

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, PROMOSI
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT NASABAH
UNTUK MENABUNG DI BPRS HIK BAHARI CAB.BATANG
(Studi Kasus Nasabah BPRS HIK Bahari Cab.Batang)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi sebagai syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi(S.E.)



Oleh:

ARBI GINARDO

NIM. 4218043

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, PROMOSI
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT NASABAH
UNTUK MENABUNG DI BPRS HIK BAHARI CAB.BATANG
(Studi Kasus Nasabah BPRS HIK Bahari Cab.Batang)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi sebagai syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi(S.E.)



Oleh:

ARBI GINARDO

NIM. 4218043

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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **ARBI GINARDO**

NIM : **4218043**

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT NASABAH UNTUK MENABUNG DI BPRS HIK BAHARI CAB.BATANG (Studi Kasus Nasabah BPRS HIK Bahari Cab.Batang)**

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 18 Oktober 2022

Yang menyatakan,



ARBI GINARDO
NIM. 4218043

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Aris Safi'i, M. E. I

Perum Prisma Garden Residence, Tirto, Pekalongan Barat

Lamp : 2 (dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Arbi Ginardo

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Perbankan Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Arbi Ginardo

NIM : 4218043

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bprs Hik Bahari Cab.Batang (Studi Kasus Nasabah Bprs Hik Bahari Cab.Batang)**

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

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 29 Juni 2022
Pembimbing



Muhammad Aris Safi'i, M.E.I
NIP. 198510122015031004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Pahlawan No.52 Kajen, Pekalongan

Website : www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara :

Nama : **Arbi Ginardo**
NIM : **4218043**
Judul skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bprs Hik Bahari Cab.Batang (Studi Kasus Nasabah Bprs Hik Bahari Cab.Batang)**

Telah diajukan pada hari Rabu tanggal 28 September 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

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

Penguji II

Syamsuddin, M. Si.
NIP.199002022019031011

Pekalongan, 6 Oktober 2022
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H.M.H
NIP. 197502201999032001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan sebagai ungkapan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kasih sayang, perlindungan dan kemudahan dalam hal apapun pada penulis.
2. Kedua orangtua saya, Ketika dunia menutup pintunya pada saya, Ayah dan Ibu membuka lengannya untuk saya. Ketika orang-orang menutup telinga mereka untuk saya, mereka berdua membuka hati untuk saya. Terimakasih karena selalu ada, semoga Allah senantiasa memberkahi mereka berdua, Aamiin.
3. Yang terhormat, Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku dosen pembimbing serta memberikan ilmu dan waktunya dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada calon istri saya, terimakasih karna sudah selalu suport dan selalu ada ketika dibutuhkan.
5. Teman-teman saya yang selalu mendukung, membantu dan menyemangati saya sampai sekarang.
6. Semua pihak yang selalu saya repotkan, terimakasih sudah membantu, mendukung dan mendoakan saya hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

MOTTO

**" Teman itu adalah orang yang menyelamatkan dari neraka yang bernama
kesepian."**

(Naruto Uzumaki)

" Kebohongan membuat kau tak bisa tahu siapa dirimu."

(Uchiha Itachi)

**"Tidak semua mimpi dan harapan akan terwujud sesuai dengan keinginan
kita."**

(Orochimaru)

ABSTRAK

Ginardo, Arbi. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bprs Hik Bahari Cab.Batang (Studi Kasus Nasabah Bprs Hik Bahari Cab.Batang).

Minat menabung merupakan sesuatu yang diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi dimana nantinya minat menabung menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak nasabah dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang nasabah harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya. Minat menabung bisa terbentuk melalui kualitas pelayanan, lokasi, promosi serta kepercayaan. Perusahaan harus melakukan pemasaran yang tepat yaitu salah satunya melakukan promosi dengan menyebar brosur maupun promosi dimedia sosial sehingga dapat mempengaruhi minat menabung. Tujuan penelitian ini adalah untuk membangun minat nasabah untuk menabung melalui kualitas pelayanan, lokasi dan promosi di BPRS HIK Bahari Cab. Batang (Studi Kasus Nasabah Bprs Hik Bahari Cab.Batang).

