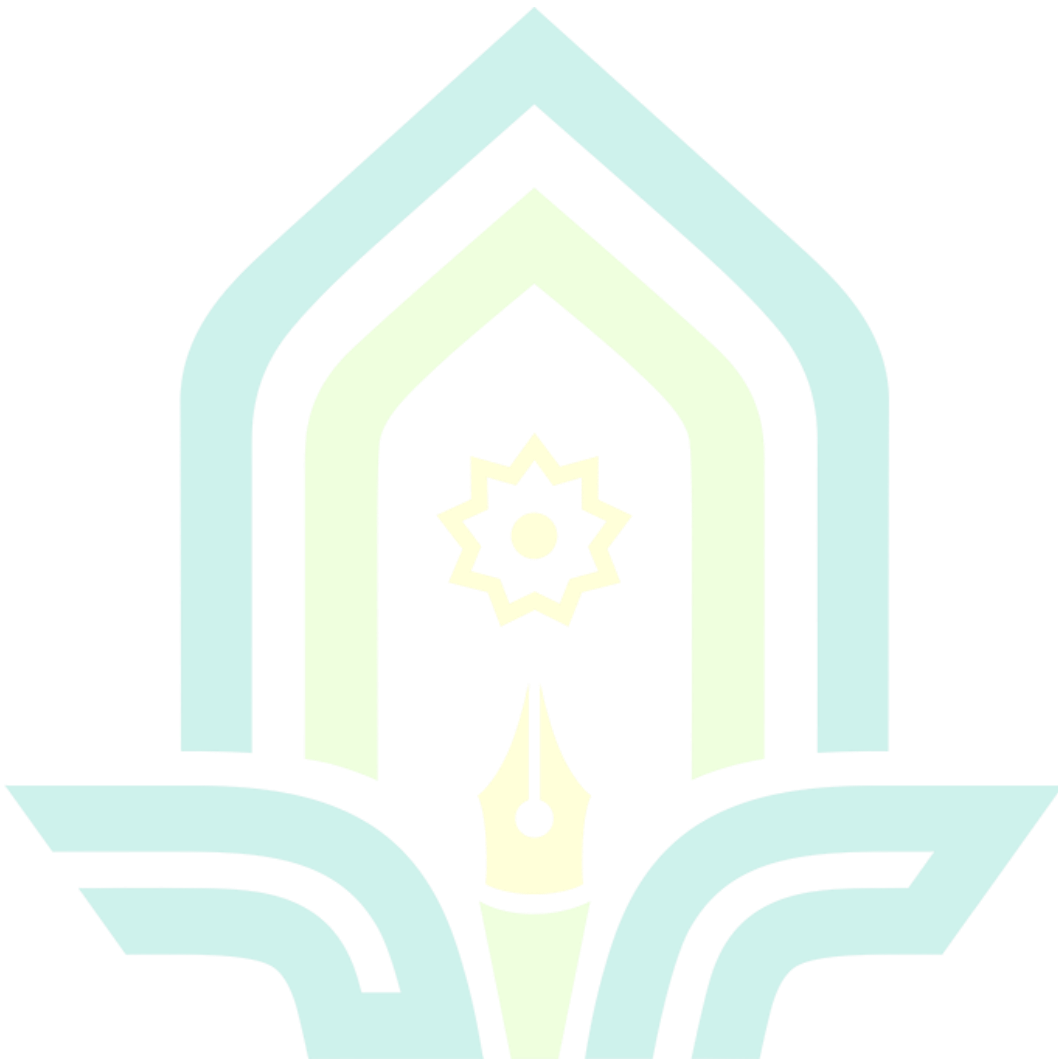
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah data Nasabah Di KSPPS BMT AN-Najah Cabang Doro Pekalongan	5
Tabel 1.2	Jumlah data Nasabah Produk tabungan wadiah Di KSPPS BMT AN- Najah Cabang Doro Pekalongan	5
Tabel 2.1	Penelitian Relevan.....	26
Tabel 3.1	Variabel Operasional.....	50
Tabel 3.2	Skala Likert	53
Tabel 4.1	Kriteria Skala Likert.....	59
Tabel 4.2	Dasar Intepretasi Variabel Penelitian.....	60
Tabel 4.3	Frekuensi Variabel Promosi.....	60
Tabel 4.4	Frekuensi variabel Kualitas Pelayanan	61
Tabel 4.5	Frekuensi Variabel Keputusan Memilih Tabungan Wadiah	62
Tabel 4.6	Analisis Uji Validitas Variabel Promosi.....	63
Tabel 4.7	Analisis Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	64
Tabel 4.8	Analisis Uji Validitas Variabel Keputusan Memilih.....	64
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Instrumen	65
Tabel 4.10	Uji Normalitas SPSS.....	67
Tabel 4.11	Uji Heteroskedastisitas.....	68
Tabel 4.12	Uji Multikolinieritas.....	69
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4.14	Hasil Uji T parsial	72
Tabel 4.15	Hasil Uji F.....	75
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	76

