

**PENGARUH PROMOSI, BUDAYA, DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGAMBIL
PEMBIAYAAN SYARIAH**

(Studi Kasus pada BPRS Suriyah KC Pekalongan)

SKRIPSI

Disusun guna memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
(S.E)



Oleh :

Hari Setiawan

4219178

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN KH. ABDURAHMAN WAHID PEKALONGAN

2025

**PENGARUH PROMOSI, BUDAYA, DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGAMBIL
PEMBIAYAAN SYARIAH
(Studi Kasus pada BPRS Suriyah KC Pekalongan)**

SKRIPSI

Disusun guna memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
(S.E)



Oleh :

Hari Setiawan

4219178

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN KH. ABDURAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

SURAT KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hari Setiawan

NIM : 4219178

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH PROMOSI, BUDAYA, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGAMBIL PEMBIAYAAN SYARIAH (Studi Kasus Pada BPRS Suriyah KC. Pekalongan)”** adalah benar hasil karya penulis kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 14 Juni
2025

Yang menyatakan,



Hari Setiawan

NIM.4219178

NOTA PEMBIMBING

Dr., Tamamudin S.E.,M.M

Lamp : 2 (dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Hari Setiawan

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

c.q Ketua Program Studi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

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

Nama : **Hari Setiawan**

NIM : **4219178**

Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi, Budaya, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Masyarakat Mengambil Pembiayaan Syariah (Studi Kasus Pada BPRS Suriyah KC. Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikia nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 14 Juni 2025

Pembimbing,



Dr., Tamamudin S.E.,M.M

NIP. 197910302006041018



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 K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi saudara:

Nama : Hari Setiawan
NIM : 4219178
Judul : PENGARUH PROMOSI, BUDAYA, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGAMBIL PEMBIAYAAN SYARIAH (Studi Kasus Pada BPRS Suriyah KC. Pekalongan)

Dosen Pembimbing : Dr., TAMAMUDIN S.E.,M.M

Telah diujikan pada hari Kamis, Tanggal 10 Juli, 2025 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

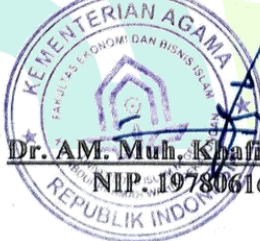
Drajat Stiawan, M.Si
NIP. 198301182015031001

Penguji II

Indah Purwanti, M.T.
NIP. 198701072019032011

Pekalongan, 15 Juli 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag
NIP. 197806162003121003

MOTO

**TERUS BERUSAHA, BIARPUN RINTANGAN MALANG MELINTANG DI
HADAPAN**

**KEGAGALAN HANYALAH BEBAN DALAM PIKIRAN, TAPI TAKUT
MENCOBA ADALAH BEBAN SEUMUR HIDUP**

BERANI BELAJAR BERANI SUKSES

**TIDAK ADA KATA TERLAMBAT, SETIAP HARI ADALAH KESEMPATAN
BARU**



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongandalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan dan bantuan materil dan non materil dari berbagai pihak. Berikut beberapa persembahan sebagai ucapan terimakasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Ibu dan Bapak saya yang selalu menginspirasi dan telah banyak berkorban waktu, tenaga dan materi demi kelangsungan hidup dan kesejahteraan saya di masa yang akan datang. Terimakasih atas doa yang senantiasa kalian panjatkan dan terimakasih yang tak terhingga untuk segalanya
2. Seluruh keluarga dan kerabat saya yang selalu mendukung saya.
3. Almameter saya Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah menjadi wadah ilmu bagi saya selama kuliah.
4. Bapak Dr., Tamamudin S.E.,M.M selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Sahabat kuliah saya dan semua teman-teman dekat yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu terimakasih untuk kalian.

Abstrak

HARI SETIAWAN. Pengaruh Promosi, Budaya, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Masyarakat Mengambil Pembiayaan Syariah (Studi Kasus Pada BPRS Suriyah KC. Pekalongan)

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) menjadi salah satu lembaga keuangan yang berada pada level mikro. Lembaga keuangan ini merupakan alternatif lain bagi masyarakat yang belum menyentuh akses perbankan di bank konvensional. Selain itu, BPRS juga lembaga keuangan yang berbasiskan standar Islam yang menjauhkan produknya dari unsur ribawi. Pembiayaan Syariah semakin populer dalam beberapa tahun terakhir, terutama di kabupaten Pekalongan yang mayoritas beragama Islam. Pembiayaan yang didasari prinsip-prinsip Syariah yang menghindari riba dan praktik yang tidak sesuai dengan syariat Islam.

Penelitian kuantitatif digunakan sebagai jenis penelitian ini. Jenis ini digunakan untuk mengakomodasi data penelitian yang berbentuk kuisioner dimana data tersebut merupakan penilaian para responden terhadap pertanyaan yang diajukan dengan menjawab dalam bentuk angka persetujuan.

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel promosi, budaya, dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan pada BPRS Suriyah KC. Pekalongan. Artinya semakin baik promosi, budaya yang diterapkan, dan tingkat religiusitas pada nasabah BPRS Suriyah KC. Pekalongan akan meningkatkan minat nasabah dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembiayaan di BPRS Suriyah KC. Pekalongan.

Kata Kunci : Pengaruh promosi, pengaruh budaya, pengaruh religiusitas, Bank Syariah

ABSTRACT

HARI SETIAWAN. The Influence Of Promotion, Culture, and Religiosity On People's Decisions To Take Sharia Financing (Case Study On BPRS Suriyah BranchOffice Pekalongan)

The Sharia People's Financing Bank (BPRS) is one of the financial institutions at the micro level. This financial institution is another alternative for people who have not touched banking access in conventional banks. In addition, BPRS is also a financial institution based on Islamic standards that keeps its products away from the element of usury. Sharia financing has become increasingly popular in recent years, especially in the majority of Muslim-majority Pekalongan districts. financing based on Sharia principles that avoid usury and practices that are not in accordance with Islamic law.