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur dengan bantuan SPSS 20.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan hasil perhitungan t hitung sebesar $2,055 > t$ tabel ($2,055 > 1,98422$) dengan signifikansi $0,043 < 0,05$. Lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung dengan hasil perhitungan t hitung sebesar $0,511 < t$ tabel ($0,511 < 1,98422$) dengan signifikansi $0,610 > 0,05$. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan hasil perhitungan t hitung sebesar $2,147 > t$ tabel ($2,147 > 1,98422$) dengan signifikansi $0,034 < 0,05$. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan hasil perhitungan t hitung sebesar $5,534 > t$ tabel ($5,534 > 1,98422$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Kemudian hasil pengujian secara simultan telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, lokasi, promosi, dan kepercayaan terhadap minat nasabah untuk menabung di BPRS HIK Bahari Cab.Batang, melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai F hitung sebesar 13,366 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05

Kata Kunci : kualitas pelayanan, lokasi, promosi, kepercayaan.

ABSTRACT

Ginardo, Arbi. The Influence of Service Quality, Location, Promotion and Trust on Customers' Interest in Savings at Di Bprs Hik Bahari Cab.Batang (Study of Nasabah Bprs Hik Bahari Cab.Batang).

Interest in saving is something that is obtained from the learning process and thought process that forms a perception where later the interest in saving creates a motivation that continues to be recorded in the minds of customers and becomes a very strong desire which in the end when a customer must fulfill his needs will actualize what is there. in his mind. Interest in saving can be formed through service quality, location, promotion and trust. Companies must do the right marketing, one of which is doing promotions by distributing brochures and promotions on social media so that it can affect interest in saving. The purpose of this study is to build customer interest in saving through service quality, location and promotion at BPRS HIK Bahari Cab.Batang (Case Study of Bprs Hik Bahari Customers Cab.Batang).

This research is a quantitative research. The data collection method in this research is a questionnaire method using a sample of 100 respondents. The sampling technique used accidental sampling method. The data analysis method used multiple linear regression with the help of SPSS 20.0.

The results of this study indicate that the quality of service has a positive and significant effect on interest in saving with the results of the calculation of t count of $2.055 > t \text{ table } (2.055 > 1.98422)$ with a significance of $0.043 < 0.05$. Location has a negative and insignificant effect on interest in saving with the results of the calculation of t count of $0.511 < t \text{ table } (0.511 < 1.98422)$ with a significance of $0.610 > 0.05$. Promotion has a positive and significant effect on interest in saving with the results of the calculation of t count of $2.147 > t \text{ table } (2.147 > 1.98422)$ with a significance of $0.034 < 0.05$. Trust has a positive and significant effect on interest in saving with the results of the calculation of t count of $5.534 > t \text{ table } (5.534 > 1.98422)$ with a significance of $0.000 < 0.05$. Then the results of simultaneous testing have proven that there is an influence between service quality, location, promotion, and trust on customer interest in saving at BPRS HIK Bahari Cab.Batang, through the results of calculations that have been carried out, the calculated F value is 13.366 with a significance level of 0.000. smaller than 0.05

Keywords: service quality, location, promotion, trust.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bprs Hik Bahari Cab.Batang (Studi Kasus Nasabah Bprs Hik Bahari Cab.Batang)” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini, penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak H. Muhammad Shulthoni, LC., M.A., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Pekalongan.
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah IAIN Pekalongan.
5. Bapak Dr. AM. M. Hafidz MS., M. Ag selaku dosen wali penulis.
6. Bapak Muhammad Aris Syafi'i, M. E. I selaku dosen pembimbing skripsi penulis.

7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan beserta staff.
8. Orang tua dan sahabat yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama yang berkaitan dengan skripsi ini.

