

**PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI, KUALITAS PRODUK
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH PRODUK TABUNGAN DI KSPPS BMT
AN-NAJAH CABANG BOJONG**

SKRIPSI

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



Oleh :

RIZQI HIDAYAH
NIM. 4217028

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN 2022**

**PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI, KUALITAS PRODUK
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH PRODUK TABUNGAN DI KSPPS BMT
AN-NAJAH CABANG BOJONG**

SKRIPSI

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



Oleh :

RIZQI HIDAYAH
NIM. 4217028

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN 2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizqi Hidayah

Nim : 4217028

Judul : **Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas**

Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan

di KSPPS BMT An-Najah cabang Bojong.

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

Pekalongan, 8 Juni 2022

Yang menyatakan



Rizqi hidayah

NOTA PEMBIMBING

Drajat Stiawan, M.Si

Perum Griya Alya A. 10, Wiradesa Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Rizqi Hidayah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Rizqi Hidayah

NIM : 4217028

Judul Skripsi : **Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong**

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

Wasssalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 8 Juni 2022
Pembimbing



Drajat Stiawan, M.Si
NIP. 198301182015031001



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.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

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

Nama : **RIZQI HIDAYAH**

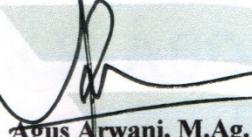
NIM : **4217028**

Judul : **PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK TABUNGAN DI KSPPS BMT AN-NAJAH CABANG BOJONG**

Telah diujikan pada hari Selasa 30 Agustus 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I


Agus Arwani, M.Ag.

NIP. 19760807 201412 1 002

Penguji II


Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I.

NIP. 19870311 201908 1 001

Pekalongan, 30 Agustus 2022

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.

NIP. 19750220 199903 2 001

MOTTO

..... لا يكُلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.....
(QS Al-Baqarah : 286)

“jika kau tak suka sesuatu, ubahlah!!

Jika tak bisa, maka ubahlah cara pandangmu tentangnya”

-Maya Angelou

“It's impossibility to be perfect, but it's possible to do the best”

(Adalah sebuah ketidakmungkinan untuk menjadi yang sempurna, tetapi sangatlah mungkin untuk melakukan yang terbaik)

-Anonim

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya, bapak Carim dan ibu Alwiyah yang telah memberikan kasih sayang, pengorbanan, perhatian, dukungan baik secara moral ataupun materiil, dan doa-doa kalian yang tidak pernah berhenti mengalir.
2. Keluargaku yang selalu memberikan motivasi agar saya tetap kuat dan sabar dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Bapak Drajat Stiawan, M. Si. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku dosen pembimbing akademik yang selama empat tahun memberikan wejangan serta semangat kepada saya.
5. Bapak Alkhiqni Bimaulana selaku kepala cabang KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Untuk sahabat-sahabatku terutama Ollo Squad terima kasih telah menjadi sahabat di saat senang dan susahku selama perkuliahan ini.
7. Semua pihak yang mendukung dalam terselesaikannya skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
8. Teman-teman seperjuangan semua, dari Perbankan Syariah angkatan 2017.
9. Seluruh Dosen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

10. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
11. Untuk Lukman, Irfan dan Ilham yang selalu mendukung dan membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Untuk Achmad Nur Ikhwansani yang sudah menjadi support sistem disegala situasi dan kondisi.
13. Dan yang terakhir untuk seluruh rekan kerja saya di PT Sicepat Ekspres yang selalu menyemangati saya dalam penyelesaian skripsi ini.

ABSTRAK

Rizqi Hidayah, Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong.

Keputusan Nasabah adalah suatu tindakan dan kegiatan seseorang atau dalam hal ini adalah nasabah dalam menentukan sebuah pilihan. Pilihan disini yang pasti pilihan yang dapat memberikan keuntungan bagi nasabah tersebut. Tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan, untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan, untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan, dan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan sebaran kuesioner (angket) dengan responden sebanyak 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel bagi hasil, promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan. Secara simultan variabel bagi hasil, promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan.

Kata Kunci : Bagi Hasil, Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Nasabah.

ABSTRACT

Rizqi Hidayah, The Effect Of Profit Sharing, Promotion, Product Quality And Service Quality On Customer Decisions To Choose Savings Products At KSPPS BMT An-Najah Bojong Branch.