Quantitative research is used as this type of research. This type is used to accommodate research data in the form of questionnaires where the data is the respondents' assessment of the questions asked by answering in the form of an approval number.

Based on the results of the analysis and hypothesis testing that has been carried out, this study can be concluded that the variables of promotion, culture and religiosity have a significant effect on the community's decision to take financing at BPRS Suriyah Branch office. Pekalongan. This means that the better the promotion, the culture applied, and the level of religiosity in BPRS Suriyah Branch office Pekalongan will increase customer interest in making decisions to do financing at BPRS Suriyah Branch office Pekalongan

Keywords: Promotional influence, cultural influence, religious influence, Sharia Bank

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr. Wb

Puji Syukur atas Kehadirat Allah SWT., yang telah melimpahkan Rahmat, Hidayah, Taufik dan Inayah-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“Pengaruh Promosi, Budaya, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Masyarakat Mengambil Pembiayaan Syariah (studi kasus pada BPRS Suriyah KC. Pekalongan)”**

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustaqim, M.Ag. selaku Rektor UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menempuh pendidikan di UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag selaku Dekan FEBI UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah menyetujui penelitian.
3. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah memberikan nasihat kepada para mahasiswanya termasuk penulis.
4. Bapak M. Shul-toni, Lc., M.A., M.S.I., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah mengarahkan penulis dari awal perkuliahan hingga akhir.

5. Bapak Dr., Tamamudin S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya guna mengarahkan dan membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Para nasabah BPRS Suriyah KC. Pekalongan, yang sudah berkenan menjadi responden dalam penelitian ini.
7. Keluarga tercinta, Bapak Edi dan Ibu Castini yang senantiasa memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi kepada penulis yang senantiasa memberikan semangat dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis, khususnya bagi pihak lain yang memerlukan. Sekian dan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 16 Juli
2025

HARI SETIAWAN

4219178

DAFTAR ISI

PENGARUH PROMOSI, BUDAYA, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGAMBIL PEMBIAYAAN SYARIAH	i
SURAT KEASLIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
NOTA PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
Abstrak.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	ii
DAFTAR LAMPIRAN.....	iii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
A. Theory Of Reasoned Action (TRA).....	Error! Bookmark not defined.
B. Pengambilan Keputusan.....	Error! Bookmark not defined.
C. Promosi	Error! Bookmark not defined.
D. Budaya	Error! Bookmark not defined.
E. Religiusitas.....	Error! Bookmark not defined.
F. Telaah Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
G. Kerangka Berpikir.....	Error! Bookmark not defined.

H. Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	Error! Bookmark not defined.
Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
A. Jenis dan Pendekatan penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Deskripsi Data	Error! Bookmark not defined.
1. Deskripsi Data Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2. Karakteristik Responden.....	Error! Bookmark not defined.
B. Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3. Uji Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
4. Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP.....	11
A. Simpulan	11
B. Keterbatasan Penelitian	12
C. Implikasi	13
D. Saran	14
DAFTAR PUSTAKA.....	16

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Ś	s (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	z	zet (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	T	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	M	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	ha'	Ha	Ha

ء	Hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Konsonan Rangkapp

6. Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

7. Contoh : نزل = *nazzala*

بين = *bihinna*

3. Vokal Pendek

8. *Fathah* (o`_) ditulis a, *kasrah* (o_) ditulis I, dan *dammah* (o _) ditulis u.

4. Vokal Panjang

9. Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) di atasnya.

Contoh : a. Fathah + alif ditulis a, seperti فلا ditulis *fala*.

b. Kasrah + ya' mati ditulis I seperti تفصيل, ditulis *tafsil*.

c. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti أصول, ditulis *susul*.

5. Vokal Rangkap

a. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهيلي ditulis *az-Zuhaili*

b. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*

6. Ta' Marbutah di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikendaki kata aslinya.

b. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهداية ditulis *bidayah al-hidayah*.

7. Hamzah

- a. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti أن ditulis *anna*.
- b. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambing apostrof,(,) seperti شئىء ditulis *syai,un*.
- c. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya, seperti ربائب ditulis *raba'ib*.
- d. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambang apostrof (,) seperti تآخذون ditulis *ta'khuzuna*.

8. Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila ditulis huruf qamariyah ditulis al, seperti البقرة ditulis *al-Baqarah*.
- b. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti denganhuruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النساء ditulis *an-Nisa'*.

9. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

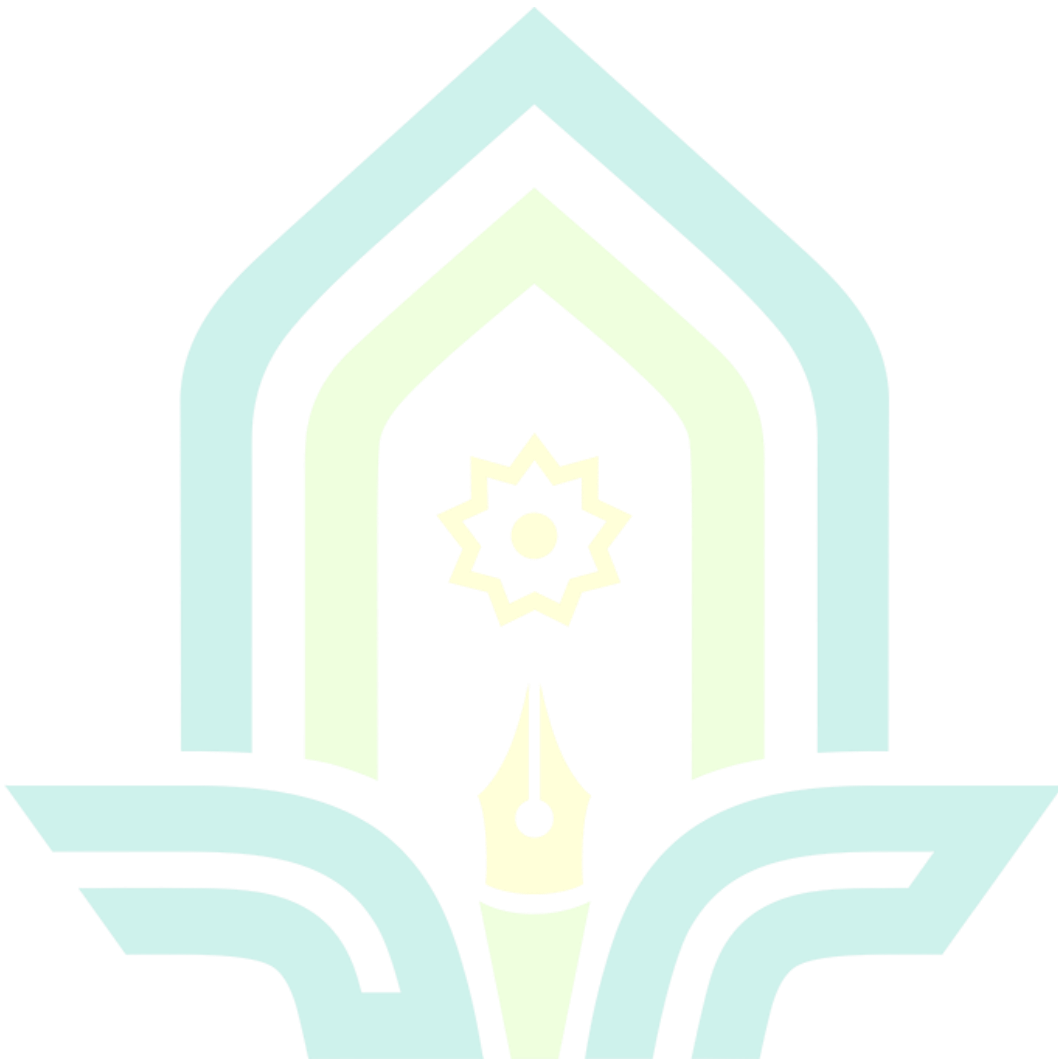
Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti ذوي الفروء : ditulis *zawi al-furud* atau أهل السنة ditulis *ahlu as-sunnah*.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah	4
Tabel 2.1	Telaah Pustaka	21
Table 3.1	Definisi Operasional	38
Table 3.2	Uji Validitas	40
Tabel 3.3	Uji Reabilitas.....	41
Table 3.4	Skala likert	43
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Table 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	53
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal	54
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.6	Daftar Hitam dalam BI <i>Checking</i>	56
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas	62
Tabel 4.11	Hasil Uji Gletser	64
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.13	Hasil Uji F (Simultan).....	67
Tabel 4.14	Hasil Uji t (Parsial)	67
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
Tabel 5.1	kesimpulan.....	76

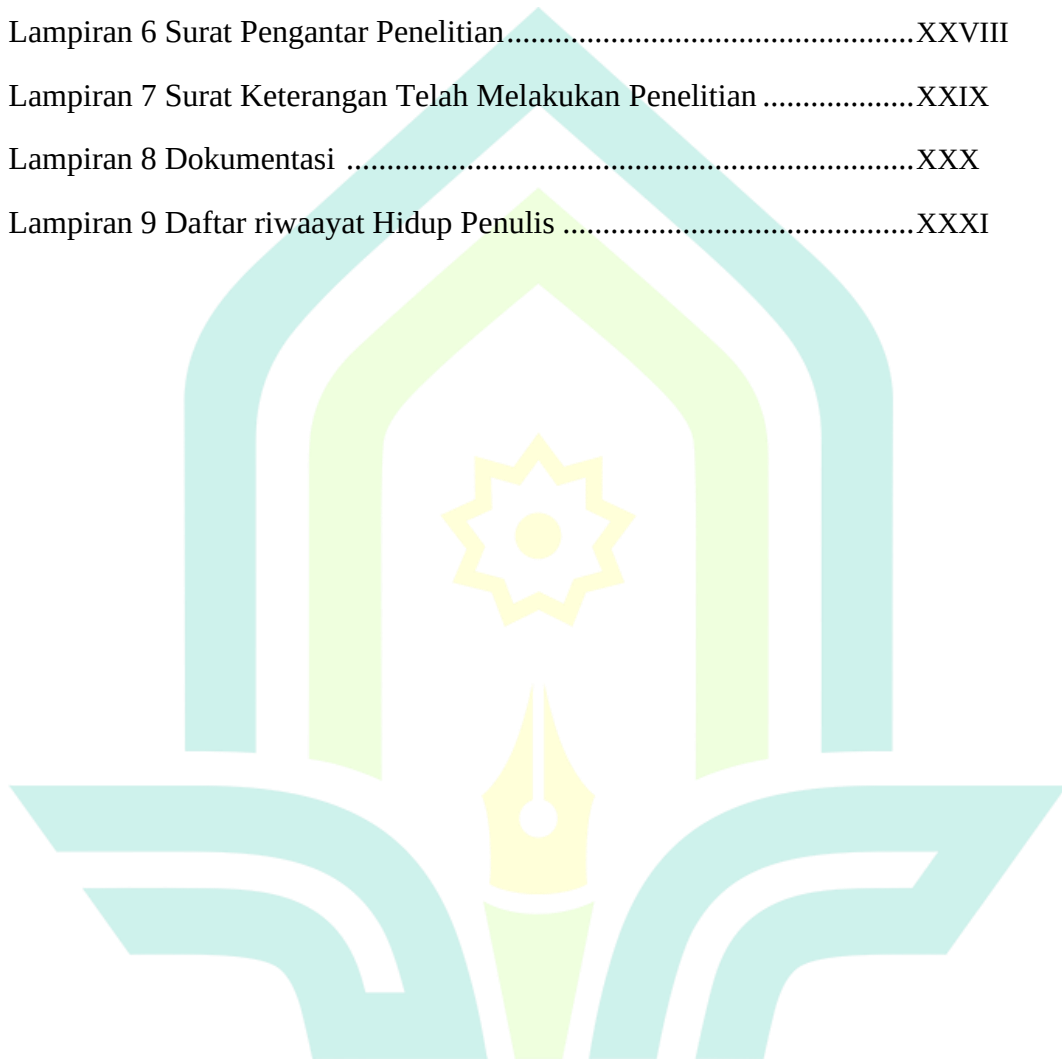
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	28
------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Identitas Responden/Quisioner	I
Lampiran 2 Data Mentah penelitian.....	VII
Lampiran 3 Karakteristik Responden	XX
Lampiran 4 Hasil Uji Statistik.....	XXIII
Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen	XXVI
Lampiran 6 Surat Pengantar Penelitian.....	XXVIII
Lampiran 7 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	XXIX
Lampiran 8 Dokumentasi	XXX
Lampiran 9 Daftar riwaayat Hidup Penulis	XXXI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan yang mempunyai tugas dalam mengumpulkan dana dan menyalurkannya ke pihak yang membutuhkan disebut dengan Bank. Dan lembaga keuangan yang dalam pengaplikasiannya menerapkan nilai-nilai ajaran Islam dan berlandaskan Al-Quran dan Hadist disebut dengan bank syariah, dimana ketentuan dalam Al-Qur'an dan hadist atau Ijma tersebut dapat mengatur mulai dari akad transaksi hingga pengelolaan bagi hasilnya serta tidak dapat dipisahkan dari beberapa aspek dari pada ajaran islam yang bersifat komprehensif.