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 20 Juni 2022
Penulis



ARBI GINARDO
NIM. 4218043

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR BAGAN.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Teory of Planned Behavior	10
2. Lokasi	14
a. Pengertian Lokasi.....	14
b. Tujuan Lokasi.....	16
c. Indikator Lokasi	17
d. Lokasi Dalam Perspektif Islam	17
3. Promosi	18
a. Pengertian Promosi	18
b. Tujuan Promosi.....	19

c. Indikator Promosi	19
d. Promosi dalam perspektif islam.....	20
4. Kepercayaan.....	21
a. Pengertian Kepercayaan.....	21
b. Indikator Kepercayaan	21
c. Kepercayaan Dalam Perspektif Islam	23
5. Minat	24
a. Pengertian Minat	24
b. Macam-macam Minat	25
c. Indikator Minat.....	25
d. Minat dalam perspektif islam.....	26
B. Kajian Pustaka.....	27
C. Kerangka Berpikir	34
D. Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41
1. Jenis Penelitian.....	41
2. Pendekatan Penelitian	41
B. Setting Penelitian.....	42
C. Variabel Penelitian	42
D. Definisi Operasional.....	42
E. Sumber Data	44
F. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel	45
G. Metode Pengumpulan Data	46
H. Metode Analisis Data	47
I. Instrumen Penelitian.....	48
J. Uji Asumsi Klasik	49
K. Uji Statistik.....	51

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	54
A. Deskripsi Data.....	54
1. Deskripsi Data Penelitian.....	54
2. Karakteristik Responden	54
3. Deskriptif Variabel Penelitian.....	56
B. Analisis Data	64
1. Uji Instrumen.....	64
2. Uji Asumsi Klasik	66
3. Uji Regresi Linier Berganda	70
4. Uji t.....	72
5. Uji F.....	74
6. Koefisien Determinasi.....	76
C. Pembahasan.....	77
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di BPRS HIK Bahari Cab. Batang	77
2. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di BPRS HIK Bahari Cab. Batang	78
3. Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di BPRS HIK Bahari Cab. Batang	78
4. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di BPRS HIK Bahari Cab. Batang	79
5. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di BPRS HIK Bahari Cab. Batang	81
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	I

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.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif		
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	ẓ	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

II. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh: نزل = *nazzala*

بهن = *bihinna*

III. Vokal Pendek

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

IV. Vokal Panjang

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

Contoh :

1. Fathah + alif ditulis a, seperti فلا ditulis *fala*.
2. Kasrah + ya' mati ditulis I seperti تفصيل, ditulis *tafsil*.
3. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti أصول, ditulis *usul*.

V. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهلي ditulis *az-Zuhaili*
2. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*

VI. Ta' Marbutah di akhir kata

1. 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.
2. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهداية ditulis *bidayah al-hidayah*.

VII. Hamzah

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

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila ditulis huruf qamariyah ditulis al, seperti البقرة ditulis *al-Baqarah*.
2. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti dengan huruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النساء ditulis *an-Nisa'*.

IX. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

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

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 jumlah nasabah tabungan BPRS HIK Bahari cab.Batang	3
Tabel 1.2 Jumlah nasabah yang terdapat pada produk tabungan di BPRS HIK Bahari cab.Batang	3
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Definisi oprasional variabel.....	43
Tabel 3.2 Pemberian skor untuk jawaban kuesioner berdasarkan skala likert	52
Tabel 4.1 Komposisi Responden berdasarkan Umur	55
Tabel 4.2 Komposisi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.3 Komposisi Responden berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.4 Interval Rata – rata Skor	57
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Dari Variabel Kualitas Pelayanan	58
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Dari Variabel Lokasi	59
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Dari Variabel Promosi.....	60
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Dari Variabel Kepercayaan	61
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Dari Variabel Minat Menabung.....	62
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Dari Variabel Minat Menabung	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.13 Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4.17 Hasil uji T.....	73
Tabel 4.18 Hasil Uji F	74
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi.....	86

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....	38
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Izin Penelitian, I
- Lampiran 2 Surat Bukti Penelitian, II
- Lampiran 3 Angket / Kuisisioner Penelitian, III
- Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner, IX
- Lampiran 5 Uji Validitas, XXII
- Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas, XXVIII
- Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik, XXIX
- Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas, XXX
- Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian, XXIII
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup, XXXIV

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bidang keuangan syariah telah banyak dimulai jauh sebelum adanya hukum formal yang menjadi landasan operasional sistem perbankan syariah yang ada di Indonesia. Beberapa badan usaha pembiayaan non perbankan telah berdiri sejak tahun 1992 dengan menerapkan sistem bagi hasil (Sutedi, 2009). Peristiwa ini mengindikasikan bahwa dibutuhkan suatu badan keuangan yang dapat memberikan layanan sesuai dengan nilai nilai syariah.