Customer's decision is an action and activity of a person or in this case is the customer in making a choice. The choice here is definitely an option that can provide benefits for these customers. The purpose of the study is to find out the effect of revenue sharing on customer decisions to choose savings products, to know the influence of promotions on customer decisions to choose savings products, to know the influence of product quality on customer decisions, and to know the influence of service quality on customer decisions to choose savings products. This research includes a type of quantitative research. The method of collecting data in this study is by spreading questionnaires with respondents as many as 100 people. The results showed that partially variables in revenue sharing, promotion, product quality and quality of service significantly affected customer decisions to choose savings products. Simultaneously, variables in revenue sharing, promotion, product quality and quality of service significantly affect the decision of customers to choose savings products.

Keyword : Profit Sharing, Promotion, Product Quality, Service Quality, and Customer Decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong”**. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Dalam penyusunan dan penulisan Skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri K. H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak M. Shulthoni,Lc., MA., MSI., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri K. H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri K. H Abdurrahman Wahid Pekalongan dan selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Dosen Wali yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dari awal perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K. H Abdurrahman Wahid

Pekalongan.yang telah memberi ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama di bangku perkuliahan.

7. Orang tua, keluarga, dan teman – teman Perbankan Syariah 2017 yang selalu mendukung dari awal penyusunan Skripsi.
8. Semua pihak yang ikut membantu penyusunan Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis merasa masih banyak keterbatasan baik pada teknis penulisan maupun materi. Mengingat akan keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis. Untuk itu kritik dan saran dari semua pihak sangat penulis harapkan demi penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Wassalammualaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 28 Mei 2022

Penulis



Rizqi Hidayah

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------------------------|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA | ii |
| NOTA PEMBIMBING | iii |
| PENGESAHAN | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT | ix |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI | xii |
| PEDOMAN LITERALISASI | xv |
| DAFTAR TABEL | xix |
| DAFTAR GAMBAR | xx |
| DAFTAR LAMPIRAN | xxi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 8 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 9 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 11 |
| A. Landasan Teori..... | 11 |
| 1. Teori Umum (Grand Theory) | 11 |
| 2. Bagi Hasil | 12 |
| 3. Promosi..... | 16 |
| 4. Kualitas Produk | 20 |
| 5. Kualitas Pelayanan | 22 |
| 6. Keputusan Nasabah | 25 |
| B. Kajian Pustaka..... | 29 |
| C. Kerangka Berpikir | 34 |
| D. Hipotesis..... | 34 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 41 |
| A. Jenis Penelitian..... | 41 |
| B. Pendekatan Penelitian | 41 |
| C. Setting Penelitian..... | 42 |
| D. Sumber Data | 42 |
| 1. Data primer | 43 |
| 2. Data sekunder | 43 |
| E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data | 43 |