Definisi dari komprehensif yaitu sebagai ajaran agama islam yang terdiri dari aspek kehidupan dari segi adat istiadat atau sosial yang bersifat universal (menyeluruh). Makna dari universal dapat diterapkan di berbagai tempat dengan tidak membedakan baik ras, golongan ataupun agama. Maka dapat diketahui bahwa bank syariah dapat memberikan layanan kepada masyarakat berupa pembiayaan, penyimpanan, dan pembayaran. Maka dianjurkan dalam perbankan syariah agar menghindari riba dan kegiatan yang bertentangan dengan syariah Islam.

Bank syariah dan Bank Muamalat berdiri tepatnya ditanggal 1 November 1991, bersamaan dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia. Perkembangan industri perbankan syariah berkembang sangat pesat dibuktikan dengan semakin bertambahnya jumlah lembaga keuangan Syariah yang didirikan. Adapun Bank Syariah terbesar di indonesia

terbentuk pada februari 2021 dengan 200 triliun rupiah yang dimiliki sebagai asset yang merupakan gabungan dari Bank BRI Syariah, BNI Syariah, dan Syariah Mandiri membentuk Bank Syariah Indonesia.

Bank syariah didirikan di Indonesia dengan adanya keinginan masyarakat yang sebagian besar beragama Islam yang menghindari transaksi yang berkaitan dengan bunga yang di pandang haram. Dalam Fatwa MUI nomor 1 tahun 2004 memperkuat bahwasanya suatu bunga di perbankan mengandung unsur riba. Riba (bunga), Perjudian (Maysir), Ragu (gharar), (bathil) atau tidak sah, menjadi beberapa hal yang tidak dianjurkan untuk diterapkan pada kegiatan yang dijalankan berdasarkan pada etika dan prinsip Islam. Dalam bank syariah tidak menerapkan adanya bunga tetapi lebih dikenal dengan imbalan bagi hasil yang memberikan keuntungan pada kedua pihak.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan salah satu lembaga keuangan yang berada pada level mikro. Lembaga keuangan ini merupakan alternatif lain bagi masyarakat yang belum menyentuh akses perbankan di bank konvensional. Selain itu, BPRS juga lembaga keuangan yang berbasiskan standar Islam yang menjauhkan produknya dari unsur ribawi.

Pembiayaan Syariah semakin populer dalam beberapa tahun terakhir, terutama di kabupaten pekalongan yang mayoritas beragama islam. pembiayaan yang didasari prinsip-prinsip Syariah yang menghindari riba dan praktik yang tidak sesuai dengan syariat islam. Namun, meskipun

demikian masih terdapat gap dalam masyarakat mengenai pemahaman dan penerapan pembiayaan Syariah yaitu:

1. Masih banyak masyarakat belum sepenuhnya memiliki pemahaman terkait konsep dan prinsip pembiayaan Syariah. Mereka cenderung menganggap bahwa produk pembiayaan Syariah sulit di pahami seperti murabahah, musyarakah, atau ijarah sehingga sebagian besar masyarakat lebih memilih bank konvensional.
2. Kurangnya sosialisasi dan edukasi tentang pembiayaan Syariah, di banyak daerah informasi tentang produk Syariah jarang ditemukan atau sulit diakses oleh masyarakat luas khususnya di daerah yang cukup terpencil.
3. Kendala aksesibilitas, bank Syariah atau Lembaga keuangan Syariah terkadang masih belum tersebar merata di berbagai daerah terutama di wilayah yang terpencil akibatnya banyak masyarakat yang tidak memiliki akses untuk memanfaatkan pembiayaan Syariah.