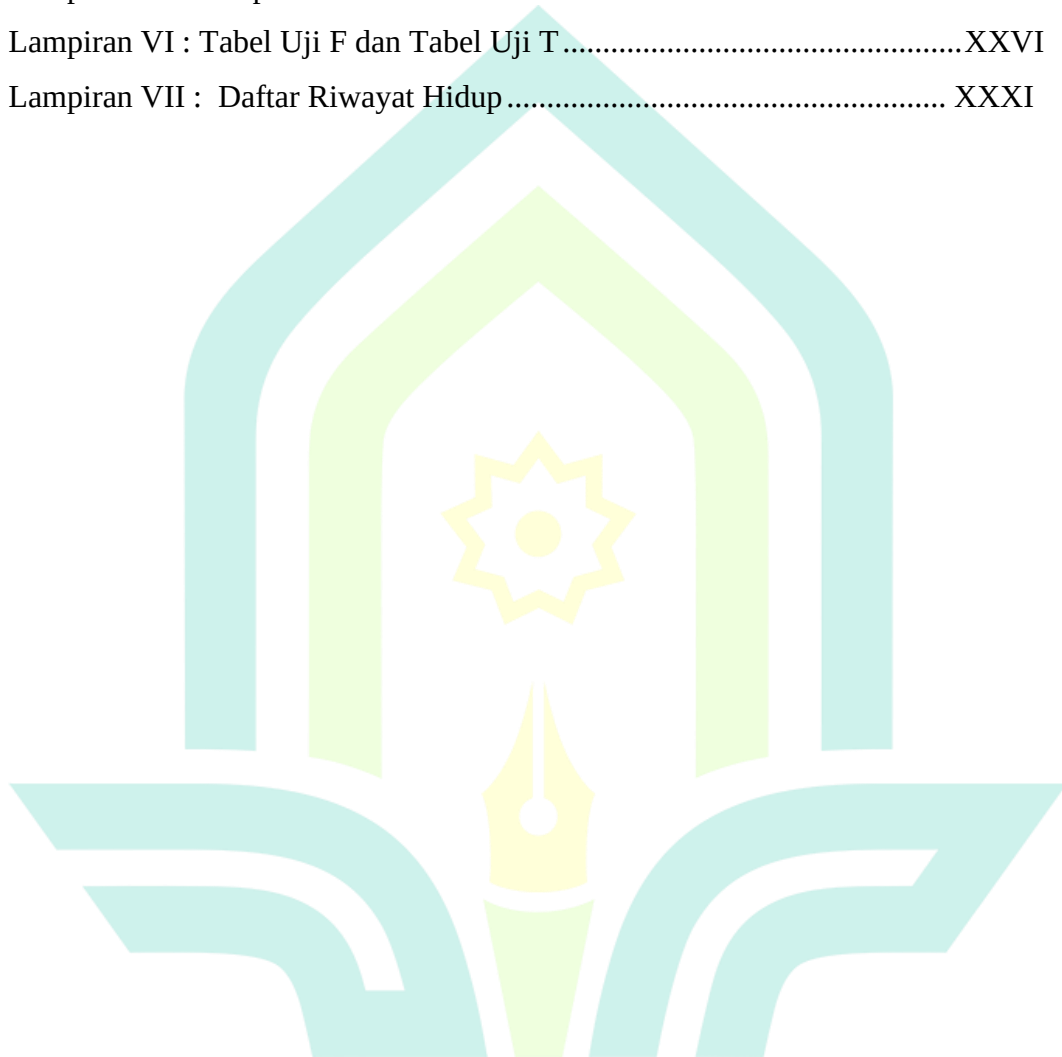
DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....	39
----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Surat Keterangan Penelitian	I
Lampiran II : Indikator dan Angket Kuesioner.....	II
Lampiran III : Data mentah Hasil Penelitian	VII
Lampiran IV : Dokumentasi.....	XV
Lampiran V : Output SPSS	XX
Lampiran VI : Tabel Uji F dan Tabel Uji T	XXVI
Lampiran VII : Daftar Riwayat Hidup	XXXI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang semakin pesat mendorong perkembangan lembaga keuangan dengan beragam jenisnya. Tak hanya lembaga keuangan berupa perbankan, lembaga keuangan non bank pun mulai bermunculan. Seiring perkembangannya, lembaga-lembaga keuangan baik berupa perbankan maupun non bank mulai melakukan ekspansi di tengah persaingannya. dengan menawarkan jasa keuangan syariah mengingat notabene Indonesia dengan penduduk muslim yang mayoritas. Dengan dukungan tersebut, yang disertai dengan kesadaran akan pentingnya penerapan syariah dalam tiap aspek kehidupan, khususnya dalam hal pengelolaan keuangan, maka akan menjadi suatu dukungan yang secara otomatis mampu mendorong perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia. Salah satu lembaga keuangan non bank yang banyak digunakan masyarakat, baik di pedesaan maupun di kota adalah koperasi. Koperasi yang didasarkan pada prinsip kekeluargaan merupakan salah satu badan usaha yang berperan dalam perkembangan perekonomian Indonesia. Koperasi merupakan salah satu bentuk badan hukum yang sudah lama dikenal di Indonesia. Pelopor pengembangan perkoperasian di Indonesia adalah Bung Hatta, dan sampai saat ini beliau sangat di kenal sebagai bapak koperasi Indonesia (Susandya & Suci, 2022).