| | |
|-----------------------------------------------|-----------|
| 1. Instrumen Penelitian | 43 |
| 2. Teknik Pengumpulan Data | 44 |
| F. Variabel Penelitian | 45 |
| G. Definisi Operasional..... | 46 |
| H. Populasi , Sampel dan Teknik Sampling..... | 48 |
| I. Teknik Analisis Data..... | 49 |
| 1. Uji Instrumen..... | 49 |
| a. Uji Validitas..... | 49 |
| b. Uji Reliabilitas | 50 |
| 2. Uji Asumsi Klasik | 50 |
| a. Uji Normalitas..... | 50 |
| b. Uji Multikolinearitas | 50 |
| c. Uji Heteroskedastisitas | 51 |
| d. Uji Linearitas | 52 |
| 3. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 52 |
| 4. Uji Hipotesis | 53 |
| a. Uji t (Parsial)..... | 53 |
| b. Uji F (Simultan) | 53 |
| c. Uji Determinas R Square | 54 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 55 |
| A. Deskripsi Umum Lokasi Penelitian..... | 55 |
| 1. Profil KSPPS BTM An-Najah..... | 55 |
| 2. Visi dan Misi KSPPS BMT An-Najah | 56 |
| 3. Struktur Organisasi | 57 |
| B. Deskripsi Data | 58 |
| 1. Deskripsi Data Penelitian | 58 |
| 2. Karakteristik Responden | 59 |
| a. Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 59 |
| b. Berdasarkan Usia | 59 |
| c. Berdasarkan Pekerjaan..... | 60 |
| C. Analisis Data | 61 |
| 1. Uji Instrumen..... | 61 |
| a. Uji Validitas..... | 61 |
| b. Uji Reliabilitas | 62 |
| 2. Uji Asumsi Klasik | 63 |
| a. Uji Normalitas..... | 63 |
| b. Uji Multikolinearitas..... | 64 |
| c. Uji Heteroskedastisitas | 65 |
| d. Uji Linearitas | 66 |
| 3. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 67 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4. Uji Hipotesis | 69 |
| a. Uji t Parsial | 69 |
| b. Uji F Simultan..... | 72 |
| c. Uji Determinasi R Square | 73 |
| D. Pembahasan..... | 74 |
| 1. Pengaruh Bagi Hasil (X1) Terhadap Kaputusan Nasabah (Y) di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong..... | 74 |
| 2. Pengaruh Promosi (X2) Terhadap Kaputusan Nasabah (Y) di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong | 75 |
| 3. Pengaruh Kualitas Produk (X3) Terhadap Kaputusan Nasabah (Y) di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong. | 76 |
| 4. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X4) Terhadap Kaputusan Nasabah (Y) di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong. | 77 |
| 5. Pengaruh Bagi Hasil (X1), Promosi (X2), Kualitas Produk (X3) dan Kualitas Pelayanan (X4) Terhadap Kaputusan Nasabah (Y) di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong. | 78 |
| BAB V PENUTUP | 80 |
| A.Simpulan | 80 |
| B.Keterbatasan Penelitian..... | 81 |
| CImplikasi..... | 82 |
| D.Saran..... | 83 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 85 |

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1978 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

1. Konsonan Tunggal

Fenom 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 dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Keterangan |
|-------------------|-------------|--------------------|---------------------------|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | ba' | B | Be |
| ت | ta' | T | Te |
| س | sa' | Ś | s (dengan titik diatas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ه | ha' | h | 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 | s | es (dengan titik dibawah) |
| ض | Dad | đ | de (dengan titik dibawah) |
| ط | T | ť | te (dengan titik dibawah) |

| | | | |
|---|--------|----|----------------------------|
| ڏ | Za | ڙ | zet (dengan titik dibawah) |
| ڻ | 'ain | ' | koma terbalik (diatas) |
| ڻ | Gain | G | Ge |
| ڻ | Fa | F | Ef |
| ڻ | Qaf | Q | Qi |
| ڻ | Kaf | K | Ka |
| ڻ | Lam | L | El |
| ڻ | M | M | Em |
| ڻ | Nun | N | En |
| ڻ | Waw | W | We |
| ڻ | ha' | Ha | Ha |
| ڻ | Hamzah | ~ | Apostrof |
| ڻ | Ya | Y | Ye |

2. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh : نَزَّلَ ditulis *nazzala*

بِهِنَّ ditulis *bihinna*

3. Vokal Pendek

Fathah (o'_) ditulis a, *kasrah* (o_) ditulis I, dan *dammah* (o_)

ditulis u.

4. Vokal Panjang

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

Contoh : a. Fathah + alif ditulis a, seperti ذَلِكَ ditulis *zalika*.

b. Kasrah + ya' mati ditulis I, seperti يَمِيزَ ditulis *yamiza*.

c. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti يَمُوتَ ditulis *yamutu*.

5. Vokal Rangkap

- a. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهيلي ditulis *az-Zuhaili*.
- b. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*.

6. Ta' Marbuthah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.
- b. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهدایة ditulis *bidayah al-hidayah*.

7. Hamzah

- a. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti إن ditulis *inna*.
- b. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambang apostrof (,), seperti شيء ditulis *syai'un*.
- c. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vocalnya, seperti اللَّوْءُ ditulis *an-nau'*.
- d. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambang apostrof (,), seperti تَلْخُون ditulis *ta'khuzuna*.

8. Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis al, seperti البقره ditulis *al-Baqarah*.
- b. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti dengan huruf 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 : زوي الفرود *zawi al-furudh* atau أهل السنة *ahlu as-sunnah*.

DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong, 3
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian terdahulu, 29
Tabel 3.1 Skala Likert, 44
Tabel 3.2 Definisi Operasional, 46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, 60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan, 60
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas, 61
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas, 62
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas, 63
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas, 64
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas, 65
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas, 67
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda, 68
Tabel 4.11 Hasil Uji T Parsial, 70
Tabel 4.12 Hasil Uji F Simultan, 72
Tabel 4.13 Hasil Uji Determinasi R Square, 73

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Skema Komunikasi, 16
Gambar 2.1 Skema Kerangka Berfikir, 34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi KSPPS BMT An-Najah, 57
Gambar 4.2 Grafik Normal, 63
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot, 66

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner, I
- Lampiran 2 Tabulasi Data, V
- Lampiran 3 Output SPSS Validitas dan Reliabilitas, XIV
- Lampiran 4 Output SPSS Uji Asumsi Klasik, XIX
- Lampiran 5 Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda, XXIV
- Lampiran 6 Output SPSS Uji Hipotesis, XXV
- Lampiran 7 Surat izin Penelitian, XXVI
- Lampiran 8 Surat Keterangan Penelitian, XXVII
- Lampiran 9 Dokumentasi, XXVIII
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup, XXIX

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dunia yang serba modern seperti saat ini, industri perbankan memegang peranan penting untuk mendorong pembangunan nasional, jasa perbankan diperlukan hampir seluruh sektor yang terkait dengan segala kegiatan keuangan. Oleh sebab itu, pada saat ini serta di masa depan, apabila kita akan melakukan kegiatan keuangan pribadi dan perusahaan, kita tidak akan terlepas dari industri perbankan (Kasmir, 2002). Meskipun tergolong dalam elemen baru di Indonesia, pasar keuangan syariah berkembang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya lembaga keuangan syariah di Indonesia, mulai dari Perbankan Syariah, Asuransi Syariah, Reksa Dana Syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya (Apriyanti, 2018).

Telah banyak lembaga keuangan syariah yang muncul di Indonesia. Mulai dari Bank Umum Syariah (BUS), Bank Pembiayaan Masyarakat Syariah (BPRS), Unit Usaha Syariah (UUS), hingga lembaga keuangan non bank syariah berupa Koperasi Syariah, Pegadaian Syariah dan *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT). Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga keuangan alternatif yang memberikan layanan keuangan yang sehat dan sesuai dengan prinsip syariah.

Sistem keuangan syariah semakin kuat dengan ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional melalui UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang telah diubah dalam UU No. 10 Tahun 1998, UU No. 23 Tahun 1999 tentang bank Indonesia dan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah (Sjahdeini, 2014). Perkembangan lembaga keuangan non bank di Indonesia atau yang terkenal dengan sebutan lembaga keuangan mikro (LKM) sangat penting, salah satunya ialah *Baitul Maal wa Tamil* (BMT) (Fadilah Mursid, 2018), dimana kegiatannya adalah mengembangkan usaha ekonomi produktif dengan mendorong aktivitas simpan pinjam, serta mengembangkan aktivitas berbasis wirausahawan menengah kebawah yang mandiri dan terpadu, yang dilakukan melalui cara bagi hasil. (Rosilawati, 2013).

Baitul Maal wa Tamil (BMT) melakukan Kegiatan penggalangan dana berupa tabungan (tabungan dan deposito), dan penyalurannya berupa pembiayaan usaha mikro menggunakan perdagangan, bagi hasil dan pelayanan. Dari kegiatan ini disimpulkan misi BMT ialah membangun serta mengembangkan tatanan ekonomi yang sejahtera dan tatanan masyarakat sipil yang berdasarkan ajaran Islam, serta sejahtera oleh Allah dan diridhoi Allah SWT., kegiatannya fokus menarik dan menyalurkan dana dari masyarakat (Ridwan, 2004). KSPPS BMT An-Najah merupakan suatu lembaga keuangan syariah skala mikro yang telah berdiri sejak tahun 1995 yang berpusat di Kauman-Wiradesa. Di pelopori oleh 100 orang remaja yang tergabung dalam Forum Komunikasi Remaja Masjid (FKRM). Hingga saat ini,

KSPPS BMT An-Najah sudah memiliki beberapa cabang, salah satunya di Bojong.

KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong terbukti mampu bersaing satu sama lain untuk menarik perhatian masyarakat sehingga tertarik menjadi nasabah di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong, padahal masih banyak koperasi lain yang berlokasi cukup dekat dengan KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong. Sebab ini diperkuat dengan konsep minat yang disampaikan oleh Salih serta Wahab yang mengartikan bahwa minat adalah kecenderungan memperhatikan seseorang, serta bertindak atas seseorang, kegiatan atau keadaan yang dengan sendirinya menjadi target minat yang diiringi perasaan senang. (Machmudah, 2009). Berikut data jumlah nasabah simpanan di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong selama tiga tahun terakhir :

**Tabel 1.1
Jumlah Nasabah**

| Tahun | Jumlah |
|-------|--------|
| 2018 | 4616 |
| 2019 | 4858 |
| 2020 | 5035 |

Sumber : KSPPS BMT An-Najah Wiradesa (Kantor Pusat)

Ada beberapa produk di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong, salah satunya adalah tabungan. Dengan landasan Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 02 / DSN-MUI / IV / 2000 tentang pengertian tabungan merupakan simpanan yang hanya bisa diambil sesuai dengan ketetapan tertentu yang sebelumnya disepakati, akan tetapi tidak bisa diambil dengan cek, bilyet giro dan sejenisnya. Dalam prakteknya di lembaga keuangan syariah, sistem

tabungannya menerapkan dua prinsip, yaitu tabungan titipan (*wadiah*) serta tabungan bagi hasil (*mudharabah*) (Lestari, 2015).

Terdapat perbedaan konsep antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional. Keadaan ini dikarenakan perbankan syariah tidak memakai suku bunga khusus, yang digunakan hanya persentase nisbah atau bagi hasil. Menurut pasal 1 ayat 1 PP No. 72 Tahun 1992 tentang bank Berdasarkan Prinsip bagi hasil, menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan prinsip bagi hasil dalam peraturan pemerintah adalah prinsip muamalat berdasarkan syariah dalam melakukan kegiatan usaha bank (Suwiknyo, 2009).

Bagi hasil merupakan pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*Shahibul maal*) dan pengelola (*mudharib*). Melalui sistem bagi hasil maka akan ada pembagian resiko. Resiko yang timbul dalam aktivitas keuangan tidak hanya ditanggung pengelola tetapi juga ditanggung oleh pemilik modal. Pengelola maupun pemilik modal harus saling berbagi resiko secara adil dan proporsional sesuai kesepakatan bersama (Zahro, 2019). Dengan persentase *nisbah* yang tinggi jelas akan memikat masyarakat untuk memasukkan dananya kedalam Bank Syariah dengan harapan kedua pihak mendapatkan imbalan. Keputusan nasabah untuk menitipkan dananya tidak hanya berdasarkan besaran persentase bagi hasilnya saja, namun juga mempertimbangkan ketentuan dalam pembagian bagi hasilnya (Candra, 2014).

Ketika Bank memiliki sebuah produk maka Bank harus memberikan sejumlah penjelasan kepada calon nasabah melalui promosi, dengan adanya

promosi bertujuan agar masyarakat memahami dengan baik atas produk dan jasa yang ditawarkan. Jadi promosi berarti mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. (Yakob Wandikbo, 2013). Promosi dapat dikatakan sebagai faktor yang menentukan keberhasilan suatu program pemasaran untuk suatu perusahaan. Menurut Lupiyoadi, promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara pemberi jasa dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Sekalipun produk memiliki kualitas yang tinggi, jika seseorang konsumen belum mengetahui ataupun mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk atau jasa tersebut akan memiliki manfaat bagi mereka, maka mereka tidak akan mau membelinya. Dimensi promosi yaitu periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi mulut ke mulut, pemasaran langsung dan bisa juga dengan menawarkan berbagai hadiah untuk menarik minat nasabah (Sholikah, 2019).