Bank syariah menjadi salah satu lembaga keuangan syariah yang mampu membantu perekonomian masyarakat juga dapat dikatakan sebagai suatu lembaga perantara keuangan dimana bermanfaat pada pembangunan ekonomi masyarakat di wilayah Pekalongan untuk mendorong pertumbuhan dengan menyalurkan berbagai pembiayaan. Dengan pembiayaan yang diajukan ke bank maka masyarakat dapat menerima uang pinjaman untuk melakukan berbagai aktivitas perekonomian dalam modal kerja, investasi maupun konsumsi. Sedangkan untuk menggapai masyarakat

tertarik menggunakan pembiayaan bank syariah maka terdapat berbagai faktor yang mungkin dapat mempengaruhinya. Sehingga penelitian ini menguji faktor promosi, budaya, dan religiusitas masyarakat dalam mengambil pembiayaan di bank syariah. Berikut merupakan jumlah masyarakat yang telah turut serta mengambil pembiayaan syariah di BPRS Suriyah KC Pekalongan dalam rentang tahun 2021-2024.

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Pembiayaan BPRS Suriyah KC Pekalongan

Periode	Jumlah Nasabah Pembiayaan Syariah
2021	632
2022	334
2023	319
2024	315
Total	1600

Sumber. Data Primer Penelitian, 2024.

Dapat diketahui bahwa masyarakat yang mengambil pembiayaan syariah di BPRS Suriyah KC Pekalongan menurun setiap tahun, yaitu sebanyak 632 nasabah pada tahun 2021. Adapun pada tahun 2022, masyarakat yang mengambil pembiayaan mengalami penurunan menjadi 344 orang, lalu pada tahun 2023 sebanyak 319 nasabah yang mengambil pembiayaan syariah di BPRS Suriyah. Dan pada tahun 2024 sebanyak 412 orang. Sehingga total nasabah dari tahun 2021-2024 sebanyak 1600 nasabah

Oleh karena itu, penelitian ini akan menguji faktor promosi, budaya, religiusitas terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan syariah di bank tersebut.

Faktor lainnya yaitu promosi, menjadi salah satu cara dalam bidang pemasaran yang digunakan untuk memikat pelanggan atau nasabah untuk menggunakan produk tertentu. Di bidang perbankan, maka pemasaran perlu dilakukan untuk mendorong rasa ketertarikan masyarakat menggunakan berbagai produk keuangan yang ditawarkan dimana hal ini bertujuan untuk mengoptimalkan fungsi intermediasi bank. Penelitian terhadap produk pembiayaan KPR oleh Darna dan Wardani (2013) menyatakan bahwasanya bauran promosi yang dilakukan oleh bank syariah telah mempengaruhi keputusan masyarakat mengambil produk pembiayaan secara signifikan. Bauran promosi tersebut yaitu promosi penjualan, publisitas, periklanan, dan personal selling.

Budaya diartikan sebagai kreativitas manusia atau kebiasaan manusia yang dapat membentuk perilaku bermasyarakat (Syafri dan Huda 2015). Budaya sering dilakukan masyarakat seperti budaya adat yang menjadi kebiasaan secara turun temurun. Terdapat berbagai budaya adat yang sering dilakukan oleh masyarakat seperti mendak kematian, ruwatan, nyadran, syawalan, dan lain sebagainya. Dalam kaitannya dengan pembiayaan perbankan, hal ini untuk mengetahui apakah masyarakat akan mengambil pembiayaan ketika akan melakukan budaya tersebut sebagai bentuk pendanaan. Syafri dan Huda (2015) juga menyatakan bahwa secara

simultan, diketahui bahwa masyarakat mengambil keputusan guna melakukan pembiayaan pada bank syariah disebabkan oleh adanya budaya.

Sedangkan penelitian ini juga menggunakan faktor religiusitas yang digunakan untuk mengetahui apakah tingkat religi masyarakat mempengaruhi keputusan pengambilan pembiayaan di bank syariah. Rachmawati dan Widana (2019) mengungkapkan religiusitas merupakan tindakan yang berhubungan dengan masyarakat luas dan erat kaitannya dengan pengabdian seseorang kepada Allah SWT. Terdapat lima dimensi keberagaman yang digunakan untuk mengetahui seseorang religious ataupun tidak yakni melalui dimensi keyakinan, pengetahuan agama, praktik agama (spiritual dan ketaqwaan), dan pengalaman atau konsekuensi.

Bank syariah baru dikenal oleh masyarakat dibandingkan dengan bank konvensional yang sudah lama dikenal oleh masyarakat, sehingga masyarakat belum mengetahui sepenuhnya terkait dengan bank syariah. Dan dapat diketahui melalui informasi yang dipublikasi Bank Indonesia yang menyatakan bahwasanya, sampai tahun 2017 perbankan syariah hanya mempunyai 5% dari total pangsa pasar perbankan secara nasional. Disisi lain, masih banyak masyarakat yang menganggap bahwa bank syariah memiliki kesamaan dengan bank konvensional. Hal ini disebabkan dominasi bank konvensional dan lamanya mereka berdiri sehingga pola yang terbentuk dalam masyarakat masih belum banyak penyesuaian. Selain itu, perbedaan pandangan dan keyakinan religi masyarakat atas sistem pembagian hasil, bunga dan produk relatif berpotensi memberikan pengaruh

pada masyarakat menggunakan produk bank syariah. Serta promosi bank syariah dan budaya masyarakat akan turut mendorong pandangan dan aktivitas dalam pemakaian produk pada bank syariah.