Jumlah koperasi secara keseluruhan Mengalami peningkatan sejak 2012 hingga mencapai puncaknya Pada tahun 2017, namun kemudian

mengalami penurunan pada Tahun 2018 hingga 2019. Dalam rentang tahun (2021 sampai 2024), Jumlah koperasi kembali mengalami peningkatan meskipun tidak Mencapai level pada tahun 2017. Rata-rata jumlah koperasi selama Periode 2012-2024 adalah sekitar 130.011 unit. Jarak antara jumlah Koperasi dari tahun ke tahun bisa berbeda-beda, namun pada Umumnya naik sekitar 4.000-5.000 unit per tahun. Berdasarkan data dinas koperasi usaha kecil dan menengah provinsi Jawa tengah rekapitulasi keragaan koperasi Kabupaten atau Kota di provinsi Jawa tengah triwulan I tahun 2024 jumlah koperasi sebesar 12,486 unit (Syahputra et al., 2024).

Praktik usaha koperasi yang dikelola secara syariah telah tumbuh dan Berkembang di masyarakat serta mengambil bagian penting dalam memberdayakan Ekonomi masyarakat. Di masyarakat telah bermunculan BMT yang bernaung dalam Kehidupan payung hukum koperasi. Hal inilah yang mendorong Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah untuk menerbitkan Surat Keputusan Nomor 91/Kep/MKUKM/IX/2004 Berdasarkan ketentuan yang disebut Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) yang kegiatan usahanya bergerak dibidang pembiayaan, Investasi dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syariah). Dengan demikian semua BMT Yang ada di Indonesia dapat digolongkan dalam KJKS, yang mempunyai payung Hukum dan legal kegiatan operasionalnya asal saja memenuhi ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Dengan berkembangnya bank syariah Di Indonesia, salah satu lembaga keuangan Syariah, Baitul Maal wat Tamwil (BMT), Juga mengalami kemajuan yang pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah BMT di seluruh