Ketika nasabah sudah mengetahui informasi mengenai produk atau jasa tersebut hal yang dilakukan yaitu menjadi nasabah. Dalam keadaan ini kualitas pelayanan memegang peranan penting untuk mempertahankan nasabah dan menarik nasabah baru dalam lingkungan kompetitif. Kualitas pelayanan yang diterima nasabah menjadi evaluasi tersendiri, artinya kualitas pelayanan yang baik menyebabkan tingkat kepuasan meningkat dan sebaliknya. Baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tidak dinyatakan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan. Kualitas pelayanan yang baik dapat berupa kesopanan dan keramahan karyawan, kelancaran saat nasabah bertransaksi, kelengkapan fasilitas yang ada di tempat tersebut dan lain sebagainya (Zahro, 2019).

Selain kualitas pelayanan yang harus maksimal, perlu juga adanya peningkatan kualitas produk untuk memaksimalkan daya saing antara lembaga keuangan .Payne mendefinisikan kualitas produk sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk (Hidayat, 2009). Pengalaman yang baik atau buruk terhadap suatu produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pemakaian kembali atau tidak (Kurniasari, 2013). Kualitas produk tabungan diperoleh dengan memenuhi harapan nasabah, meningkatkan nilai produk dan layanan. Sehingga pengelola usaha dituntut untuk menciptakan sebuah produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau keinginan nasabah. Sekarang ini kualitas produk menjadi aspek penentu sebuah keberhasilan perusahaan. Suatu perusahaan harus mencermati mutu produk yang dipasarkan pada masyarakat apabila ingin berkembang. Dengan demikian perusahaan mampu mempertahankan nasabah dan memperoleh nasabah baru, sehingga dapat meningkatkan penjualan (Wasiah, 2017).

Dari pemaparan tersebut, penulis berminat untuk melakukan kegiatan penelitian dengan judul “PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK TABUNGAN DI KSPPS BMT AN-NAJAH CABANG BOJONG”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penelaahan dan cakupan masalah tersebut dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah bagi hasil berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan di KSPPS BMT AN-NAJAH Cabang Bojong?
2. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan di KSPPS BMT AN-NAJAH Cabang Bojong?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan di KSPPS BMT AN-NAJAH Cabang Bojong?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan di KSPPS BMT AN-NAJAH Cabang Bojong?
5. Apakah bagi hasil, promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan di KSPPS BMT AN-NAJAH Cabang Bojong?

C. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian tentunya memiliki sebuah tujuan yang ingin dicapai.

Bertitik tolak dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan di KSPPS BMT AN-NAJAH Cabang Bojong.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan di KSPPS BMT AN-NAJAH Cabang Bojong.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan di KSPPS BMT AN-NAJAH Cabang Bojong.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan di KSPPS BMT AN-NAJAH Cabang Bojong.
5. Untuk mengetahui apakah bagi hasil, promosi, kualitas produk dan pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan di KSPPS BMT AN-NAJAH Cabang Bojong.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak- pihak terkait, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap penelitian ini mampu berkontribusi untuk ilmu pengetahuan serta bisa dijadikan rujukan untuk penelitian lain yang tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan bisa meningkatkan kemampuan penulis dalam hal penulisan dan menambah wawasan serta pengalaman, sekaligus memperoleh pengetahuan yang lebih tentang masalah yang diteliti.

b. Bagi KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan masukan bagi KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong untuk mengembangkan strategi pemasaran guna meningkatkan kualitas, laba dan jumlah nasabah kedepannya.

c. Bagi Pembaca

Dari hasil penelitian ini diharapkan para pembaca mampu mengetahui seberapa besar pengaruh bagi hasil, promosi, kuatas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah studi pada KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong dan menambah wawasan

mereka mengenai sistem bagi hasil, promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap perusahaan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis statistik yang dilakukan pada penelitian ini, terkait dengan pengaruh bagi hasil, promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong, maka bisa diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel bagi hasil secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong. Hal ini didasarkan dari hasil uji t dengan nilai sig sebesar 0,000 dan batas signifikansi 0,05 atau 5% didapat $0,000 < 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $7,301 > 1,984$, artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Hasil pengujian secara parsial variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong. Hal ini didasarkan dari hasil uji t dengan nilai sig sebesar 0,000 dan batas signifikansi 0,05 atau 5% didapat $0,000 < 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,639 > 1,984$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.
3. Secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong yang bisa dilihat dari hasil uji t dengan perolehan nilai sig sebesar 0,000 dan batas signifikansi 0,05 atau 5% didapat $0,000 <$

0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,632 > 1,984$, artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima.