Sehubungan dengan uraian diatas, maka peneliti tertarik melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi, Budaya, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Masyarakat Mengambil Pembiayaan Syariah (Studi Kasus pada BPRS Suriyah KC Pekalongan)”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diketahui berdasarkan latar belakang diatas yaitu sebagaimana berikut ini:

1. Apakah promosi memberikan pengaruh terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan syariah di BPRS Suriyah KC Pekalongan?
2. Apakah budaya memberikan pengaruh terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan syariah di BPRS Suriyah KC Pekalongan?
3. Apakah religiusitas memberikan pengaruh terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan syariah di BPRS Suriyah KC Pekalongan?
4. Apakah promosi, budaya dan religiusitas memberikan pengaruh simultan terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan syariah di BPRS Suriyah KC Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dapat diketahui berdasarkan rumusan masalah diatas yaitu sebagaimana berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan syariah di BPRS Suriyah KC Pekalongan
2. Untuk mengetahui pengaruh budaya pada keputusan masyarakat mengambil pembiayaan syariah di BPRS Suriyah KC Pekalongan
3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas pada keputusan masyarakat mengambil pembiayaan syariah di BPRS Suriyah KC Pekalongan
4. Untuk mengetahui pengaruh simultan promosi, budaya, dan religiusitas pada keputusan masyarakat mengambil pembiayaan syariah di BPRS Suriyah KC Pekalongan

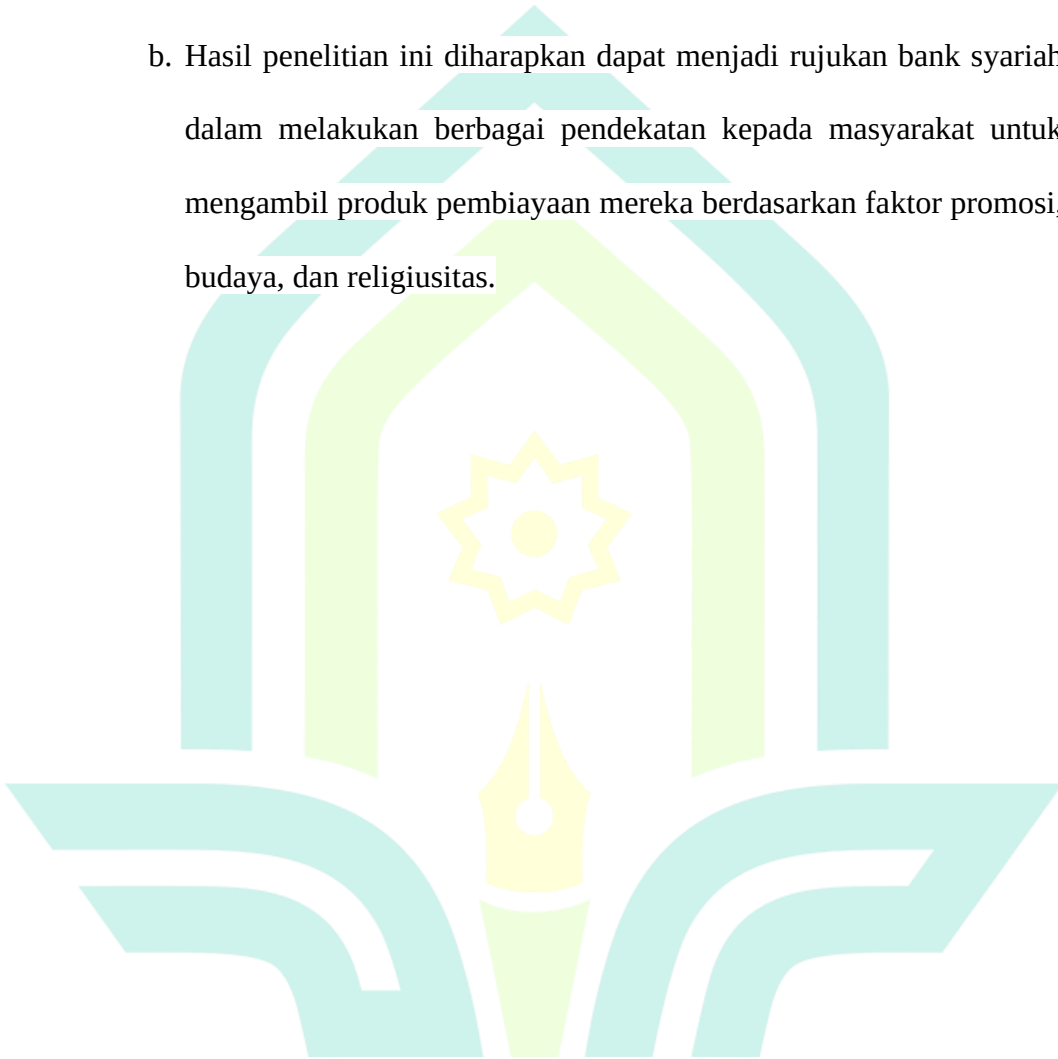
D. Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Harapan dari hasil studi ini dapat menambah pengetahuan dan informasi terkait pengaruh promosi, budaya, dan religiusitas masyarakat kabupaten Pekalongan terhadap keputusan mengambil pembiayaan pada bank syariah.
 - b. Harapanya hasil dari studi ini dapat menjadi sebagai referensi pada penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini di harapkan dapat menambah informasi terkait dengan faktor-faktor yang berkaitan dengan keputusan masyarakat kabupaten Pekalongan mengambil pembiayaan pada bank syariah.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bank syariah dalam melakukan berbagai pendekatan kepada masyarakat untuk mengambil produk pembiayaan mereka berdasarkan faktor promosi, budaya, dan religiusitas.





BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Pada penelitian bermaksud memberikan bukti secara empiris terkait pengaruh promosi, budaya dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan pada BPRS Suriyah KC Pekalongan. Berpijak dari hasil analisis dan uji hipotesis, dengan ini peneliti menyimpulkan sebagaimana berikut ini:

Tabel 5.1 kesimpulan

No	Variabel bebas (X)	Koefisien regresi	Nilai t hitung	Sig. (p-value)	Pengaruh terhadap Y
1	Promosi (X1)	0,196	3,688	0,000	Signifikan
2	Budaya (X2)	0,211	3,719	0,000	Signifikan
3	Rligiusitas (X3)	0,149	3,119	0,043	Signifikan

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

1. Variabel Promosi memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan pada BPRS Suriyah KC Pekalongan dan artinya semakin baik mempromosikan dan memperkenalkannya kepada masyarakat luas terkait dengan produk yang ada pada BPRS Suriyah KC Pekalongan maka akan meningkat pula minat nasabah dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembiayaan di BPRS Suriyah KC Pekalongan.