Indonesia diperkirakan mencapai 3.043 unit dengan aset Rp. 1,5 Triliun, artinya semua LKM adalah BMT. secara individual BMT sangat bervariasi. tidak sedikit BMT yang mengelola aset diatas Rp. 10 Milyar dengan jumlah nasabah diatas 3000 orang, walaupun banyak juga yang total asetnya kurang dari Rp. 50 juta dan kurang dari 500 nasabah (Bariroh, 2023).

Kota Pekalongan merupakan kota dimana lembaga keuangan syariah dapat tumbuh pesat seiring dengan kehidupan masyarakatnya yang dinamis. BMT sebagai lembaga keuangan syari'ah telah berkembang cukup pesat. Di Pekalongan, lebih dari sepuluh BMT yang tumbuh di kota ini dengan berbagai hal yang melatar belakangi kehadirannya (Aruf, 2019). Salah satu lembaga koperasi jasa keuangan syari'ah (KJKS) yang dapat menjaga eksistensinya di Pekalongan yaitu BMT An Najah. BMT An Najah mulai berdiri sejak tanggal 4 Agustus 1994 dengan nama Koperasi Remaja Masjid (KOPERMA) An Najah. Kemudian pada Rapat Anggota Tahunan (RAT) tahun 1999, KOPERMA berubah menjadi Koperasi Syariah (KOPSYAH) An Najah. Pada tanggal 29 Maret 2007, Koperasi Syariah An Najah berubah nama menjadi Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT An Najah yang disahkan pada tanggal 2 April 2007. Pada awal pendiriannya hanya melayani kebutuhan pedagang dan pengusaha kecil di sekitar Wiradesa. Namun satu tahun setelah disahkan KJKS BMT An Najah mengadakan ekspansi operasional dengan mendirikan 4 cabang di tiga tempat, yakni di Kecamatan Wiradesa, Kecamatan Kajen dan Bojong. Dalam perkembangannya, semakin lama pengusaha kecil yang menjadi anggota BMT An Najah semakin banyak. Sekarang diusianya

yang Ke-17 BMT An Najah telah membuka kantor cabang di Kecamatan Wiradesa, Kecamatan Bojong, Kecamatan KAJEN, dan Kecamatan Doro untuk wilayah di Pekalongan. Adapun cabang BMT An najah ada di Kabupaten Batang terletak di Kecamatan Warungasem dan Kecamatan Bandar. Dan Kecamatan Bantarbolang di Kabupaten Pemalang (Nuryanti, 2023).

Sebelum BMT An Najah membuka cabang di doro, juga terdapat BMT di doro, tetapi ada kasus penggelapan uang nasabah dan membawa lari uang nasabah, sehingga Pada awal merintis BMT An Najah Cabang doro butuh usaha ekstra untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat doro dengan nama BMT. sekarang hanya terdapat satu BMT yaitu BMT An Najah Doro Pekalongan yang merupakan salah satu unit usaha simpan pinjam syariah yang dapat memanfaatkan usaha mikro, sehingga BMT dapat diterima oleh masyarakat. Fenomena tersebut peneliti dapat dari observasi di pasar doro, dan keterangan dari pegawai BMT An Najah Cabang Doro.

BMT An Najah Doro Pekalongan mampu meyakinkan nasabah untuk menyimpan dananya di BMT An Najah Doro Pekalongan. BMT tersebut menggunakan promosi secara langsung kepada calon nasabah yang dilakukan oleh karyawannya sehingga mampu menyakinkan untuk menjadi nasabah di BMT An Najah Doro. Selain itu, mayoritas nasabah dari BMT Juga memberikan sebuah testimoni sebagai salah satu untuk mempromosikan berbagai macam produk dari BMT An Najah Doro khususnya Tabungan wadiah. Adapun produk simpanan dengan akad Wadi'ah Antara lain Simpanan suka rela (SIRELA) produk wajib untuk setiap nasabah, Simpanan pelajar