4. Secara parsial variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong yang bisa dilihat dari hasil uji t dengan perolehan nilai sig sebesar 0,011 dan batas signifikansi 0,05 atau 5% didapat $0,011 < 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,603 > 1,984$, artinya H_0 ditolak dan H_4 diterima.
5. Variabel bagi hasil, promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan berdasarkan uji simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong. Hal ini didasarkan hasil dari uji f dengan tingkat sig < 0,05 yakni $0,000 < 0,05$ dan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $45,407 > 2,70$.

B. Keterbatasan Penelitian

Sekalipun penelitian ini telah disusun, direncanakan serta dilakukan dengan sebaik-baiknya, tetapi masih dijumpai beberapa keterbatasan yakni sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini, hanya bagi hasil, promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diteliti, yang memiliki relasi terhadap keputusan nasabah di KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong sedangkan aspek lain tidak diteliti.

2. Objek atau tempat yang dijadikan penelitian hanya mengambil pada satu unit yaitu KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong. Sehingga hal tersebut masih kurang mewakili dalam keputusan nasabah.
3. Data yang didapat adalah hasil dari sebaran kuesioner yang diberikan secara langsung ke responden sekaligus tanya jawab dan hanya responden yang terdaftar sebagai anggota KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong yang dapat mengisinya.

C. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

1. Implikasi Teoritis
 - a. Pemberian bagi hasil yang besar kepada nasabah dapat berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung.
 - b. Promosi yang dimiliki perusahaan mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah. Perusahaan dengan berbagai macam jenis promosi tentu akan dapat menarik minat nasabah dalam memilih produk diperusahaan tersebut.
 - c. Kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan nasabah, dimana hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan tersebut.
 - d. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan nasabah, dimana hal tersebut akan memberikan kenyamanan kepada nasabah dalam bertransaksi.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi instansi terkait dan karyawan KSPPS BMT An-Najah dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya terhadap pekerjaan, agar lebih memperhatikan kebutuhan nasabah sehingga dapat menarik nasabah baru untuk menabung di KSPPS BMT An-Najah.

D. Saran

Berdasarkan dari hasil yang sudah dipaparkan, maka terdapat saran yakni sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Keuangan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan masukan pihak manajemen KSPPS BMT An-Najah Cabang Bojong guna meningkatkan produk melalui peningkatan bagi hasil, promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang telah dipasarkan, sehingga nasabah dapat menyukai produk tersebut dan pencapaian prestasi perusahaan serta keuntungan yang diperoleh menjadi lebih baik dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Ketika melakukan penelitian yang sejenis perlu menambahkan variabel lain selain empat variabel yang terdapat pada penelitian ini dan diharapkan bisa ditambahkan pula jumlah sampelnya. Kemudian untuk

objek penelitian bisa dikembangkan lagi di lembaga keuangan syariah lainnya seperti Bank syariah, BPRS dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, AWS Waspodo, N. C. (2013). Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Stres Kerja PT. Unitex di Bogor. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 13 No. 1, hlm. 107.
- Andriana, A. D. (2017). Penentuan Jenis Promosi Menggunakan Pendekatan. *Majalah Ilmiah UNIKOM*. Vol. 15 No. 3, hlm. 241-242.
- Anonim. (2018). Pengaruh Promosi Dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Penjualan (Studi PT. Baja Perkasa Jakarta), *Jurnal Semarak*. Vol. 1 No. 3, hlm. 143.
- Apriyanti, H. W. (2018). Perkembangan Industri Perbankan Syariah di Indonesia : Analisis Peluang dan Tantangan. *Jurnal Unimus*, Vol. 8 No. 1, hlm. 17.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Candra, H. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Menggunakan Jasa KJKS BMT Fajar Pringsewu (Program Strata Satu Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Lampung). *Skripsi*, hlm. 6.
- Daulay, R. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bnak Mandiri Syariah Di Kota Medan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*. Vol. 4 No. 8, hlm. 5-7.
- Diana Ulfa, U. T. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Kembali (Studi Pada PT BPD Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Syariah UNISSULA). *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Vol. 6 No.2, hlm. 68.
- Fauzi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan . *E-Journal Managemen*. Vol. 7 No. 2, hlm. 6743.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haidir, H. S. (2019). *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan dan Jenis*. Jakarta: Kencana.