2. Variabel budaya memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan pada BPRS Suriyah KC Pekalongan dan artinya semakin baik budaya yang diterapkan pada BPRS Suriyah KC Pekalongan maka akan meningkat pula minat nasabah dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembiayaan di BPRS Suriyah KC Pekalongan.
3. Variabel religiusitas memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan pada BPRS Suriyah KC Pekalongan dan artinya semakin meningkatnya religiusitas para anggota BPRS Suriyah KC Pekalongan maka akan meningkat pula minat nasabah dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembiayaan di BPRS Suriyah KC Pekalongan.
4. Variabel promosi, budaya, dan religiusitas bersamaan memberikan pengaruh simultan terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan pada BPRS Suriyah KC Pekalongan. Artinya semakin tinggi promosi, budaya dan religiusitas maka akan meningkat pula minat nasabah dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembiayaan di BPRS Suriyah KC Pekalongan.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini menyebabkan kurang sempurnanya pada simpulan yang ditarik. Adapun keterbatasan studi ini sebagaimana berikut:

1. Fokus dari studi ini yaitu pada variabel promosi, budaya, dan religiusitas. Oleh karena itu, tidak seluruh aspek terkait keputusan mengambil pembiayaan pada BPRS Suriyah KC Pekalongan diteliti.
2. Lokasi penelitian ini berfokus dengan BPRS Suriyah KC Pekalongan dan tidak adanya klasifikasi nasabah yang melakukan pembiayaan atau tidak.
3. Pendistribusian kuesioner jumlahnya sama dengan kebutuhan sampel yaitu 93 responden, merupakan para nasabah BPRS Suriyah KC Pekalongan dan dengan ketidaksamaan latar belakang menjadikan hambatan pada tahap pengisian kuesioner dari responden.

C. Implikasi

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil lebih baik, adapun implikasi penelitian ini sebagaimana berikut:

1. Implikasi Teoritis
 - a. Promosi memberikan pengaruh terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan, yang berarti harus selalu memperkenalkan produk dan mempromosikannya dengan jangkauan yang lebih luas lagi kepada masyarakat.
 - b. Budaya berpengaruh terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan, yang berarti harus selalu meningkatkan budaya kerja dan membangun hubungan baik dengan nasabah dan calon nasabah.
 - c. Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan, berarti harus menerapkan religiusitas dan meningkatkannya lagi sehingga dapat menciptakan ketertarikan nasabah

dan calon nasabah melakukan pembiayaan di BPRS Suriyah KC Pekalongan.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan pijakan suatu pertimbangan bagi praksi lembaga keuangan pada khususnya BPRS dalam pelaksanaan peningkatan keputusan masyarakat dalam mengambil pembiayaan.

D. Saran

Berpijak dari hasil studi yang sudah dilaksanakan, dengan ini saran yang akan peneliti sampaikan guna memberikan manfaat pada pihak yang berkaitan atas hasil dari studi ini sebagaimana berikut:

1. Bagi BPRS Suriyah KC Pekalongan diperlukan saran dari peneliti yang telah dilakukan. Pertama, harapan untuk kedepannya agar selalu memberikan kualitas produk yang sesuai dengan standarisasi produk di lembaga keuangan ini. Kedua, meningkatkan budaya yang baik dalam kehidupan sehari-hari didalam pelayanan nasabah ataupun calon nasabah. Ketiga, religiusitas sangat penting untuk tetap diterapkan dan dipertahankan sehingga kegiatan transaksi atau yang lainnya dapat berjalan selaras dengan ajaran syariah islam khususnya.
2. Bagi penelitian selanjutnya diperlukan saran dari pihak peneliti. Pertama, harapan pada peneliti berikutnya agar menambah serta melakukan

pengembangan variabel lain ataupun mengganti indikator disetiap variabel dan diambil secara khusus. Kedua, hasil penelitian ini memungkinkan adanya penelitian yang akan dibuat selanjutnya dengan mengamati atau merubah objek penelitian sebelumnya. Ketiga, diperbanyak referensi yang sepadan penelitian yang dibuat.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Hamdi. "Teori Bank Syariah." *Jps (Jurnal Perbankan Syariah)* 2.1 (2021): 67-83.
- Arifin, M. N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Pengambilan Pembiayaan Usaha Rakyat Di Bank Syariah Indonesia Malang Soetta. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (Jebp)*, 2, 2798–1193.
- Alkautsar, A. A. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Kepemilikan Pembiayaan Rumah (KPR) Syariah pada PT Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya. *Journal Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic*, 2.
- Atarwaman, R. J. D. (2020). *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. 6(1), 348–368. https://doi.org/10.1007/978-3-642-56129-0_12
- Awatara, I. G. P. D., & Hamdani, A. (2019). Implementasi Investasi Hijau Dan Strategi Daya Saing Hijau Terhadap Green Banking Di Kota Surakarta. *Jurnal Presipitasi : Media Komunikasi Dan Pengembangan Teknik Lingkungan*, 16(2), 53. <https://doi.org/10.14710/Presipitasi.V16i2.53-57>
- Chofifatun, D., Diana, N., & Alrasyid, H. (2023). *Pengaruh Religiusitas , Promosi Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Griya Simuda (Studi Kasus : Bank Syariah Indonesia Kcp Malang Lawang)*. 4(1), 89–101.
- Christian, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian: Peran Minat Beli Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 109–118.
- Darna, & Wardani, D. P. (2013). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pengambilan Produk Pembiayaan Kpr Platinum Ib Pada Bank X Syariah Cabang Harmoni-Jakarta*. 12(1), 1–10.
- Effasa, A. S., & Suyono, K. L. (2019). Pengaruh Pribadi, Sosial, Dan Budaya Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kc Sumberrejo-Bojonegoro. *Progress In Retinal And Eye Research*, 561(3), S2–S3.
- Elizabeth Sugia, M. C. P. (2020). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(1), 469. <https://doi.org/10.24912/Jpa.V2i1.7176>
- Fitriana, Sudodo, Y., & Hakim, L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame(Studi Kasus Pada Konsumen Oriflame Di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1.
- Fitriyani, F., & Wahyu, D. R. (2018). Analisis Ketentuan Pemenuhan Modal Minimum (Capital Adequacy Ratio) Sebagai Salah Satu Indikator Kesehatan Bank (Studi Kasus Pada Bank Rakyat Indonesia Yang Terdaftar Di Bei Periode 2011—2015). *Banque Syar'i : Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*,