Prestasi (SIMPELRES), Simpanan Idul fitri (SIFITRI), Simpanan Qurban (SI QURBAN), Simpanan Sembako (ARDAKO), Simpanan Safari (SISAFAR), Simpanan keluarga investasi mandiri (SKIM), Simpanan aqiqah (SI AQIQ), Simpanan berjangka (SISUKA), Simpanan usaha muslim mandiri (SIUMAT), Simpanan hari tua (SIHATA), Simpanan investasi masa depan (SI INTAN), Simpanan haji dan umroh (SAHAROH). Hal ini ditunjukkan dengan jumlah nasabah yang selalu menunjukkan peningkatan pada setiap tahunnya. Terbukti jumlah nasabah pada tahun 2024 mencapai 1503 nasabah. Hal tersebut bisa dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.1
Jumlah data Nasabah
Di KSPPS BMT An Najah Cabang Doro Pekalongan

Tahun	Jumlah Nasabah
2020	373
2021	664
2022	978
2023	1261
2024	1503

Sumber : BMT AN NAJAH Cabang Doro

Berikut tabel jumlah nasabah yang terdapat pada produk tabungan wadiah tahun 2024 di KSPPS BMT AN NAJAH Cabang DORO

Tabel 1.2
Jumlah data Nasabah Produk tabungan wadiah
Di KSPPS BMT An Najah Cabang Doro Pekalongan tahun 2024

NO	Nama Produk	Jumlah Nasabah
1	Simpanan suka rela (SIRELA)	1503
2	Simpanan pelajar Prestasi (SIMPELRES)	30

3	Simpanan Idul fitri (SIFITRI)	550
4	Simpanan Qurban (SI QURBAN)	15
5	Simpanan Sembako(ARDAKO)	245
6	Simpanan Safari (SISAFAR)	0
7	Simpanan keluarga investasi mandiri (SKIM)	25
8	Simpanan aqiqah (SI AQIQ)	0
9	Simpanan berjangka (SISUKA)	21
10	Simpanan usaha muslim mandiri (SIUMAT)	599
11	Simpanan hari tua (SIHATA)	11
12	Simpanan investasi masa depan (SI INTAN)	4
13	Simpanan haji dan umroh (SAHAROH)	3

Setiap Nasabah biasanya menabung di Produk tabungan simpanan suka rela. Kemudian menabung di Produk produk tabungan wadiah yang lain sehingga setiap nasabah memiliki tabungan simpanan suka rela. Minat masyarakat menabung BMT An Najah Doro dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor pertama yang dapat mempengaruhi minat masyarakat menabung di BMT An Najah Doro adalah promosi. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keputusan seseorang. Dimana promosi merupakan suatu alat komunikasi perusahaan dengan nasabahnya (Susandya & Suci, 2022). Selain sebagai alat komunikasi dengan nasabah, promosi juga bertujuan untuk menarik calon nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Promosi merupakan sarana yang ampuh untuk menarik minat nasabah sehingga berdampak pada meningkatnya jumlah nasabah (Khairiyah, 2020). Promosi yang dapat dilakukan bank harus memberikan informasi yang tepat dimana komunikasi berperan penting, dalam hal ini promosi menjadi

suatu yang berharga. Karena, komunikasi merupakan karakter yang penting dalam membangun hubungan. Dengan memanfaatkan media promosi seperti iklan media cetak atau elektronik, promosi langsung atau mengadakan event atau acara yang tersedia.