Lembaga perbankan secara umum memiliki tiga fungsi yang utama yakni melakukan penerimaan uang, menjadi peminjam uang, serta menyediakan layanan untuk mengirimkan uang. Definisi perbankan syariah pada dasarnya adalah lembaga penyedia jasa dan pembiayaan lain diantaranya pengedaran uang dengan berlandaskan prinsip syariah sesuai syariat agama Islam (Muhammad, 2002). Bank Syariah sendiri terbagi atas 2 jenis bank yakni Bank Umum Syariah (BUS) serta Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Prinsip yang digunakan dalam sistem operasional Bank Syariah ini dilandaskan pada Al-Qur'an serta Hadits. Dengan memegang prinsip berdasarkan Al-Qur'an ini, harapannya Bank Syariah bisa menjaga nilai-nilai kebenaran dalam seluruh aktivitas operasionalnya, seperti yang tertuang pada Q.S. Ali Imran:110 yang Maknanya: "Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah.

Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, diantara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik”

BPRS atau Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yakni salah satu jenis bank syariah yang tidak menyediakan jasa operasional pembayaran. Bank ini memegang fungsi sebagaimana bank umum (BPR) yang tersedia di tingkat daerah guna berfokus pada pelayanan masyarakat kecil di daerah pedesaan dengan memegang nilai-nilai syariat Islam. Bank ini secara relatif hanya menawarkan layanan yang terbatas, bahkan beberapa kegiatan perbankan seperti pembukaan giro dan kliring tidak boleh dilakukan oleh BPRS (Soemitra, 2018).

BPRS HIK (Harta Insan Krimah) Bahari Cab. Batang berdiri sejak tahun 2019 hingga sekarang. Meskipun belum terlalu lama, namun di instansi tersebut sudah banyak nasabahnya dan tiap tahun jumlah nasabahnya bertambah. Di BPRS HIK Bahari cab. Batang terdapat produk – produk seperti pembiayaan, tabungan, dan deposito. Produk tabungan terdiri dari tabungan simpanan amanah, tabungan qurban, tabungan simpanan pelajar, tabungan sekolah, tabungan mudharabah umum, tabungan corporate multiguna.

Berikut tabel jumlah nasabah tabungan yang ada di BPRS HIK Bahari Cab. Batang

Tabel 1.1
Jumlah nasabah tabungan BPRS HIK Bahari Cab. Batang

NO	TAHUN	JUMLAH
1	2019	480
2	2020	670
3	2021	825

Sumber: BPRS HIK Bahari cab.Batang

Berikut tabel jumlah nasabah yang terdapat pada produk tabungan di BPRS HIK Bahari Cab. Batang.

Tabel 1.2
jumlah nasabah yang terdapat pada produk tabungan diBPRS HIK Bahari Cab. Batang

NO	NAMA PRODUK	JUMLAH
1	Tabungan Simpanan Amanah	224
2	Tabungan Qurban	94
3	Tabungan Simpanan Pelajar	480
4	Tabungan Deposito	12
5	Tabungan Mudharabah Umum	12
6	Tabungan Corporate Multiguna	3
Total Nasabah Produk Tabungan		825

Sumber: BPRS HIK Bahari cab.Batang

Dalam memutuskan layanan perbankan yang akan digunakan, calon nasabah tentu mempertimbangkan kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan. Faktor-faktor ini menjadi pertimbangan calon nasabah sebelum menentukan pilihan. Dinie Suryani (2009) dalam Nazrian & Hidayat (2012), menyatakan bahwa sekarang ini, bunga tak lagi menjadi faktor pertimbangan utama bagi calon nasabah untuk menentukan layanan perbankan yang sesuai. Berkembangnya bisnis perbankan di Kabupaten Batang, menjadikan variasi masyarakat untuk memilih layanan lebih

beragam. Layanan perbankan pun berlomba-lomba untuk menawarkan kemudahan dan keuntungan demi menarik hati calon nasabah. Persaingan semacam ini menjadikan tuntutan bagi tiap-tiap jasa perbankan untuk terus berinovasi dalam hal layanan untuk menarik calon nasabah baru dan menjaga loyalitas nasabah lama.

Faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memutuskan jasa yang ia percaya untuk mengelola operasional perbankannya antara lain pelayanan, lokasi, serta promosi. Menurut Kotler (2002), layanan ini merupakan bentuk dari setiap tindakan ataupun aktivitas yang diusulkan di tempat lain, untuk memenuhi kebutuhan dalam mencapai kepuasan konsumen. Layanan yang disediakan oleh lembaga kemudian akan memunculkan penilaian dari konsumen apakah layanan tersebut terkategori baik, standar, hingga buruk. Citra kualitas dari jasa diberikan akan terbentuk dari penilaian akhir oleh konsumen itu sendiri.

Minat menabung nasabah ini mempunyai keterkaitan erat dengan mutu pelayanan yang ditawarkan. Baiknya kualitas pelayanan yang diberikan menjadikan konsumen mempercayakan suatu lembaga untuk melakukan pengelolaan perbankan. Dalam menawarkan produk yang disediakan, suatu bank harus memberikan informasi secara jelas dan detail ke konsumen sehingga akan memudahkan konsumen dalam menentukan pilihan. Dalam hal ini, bank syariah harus tetap memegang nilai-nilai syariat Islam (Sudarningsih, 2020).

Salah satu faktor penting untuk mengembangkan usaha adalah posisinya terhadap daerah kota, kemudahan akses, serta waktu tempuh menuju lokasi tersebut. Kebaikan faktor lokasi bergantung pada tiap-tiap jenis usaha yang didirikan (Dharmmesta, 2002). Lokasi yang paling ideal untuk pendirian suatu lokasi usaha adalah mudah dijangkau dan dekat pusat keramaian.

Promosi sangat diperlukan dalam rangka menarik minat nasabah sebanyak-banyaknya. Sehingga, dalam melakukan promosi perlu diperhatikan faktor-faktor yang bisa menunjang kegiatan promosi tersebut. Dharmmesta (2001), memaparkan bahwasannya promosi yakni alur informasi satu arah atau mengajak yang bertujuan mempengaruhi seseorang atau organisasi untuk bertindak yang mewujudkan pertukaran dalam pemasaran. Sehingga bisa dikatakan bahwasanya promosi yakni suatu bentuk usaha untuk menginformasikan, membujuk, serta menciptakan kesadaran, serta menimbulkan pengaruh pada masyarakat. Komunikasi dalam promosi memegang peranan penting agar apa yang ingin disampaikan suatu layanan dapat diterima konsumen dengan baik. Promosi dapat diartikan pula sebagai usaha membujuk seseorang untuk dapat menerima produk maupun konsep serta gagasan (Boyd, Walker, & Larreche, 2000). Disisi lain sesuai pernyataan Boone & Kurtz (2002), promosi merupakan suatu tahapan untuk memberitahu, mempengaruhi, dan membujuk konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut Suryana (2001), promosi dikenal sebagai upaya menyampaikan informasi suatu

produk maupun layanan dengan tujuan konsumen dapat melakukan pembelian. Penentuan tujuan promosi harus jelas sejak awal dilakukan guna mencapai tujuan promosi. Perilaku nasabah dapat pula dipengaruhi oleh promosi yang dilakukan dalam kegiatan perbankan. Melalui promosi ini, nasabah dapat mengenali informasi yang ia butuhkan terhadap suatu produk atau layanan yang ditawarkan.

Berdasar UU No.21 tahun 2008 terkait perbankan syariah, “tabungan yakni simpanan sesuai akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad yang lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya bisa dilaksanakan sesuai syarat serta ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak bisa ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang diselaraskan dengan itu”.