- Haryanto, F. F. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Hasan, I. (2003). *Pokok-Pokok Materi Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hatmawan, S. R. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Hendriyadi, S. d. (2015). *Metode Riset Kuantitatif : Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 3 No. 2, hlm. 59.
- HR, H. S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan dan Pendidikan*. Yogyakarta: Penebar Media Pustaka.
- Ismayani, A. (2013). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Syiah Kuala University Press.
- Kamaruddin Sellang, H. J. (2019). *Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik : Dimensi, Konsep, Indikator dan Implementasinya*. Jakarta: Qiara Medina.
- Kasmir. (2002). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kismiantini. (2011). *Rancangan Percobaan*. Yogyakarta.
- Kurniasari, N. D. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Peayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang). *Skripsi*, 3-4.
- Lestari, S. P. (2015). Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi pada Rumah Sakit Islam Lumjang). *Jurnal Interaksi*. Vol. 2 No. 1, hlm. 139.
- Lubis, D. s. (2021). Pengaruh Brand Image, Nisbah Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah menabung pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor cabang Utama Padangsidimpuan. *Skripsi*, 77.

- Lubis, I. M. (2019). Pengaruh Bagi HAsil, Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Bank Muamalat Cabang Balaikota Medan). *Skripsi*, 68.
- Machmudah, R. (2009). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah (Studi Kasus Pada Bank CIMB Niaga Syari'ah cabang Semarang). *Skripsi*, hlm. 43.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Toi. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 11 No. 2, hlm. 117-118.
- Mursid, F. (2018). Kebijakan Regulasi Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) di Indonesia. *Jurnal Penelitian*. Vol. 18 No. 2, hlm. 9.
- Novita Erlina Sari, N. A. (2017). Penerapan Prinsip Bagi Hasil dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun. *Jurnal s-ISSN 2442-9449*. Vol. 5 No. 2, hlm. 60-67.
- Nufian S Febriani, W. W. (2018). *Teori dan Praktis : Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Nugroho, U. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Pendidikan Jasmani*. Grobogan: CV. Sarnu Untung.
- Oktafia Kontu, P. M. (2015). Pengaruh Pendidikan, Kemampuan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Dinas Sosial Kota Manado. *Jurnal Emba*. Vol. 3 No. 1, hlm. 752.
- Piton Setya Mustafa, H. G. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, da Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga*. Malang: Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Malang.
- Ridwan, M. (2004). *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*. Yogyakarta: UII Press.
- Rosilawati. (2013). Analisis Perlakuan Akuntansi Mudharabah. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 1 No. 1, hlm. 143.
- Salusu, J. (2015). *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Jakarta: PT Grasindo.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).

- Sholikah, I. M. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Di BRI Syariah KCP Ponorogo. *Skripsi*, hlm. 77.
- Sjahdeini, S. R. (2014). *Perbankan Syariah Produk-Produk Dan Aspek-Aspek*. Jakarta: Kencana Prenamedia Grooup.
- Sodik, S. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Cara Mudah Menyusun:STD*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadi, E. A. (2021). *Penataan Produk SMK/MAK Kelas XII*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Suwiknyo, M. d. (2009). *Akuntansi Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Trust Media.
- Tarjo. (2019). *Metode Penelitian sistem 3X Baca*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Wasiah, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan IB Siaga Pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo. *Oeconomicus Jurnal Of Economics*. Vol. 10 No. 2, hlm. 5.
- Wijoyo, H. (2021). *Teknik Pengambilan Keputusan*. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri.
- Yakob Wandikbo, T. T. (2013). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Sepeda Motor Honda Merk CBR Pada PT. Daya Adicipta Wisesa Kec. Kalawat Maumbi Kab. Minahasa Utara. *Jurnal Acta Diurna*. Vol. 2 No. 2, hlm. 3.
- Yamit, Z. (2013). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Zahro, A. (2019). Pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Di Jepara. *Skripsi*, hlm. 57.