Faktor berikutnya adalah kualitas pelayanan, dalam melakukan persaingan juga harus memberikan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah dan pelanggan sesuai kebutuhan yang diinginkan. Artinya pelanggan akan merasa puas dan terus bertambah transaksinya dari waktu ke waktu (Ance, 2019). Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas layanan merupakan suatu proses evaluasi menyeluruh pelanggan mengenai kesempurnaan kinerja layanan. Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap anggota maupun calon anggota sehingga dapat menarik minat anggota atau calon anggota untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Promosi dan kualitas pelayanan yang berbeda menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah untuk memutuskan menjadi anggota pada lembaga keuangan yang diinginkan. Keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dua atau lebih pemilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka harus memiliki pilihan alternatif. Banyaknya macam lembaga keuangan syariah dan produk tabungan wadiah yang ditawarkan menjadikan banyak alternatif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat yang berjudul “Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih tabungan wadiah (Studi kasus pada BMT As-Syafi’iyah cabang Pringsewu)” menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih tabungan wadiah. Sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan memilih tabungan wadiah. Penelitian ini berimplikasi pada perlunya peningkatan kualitas pelayanan di koperasi syariah, khususnya di BMT (Hidayat, 2019). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sholihah yang berjudul “Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan” menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota produk tabungan wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan. Kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan. Dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa pihak KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan harus mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan anggota maka akan mempengaruhi keputusan anggota (Sholihah, 2021).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik guna melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi Dan Kualitas**

Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadiah (Studi Kasus BMT AN NAJAH CABANG DORO)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan yang telah dipaparkan pada latar belakang masalah, maka pokok dapat dirumuskan :

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan memilih tabungan wadiah?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap memilih keputusan tabungan wadiah?
3. Apakah Promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan memilih tabungan wadiah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, peneliti ingin mencapai tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadiah.
2. Menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Memilih Keputusan Tabungan Wadiah.
3. Menganalisis pengaruh Promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan memilih tabungan wadiah.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna secara praktis dan secara teoritis, yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayan dalam memilih tabungan Wadiah dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan refrensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi peneliti, sebagai penambah pengetahuan peneliti dalam pemahaman mengenai akad wadiah, serta media untuk belajar dalam memecahkan masalah.
- b. Bagi pihak luar, penelitian ini dapat digunakan bahan masukan bagi nasabah yang lain dalam memilih jasa perbankan Syariah.
- c. Bagi akademisi, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai akad wadiah.

E. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian merupakan penjelasan yang singkat atau padat terkait dengan berbagai hal yang nantinya dibahas dengan sistematis supaya dapat dengan mudah dipahami semua pembaca. Sistematika pembahasan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Mendesripsikan dan menjabarkan latar belakang sebagai dasar dari penelitian, identifikasi masalah, kemudian menuangkan rumusan masalah yang

akan diteliti, menjelaskan tujuan penelitian, serta penjelasan manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Menjelaskan teori-teori dalam penelitian ini diantaranya Promosi, kualitas pelayanan, Baitul mal wat tamwil (BMT), tabungan wadiah, keputusan menabung, penelitian terdahulu yang relevan terhadap penelitian yang dibahas, selain itu juga menjelaskan Kerangka berpikir dan Hipotesis yang digunakan.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Berisi jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, menjelaskan populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, menentukan variabel penelitian, definisi operasional variabel, sumber data, instrumen dan teknik pengumpulan data, serta menjelaskan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil uji instrumen, uji asumsi klasik, uji statistik dan analisis pembahasan penelitian.

BAB V: PENUTUP

Berupa penelitian kesimpulan dari keseluruhan penelitian, keterbatasan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih tabungan wadiah di BMT An Najah Cabang Doro. Melalui hasil perhitungan t hitung sebesar $2,916 > t \text{ table } (2,916 > 1,986)$ dengan signifikasinya $0,004 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa pengujian Hipotesis 1 diterima. Dengan demikian Promosi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadiah (Y) **diterima**.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih tabungan wadiah di BMT An Najah Cabang Doro. Melalui hasil perhitungan t hitung sebesar $3,643 > t \text{ tabel } (3,643 > 1,986)$ dengan signifikasinya $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa pengujian Hipotesis 2 diterima. Dengan demikian Kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadiah (Y) **diterima**.
3. Promosi dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih tabungan wadiah. Hal ini dibuktikan bahwa nilai F hitung sebesar 18,944 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $18,944 > 3,95$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian variabel independen Promosi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh Secara simultan terhadap Keputusan Memilih (Y).

B. Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan Teknik sampling

Penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan dijumpai oleh peneliti. Teknik ini memang praktis, namun tidak menjamin representasi seluruh populasi, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi secara menyeluruh ke seluruh nasabah BMT An Najah atau lembaga keuangan syariah lainnya.

2. Ruang lingkup terbatas pada satu cabang

Penelitian hanya dilakukan di BMT An Najah Cabang Doro, sehingga temuan yang dihasilkan hanya mencerminkan kondisi pada satu cabang tersebut. Faktor-faktor lokal seperti budaya pelayanan, promosi lokal, dan karakteristik nasabah setempat mungkin tidak berlaku di cabang lain.

3. Waktu pengumpulan data yang singkat

Pengumpulan data dilakukan dalam jangka waktu yang relatif singkat, sehingga kemungkinan fluktuasi sikap atau preferensi nasabah yang berubah dari waktu ke waktu belum dapat terdeteksi dalam penelitian ini.

4. Variabel terbatas

Penelitian ini hanya menguji dua variabel independen, yaitu **promosi dan kualitas pelayanan**, padahal keputusan memilih produk tabungan dapat dipengaruhi juga oleh variabel lain seperti harga, lokasi, kepercayaan terhadap lembaga, ataupun faktor religiusitas, yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2005). Attitudes, Personality and Behavior. In *International Journal of Strategic Innovative Marketing* (Vol. 3, pp. 117–191).
- Ascarya, A., & Yumanita, D. (2020). Bank syariah: Gambaran umum. In *Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) BI*
- Fauzan, F. (2019). *Komunikasi Dan Promosi Pemasaran Syariah Al-Iqtishadi*.
- Ghozali, I. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan Mixed Methode*.
- Mulyana, M. (2019). *Strategi Promosi Dan Komunikasi*. <https://www.researchgate.net/Publication/333719262>.
- Nuryanti, I. (2023). *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah di BMT An-Najah Wiradesa Kabupaten Pekalongan*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Philip, K., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS)*.

Jurnal

- Al Hanah, F. (2024). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk simpanan di KSPPS BMT Fajar Bina Sejahtera Metro (*Skripsi, IAIN Metro*). *Repository IAIN Metro*. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/10328>
- Ance, M. (2019). Pengaruh Pelayanan dan Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT AL-Muawanah IAIN Bengkulu. *Skripsi IAIN Bengkulu*, 3, 16. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/3394>
- Aruf, H. N. (2019). *Pengaruh Produk, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Simpanan Samudra di KSPPS BMT BAHTERA Cabang Warungasem Batang*.
- Bariroh, A. (2023). Strategi Baitul Maal Wa Tamwil dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Istithmar*, 7(1), 23–33. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v7i1.205>
- Budi, S. D. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di KSU BMT DANA MENTARI Muhammadiyah Purwokerto. *IAIN PURWOKERTO*, 7(2), 107–115.
- Cahyaningtyas, W. ., Mulyadi, M., & Irawan, B. (2019). Perancang Sistem Pengolahan Penyewaan Kamar Pada Homestay Poerwo. *JOURNAL V-TECH (VISION TECHNOLOGY)*, 2(1), 24–35.
- Hasanuddin, R., Syukri SS, A., & Nofrianto, N. (2019). Pengaruh Produk, Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah. *INNOVATIO: Journal for Religious Innovation Studies*, 19(2), 191–206. <https://doi.org/10.30631/innovatio.v19i2.90>
- Hidayat, W. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadiah (Studi Pada BMT Assyafi'iyah Cabang Pringsewu). *Skripsi, UIN Raden Intan Lampung*.
- Indri, F. . (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Pada Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1–17.
- Irmala, T., & Azhar. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Wadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di PT. Bank Sumut Syariah KCP Stabat. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 40-55.
- Jusmansyah, M. (2020). Analisis Pengaruh current ratio, debt to equity ratio, total asset turn over, dan return on equity terhadap harga saham. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 9(2), 179–198.
- Khairiyah, I. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk, Dan Promosi

Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Madura Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Kristianto, A. H. (2020). Sustainable Development Goals (SDGs) in Concept of Green Economy. *Journal Business Economics and Entrepreneurship*, 2(1), 12. <http://jurnal.shantibhuana.ac.id/jurnal/index.php/bee>

Kusumawati, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) BMT NU SEJAHTERA Mijen Semarang. *EQUILIBRIA PENDIDIKAN: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 6(2), 45–48. <http://journal.upgris.ac.id/index.php/equilibriapendidikan>

Margono, D. S. (2020). Pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Online Shop TRIPLAY.ID). *Skripsi: STIE Malang*.