Dipopulerkannya tabungan di tengah-tengah masyarakat menjadikan bentuk kesadaran masyarakat akan pentingnya memiliki tabungan. Dengan menabung, masyarakat dapat merasa aman karena uangnya disimpan dan dikelola dengan baik oleh jasa perbankan. Menabung juga dapat meminimalisir perilaku konsumtif karena masyarakat dapat menyisihkan sebagian pendapatannya yang tidak terpakai guna kegiatan konsumsi.

Beragamnya produk serta layanan yang disediakan oleh BPRS HIK BahariCab. Batang, menjadikan pilihan nasabah lebih variatif dan sesuai dengan kebutuhan. Namun di sisi lain, banyaknya tawaran yang diberikan kadang menjadikan keraguan bagi nasabah dalam menentukan pilihannya. Perilaku nasabah dalam mencari informasi sebanyak-banyaknya sebelum

memutuskan pembelian juga perlu diperhatikan oleh pihak penyedia layanan perbankan. Oleh sebab itu, BPRS HIK Bahari Cab. Batang perlu melakukan pemantauan terhadap perilaku calon nasabah dalam keputusan menabung. BPRS HIK Bahari Cab. Batang harus mampu untuk meyakinkan konsumen dengan memahami keinginan, kebutuhan, serta tuntutan konsumen terhadap produk serta jasa yang disediakan.

Dari paparan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik guna mengerjakan penelitian dengan judul **“Pengaruh kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi, dan kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di BPRS HIK Bahari cab.batang (Studi kasus nasabah BPRS HIK Bahari cab.batang)”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung Di BPRS HIK Bahari cab.batang?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung Di BPRS HIK Bahari cab.batang?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung Di BPRS HIK Bahari cab.batang?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung Di BPRS HIK Bahari cab.Batang?
5. Apakah kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di BPRS HIK Bahari cab.batang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung Di BPRS HIK Bahari cab.batang.
2. Untuk mengetahui Lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung Di BPRS HIK Bahari cab.batang
3. Untuk mengetahui Promosi Berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung Di BPRS HIK Bahari cab.batang
4. Untuk mengetahui kepercayaan Berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung Di BPRS HIK Bahari cab.batang
5. Untuk mengetahui kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi, dan kepercayaan apakah berpengaruh secara simultan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di BPRS HIK Bahari cab.batang

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, penelitian ini harapannya bisa menjadi tambahan wawasan bagi penulis serta mampu mengaplikasikan teori yang diperoleh ke dalam masyarakat.
2. Bagi lembaga terkait, penelitian ini harapannya dapat menjadi suatu input masukan terkait manajemen dan kebijakan layanan perbankan dalam merumuskan kebijakan pemasaran
3. Bagi akademik, penelitian ini harapannya menjadi sumbangan ilmu dan sebagai referensi bagi penelitian terkait kedepannya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika atau susunan kepenulisan merupakan unsur-unsur paparan yang akan dibahas secara rinci yang disusun menjadi komponen-komponen yang saling terhubung.

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bagian pertama dijelaskan latar belakang masalah yang ada, rumusan masalah, tujuan penelitian serta manfaat penelitian, metode yang digunakan dalam penelitian, serta sistem penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bagian kedua disajikan dua sub-bab terkait tinjauan pustaka serta landasan teori.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ketiga menjelaskan terkait jenis serta pendekatan yang digunakan dalam penelitian, variabel, definisi, jenis serta sumber data, populasi, sampel dan teknik pengumpulan, alat dan metode pengolahan serta analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bagian keempat menjelaskan tentang analisis yang dilakukan serta interpretasi hasil atas analisis data yang dilakukan.