- 4(1), 01. <https://doi.org/10.32678/Bs.V4i1.1074>
- Hambani, S., & Lestari, A. (2020). Pengaruh Penyuluhan Pajak, Surat Pemberitahuan Pajak Terutang (Sppt), Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bumi Dan Bangunan. *Jurnal Akunida*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.30997/Jakd.V6i1.2810>
- Harahap, F. H. S. (2016). Analisis Pengaruh Religiusitas Dan Pendapatan Usaha Nasabah Serta Margin Bank Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Bank Syariah (Kasus Nasabah Di Kecamatan Padangsidimpuan Utara). *Program Pascasarjana Uin Sumatera Utara Medan*.
- I Wayan Yeremia Natawibawa, Gugus Irianto, R. (2018). Theory Of Reasoned Action Sebagai Prediktor Whistleblowing Intention Pengelola Keuangan Di Institusi Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (Jiap)*, 4(4), 310–319.
- Madaan, G., & Singh, S. (2019). An Analysis Of Behavioral Biases In Investment Decision-Making. *International Journal Of Financial Research*, 10(4), 55–67. <https://doi.org/10.5430/Ijfr.V10n4p55>
- Maisarah, Zamzami, & P.A, E. D. (2018). Analisis Rasio Keuangan Untuk Memprediksi Kondisi Financial Distress Perbankan Syariah Di Indonesia (Studi Kasus Pada Bank Syariah Di Indonesia Periode 2011-2016). 4344(1), 3–8.
- Maryanti, I. E., & Hariyono. (2020). Pengaruh Implementasi Green Accounting Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Widya Ganecwara*, 10(4), 1–12. <https://doi.org/10.36728/Jwg.V10i4.1214>
- Muhlisoh, L., Nawawi, K., & Arif, S. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan. *Al Maal: Journal Of Islamic Economics And Banking*, 1(2), 130. <https://doi.org/10.31000/Almaal.V1i2.1897>
- Musyafa, H. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Journal Of Islamic Economics & Business*, 2, 167–177.
- Mutiara, I., & Syahputra. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Korea. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17, No. 2(2), 148–160.
- Nasir, M. D. A. (2020). Religiusitas Mahasiswa Perbankan Syariah S1 Uin Malang Yang Menggunakan Jasa Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 21–29.
- Nasirin. (2018). Pengaruh Penghasilan, Kesadaran, Dan Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan (Pbb). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 53(9), 1689–1699.
- Nur Utomo, M., Rahayu, S., Kaujan, K., & Agus Irwandi, S. (2020). Environmental Performance, Environmental Disclosure, And Firm Value: Empirical Study Of Non-Financial Companies At Indonesia Stock Exchange. *Green Finance*, 2(1), 100–113. <https://doi.org/10.3934/Gf.2020006>
- Nurlaeli, I. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bprs Di Banyumas. *Islamadina*, 18(2), 75. <https://doi.org/10.30595/Islamadina.V18i2.1922>
- Rachmawati, A., & Widana, G. O. (2019). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand

- Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 1–20. <https://doi.org/10.37058/Jes.V5i1.1502>
- Religia, Y. (2023). Theory Of Reasoned Action Dalam Mempengaruhi Niat Adopsi Tiktok Dikalangan Umkm. *Journal Of Economic, Business And Engineering (Jebe)*, 4(2), 199–205.
- Saifurrisa, A. (2019a). Pengaruh Pribadi, Sosial, Dan Budaya Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kc Sumberrejo-Bojonegoro. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 8, 69–82.
- Saifurrisa, A. (2019b). Pengaruh Pribadi, Sosial Dan Budaya Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kc Sumberrejo Bojonegoro. *Gema Ekonomi Jurnal Fakultas Ekonomi*, 8.
- Santosa, S. T. (2023). *Pengaruh Margin, Promosi, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Pada Koperasi Simpan Pinjam Syariah Sarana Aneka Jasa Kcp Wedi)*.
- Susanti, N. I., Inayah, N., & Hamzah, N. M. (2020). Pengaruh Faktor Keluarga, Religiusitas Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Konvensional (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Iai Darussalam). *Malia (Terakreditasi)*, 11(2), 221–240. <https://doi.org/10.35891/ML.V11i2.2104>
- Syafril, & Huda, N. (2015). Analisis Faktor Sosial Budaya Dan Psikologis Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Pada Warung Mikro (Studi Pada Pt Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 3(3), 257–268.
- Ulya, Z. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Umkm Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah Di Kota Tegal. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8.
- Utami, M. G. (2023). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Linkaja Menggunakan Theory Of Reasoned Action. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 13(1), 73–91.
- Wahyulkarima, A. (2018). Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tentang Produk terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1.
- Wanjiru; Mwita. (2019). The Effect Of Behavioural Factors On Investment Decisions At The Nairobi Securities Exchange. *University Of Nairobi*, 3(4), 64–79.
- Zahra, F. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Pemilikan Rumah (Studi Kasus Nasabah Pt Bank Sumut Capem Syariah Simpang Kayu Besar). *Jurnal Ekonomi Islam*, 6(2), 80–103.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *Jps (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(2), 114–130. <https://doi.org/10.46367/Jps.V2i2.342>