Mubin, M. N. (2019). Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi kasus Masyarakat Desa Regunung). *IAIN SALATIGA*.

Nikmah, C., Amalia Khoir, F., & Ova Noviandani, hesty. (2022). Konsep Wadiah Menurut Fikih Dan (Khes). *Jurnal Al-Tsaman*, 4(1), 3–10.

Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3(2), 140–153. <https://doi.org/10.32483/Maps.V3i2.36>.

Parwitasari, A. A. S. I. ., & Wirasedana, I. W. P. (2019). Pengaruh Penerapan Total Quality Management, Komitmen Organisasi Pada Kinerja Manajerial Dengan Reward Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 25. <https://doi.org/10.24843/Eja.2018.V25.I03.P17>

Pasaribu, A. F., & Silalahi, P. R. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Pembeli di Market Place (Studi Kasus pada Aplikasi Shopee). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 187–155.

Prabowo, H. I. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Dengan Variabel Promosi Sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi. Salatiga: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga*.

Pratama, Y. (2019). Kreativitas ditinjau dari Sense of Humor. *SKRIPSI: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG*, 1–62.

Rahamawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota dengan religious Behavior sebagai

variabel moderator (Studi Kasus Pada Produk Pembiayaan Murabahah BMT Assyafi'yah Berkah Nasional Kantor Cabang Sukoharjo). *UIN Raden Intan Lampung*.

- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Rehabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *Journal Mahasiswa IKIP Siliwangi*, 2(2), 279–284. <https://doi.org/10.22460/Fokus.V4i4.7413>
- R. Sundari, S. Anwar, dan M. Fajri, “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah P roduk Easy Wadiah pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane,” *Iltizam: Jurnal Studi Keislaman* 5, no. 1 (2024):45–59, <https://journal.ibrahimiy.ac.id/index.php/Iltizam/article/view/4862>.
- Ryandar, M. K., & Khairunnisa, K. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Simpatik Dan Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. BANK SYARIAH INDONESIA, TBK KCP STABAT*. 1(1), 58–70.
- Safitry, L. M., Mahgripah, S., Putri, R. R. S., Darmawan, A. S., Aulia, H., Arifin, U. F., & Jundillah, M. L. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan TIX.ID Menggunakan Metode Delone Mclean 2003. *Adopsi Teknologi Dan Sistem Informasi (ATASI)*, 1(2), 109–114. <https://doi.org/10.30872/atasi.v1i2.404>
- Saputra, R. (2021). Pengaruh pengetahuan, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia Kabupaten Sarolangun. *Ats Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 4(1), 14–27.
- Sholihah, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabunganwadiah Di Kspps Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan* (Vol. 4, Issue 1). Skripsi: IAIN MADURA.
- Susandya, A., & Suci, G. (2022). Pemanfaatan Media Promosi Berbasis Digital Sebagai Upaya Memperluas Jangkauan Nasabah Pada Koperasi Mapan Di Era Covid-19. *Prosiding Seminar ...*, 1(November). <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/seminarfeb/article/view/5768>
- Syahputra, E., Harahap, M. Y., & Rozaini, N. (2024). Perkembangan Koperasi Syariah di Indonesia. *Al-Mutsila*, 5(2), 379–389. <https://doi.org/10.46870/jstain.v5i2.742>
- Ulfa, R. (2021). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 6115. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Wulandari, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *Skripsi: IAIN Tulungagung*.

Yuliana, & Purnama, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PO. Titian Mas Cabang Bima. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 163.