BAB V : KESIMPULAN

Pada bagian kelima membahas tentang kesimpulan dan saran terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari Hasil pengujian secara parsial telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung. Melalui hasil perhitungan t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar $2,055 > t \text{ tabel}$ ($2,055 > 1,98422$) dengan signifikansi $0,043 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pengujian tersebut menolak H_0 dan menerima H_a sehingga H_{a1} yang menyatakan ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung **diterima**.
2. Dari Hasil pengujian secara parsial telah membuktikan tidak terdapat pengaruh antara lokasi terhadap minat menabung. Melalui hasil perhitungan t hitung untuk variabel lokasi sebesar $0,511 < t \text{ tabel}$ ($0,511 < 1,98422$) dengan signifikansi $0,610 > 0,05$. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pengujian tersebut menerima H_0 dan menolak H_a sehingga H_{a2} yang menyatakan ada pengaruh antara lokasi terhadap minat menabung **ditolak**.
3. Dari Hasil pengujian secara parsial telah membuktikan terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat menabung. Melalui hasil perhitungan t hitung untuk variabel promosi sebesar $2,147 > t \text{ tabel}$ ($2,147 > 1,98422$) dengan signifikansi $0,034 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pengujian tersebut menolak H_0 dan menerima H_a sehingga H_{a3} yang menyatakan ada

pengaruh antara promosi terhadap minat menabung **diterima**.

4. Dari Hasil pengujian secara parsial telah membuktikan terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap minat menabung. Melalui hasil perhitungan t hitung untuk variabel kepercayaan sebesar $5,534 > t \text{ tabel } (5,534 > 1,98422)$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pengujian tersebut menolak H_0 dan menerima H_a sehingga H_{a4} yang menyatakan ada pengaruh antara kepercayaan terhadap minat menabung **diterima**.
5. Hasil pengujian secara simultan telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, lokasi, promosi dan kepercayaan terhadap minat menabung. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai F hitung sebesar 13,366 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pengujian tersebut menolak H_0 dan menerima H_a sehingga H_{a5} yang menyatakan ada pengaruh antara kualitas pelayanan, lokasi, promosi dan kepercayaan terhadap minat menabung **diterima**.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat atau value kepada pihak yang terkait atas hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Lembaga Keuangan

Bagi lembaga keuangan khususnya BPRS HIK Bahari Cab. Batang diharapkan untuk meningkatkan kualitas dari lokasi agar lebih memadai,

aman dan nyaman agar nasabah muncul minat menabung dan nasabah yang sudah lama menabung di BPRS HIK Bahari Cab. Batang merasa nyaman dan tidak beralih ke lembaga keuangan lainnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil riset ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya, akan tetapi lebih baik untuk mengubah variable – variable diluar dari penelitian ini agar riset dapat terus berkembang sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Al Arif, M. N. R. (2012). *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoretis Praktis*. Jakarta: Pustaka Setia.
- Alifuddin, & Razak, M. (2015). *Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Magna Scrip Publishing.
- Andespa, R. (2018). Pengaruh atribut produk terhadap minat menabung nasabah di bank syariah. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 3(2), 181–190.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyanti, W. D. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank CIMB Niaga Syariah Di Surabaya*. STIE PERBANAS Surabaya.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran: Konsep, Dasar dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227–234.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Boone, L. E., & Kurtz, E. (2002). *Principles of Marketing*. Natorp Boulevard: Thompson South Western.
- Boyd, Walker, & Larreche. (2000). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global (jilid 1) (2 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Buchory, H. A., & Saladin, D. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran Bank*. Bandung: Linda Karya.
- Chotimah, C. (2014). *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Citrawati, V. D., Prakosa, A., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Produk, dan Reputasi Terhadap Minat Menabung di Tabungan Tamansari BPR Bantul. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–8.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (A. Fawaid, Ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dharmmesta, B. S. (2001). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Dharmmesta, B. S. (2002). *Manajemen Pemasaran* (2 ed.). Jakarta: Liberty.
- Djunaedi, M. N. (2005). *Kamus Kontemporer Indonesia-Arab Politik-ekonomi*. Bandung: Mizan.
- Erawati, R. (2017). *Pengaruh Tempat(Lokasi) terhadap Minat Masyarakat (Studi Kasus MieSop Ayam Kampung Jl. Bambu, Medan)*. Skripsi Program Strata 1 UIN Sumatera Utara.
- Fahrudin, M. F. (2015). *Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Mandiri Di Surabaya*. Doctoral dissertation, STIE PERBANAS Surabaya.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harfika, J., & Abdullah, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Jurnal Balance*, 14(1), 44–56.
- Hasan, I. (2011). *Manajemen operasional: Perspektif integratif*. UIN-Maliki Press.
- Hasibuan, H. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Hidayat, A. A. (2013). *Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika.
- Hurlock, E. B. (2007). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Ikhsan, A., & Haridhi, M. (2017). Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Syariah pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi pada Baitul Qiradh di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 2(3).
- Iwad, M. (2013). Strategi Penentuan Lokasi Bank. *Jurnal: Sabtu*, 30.

- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (Revisi). Yogyakarta: Andi Offset.
- Junadia, J. (2018). *Pengaruh Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bni Syariah Kcp Tomoni (Studi Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur)*. Institut agama islam Negeri (IAIAN Palopo).
- Kamsir. (2010). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiriabadi.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14 ed.). New Jersey: Prentice Hall Published.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C. H., & Wright, L. K. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba.
- Machali, I. (2016). *The Handbook of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Machfoedz, M. (2013). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN.
- Maharani, A. D. (2010). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan bank mega semarang*. Universitas Diponegoro.
- Mappiare, A. (1997). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Mubin, M. N. (2019). *Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (studi kasus Bank Rakyat Indonesia Cabang Solok)*. IAIN Salatiga.
- Muhammad. (2002). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.
- Muhubbin, S. (2011). *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Bandung: Rosdakarya.

- Murni, W. (2017). *Pemaparan metode penelitian kualitatif*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Nazrian, A., & Hidayat, P. (2012). Studi Tentang Keputusan Nasabah Dalam Menabung Di Bank Sumut Cabang Usu Medan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1(1), 14864.
- Nurhikmah, N., & Ismaulina, I. (2020). Tabungan Emas Pegadaian Syariah dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah (Studi Nasabah Pegadaian Syariah Takengon). *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, 2(1), 1–11.
- 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.
- Prasetyo, B., & Jannah, L. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Ratminto, & Winarsih, A. S. (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Riyadi, I. Y., & Fauzia, I. Y. (2013). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Saifudin, T. (2018). *Pengaruh Peromosi, Religiusitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat sebagai variabel Intervening (studi kasus di bank syariah)*. IAIN Salatiga.
- Saleh, A. R., & Wahab, M. A. (2004). *Psikologi suatu pengantar*. Jakarta: Kencana.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Reflika Aditama.
- Soemitra, A. (2018). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (8 ed.). Depok: Kencana.
- Sora, N. (2015). Pengertian Populasi Dan Sampel Serta Teknik Sampling - Pengertian Apapun. Diambil dari <http://www.pengertianku.net/2015/03/pengertian-populasi-dan-sampel-serta-teknik-sampling.html>
- Sudarningsih, E. (2020). *Pengaruh Lokasi, Kualitas Layanan dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pasar Kaget Di Kecamatan Bengkong*. Universitas Putera Batam : Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metedologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryana. (2001). *Ekonomi Pembangunan Problematika dan Pendekatan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutedi, A. (2009). *Good Corporate Governance*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Taslim, T. (2018). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Press.
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran* (1 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran* (2 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis* (3 ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Walandouw, G. I. M., Mekel, P. A., & Soegoto, A. S. (2014). Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Nasabah Bertransaksi E-Banking Melalui Kartu Debit Taplus Bni. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(2).
- Wandira, A. (2018). *Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syari'ah (Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Wikamorys, D. A., & Rochmach, T. N. (2017). Aplikasi theory of planned behavior dalam membangkitkan niat pasien untuk melakukan operasi katarak. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 5(1), 32–40.
- Winarwan, R. (2018). Pengertian Penelitian Lapangan, Kelebihan dan Kekurangan. Diambil dari <http://rahmatwinarwan92.blogspot.com/2018/11/pengertian-penelitian-lapangan.html>
- Wulandari, S. (2020). *Manajemen kegiatan infrastrukuler dan ekstrakulikuler berbasis inklusi di Sdn Betet 1 Kota Kediri*. Universitas Negeri Malang.
- Yani, P. A. (2018). *Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Minat Calon Nasabah (Studi Pada BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.