

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, LITERASI
KEUANGAN, DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN
DALAM MEMILIH BANK SYARIAH**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

NIA AYU NUR JANAH
NIM. 2013316005

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, LITERASI
KEUANGAN, DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN
DALAM MEMILIH BANK SYARIAH**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

NIA AYU NUR JANAH
NIM. 2013316005

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tagan dibawah ini :

Nama : NIA AYU NUR JANAH

Nim : 2013316005

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, LITERASI KEUANGAN, DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN DALAM MEMILIH BANK SYARIAH (STUDI KASUS PT. AMAAN INDONESIA SEJAHTERA PEMALANG 2)**

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

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 11 Juli 2023
Yang Menyatakan



NIA AYU NUR JANAH
NIM. 2013316005

NOTA PEMBIMBING

Happy Sista Devy S.E., M.M

Lamp : 2 (dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr.Nia Ayu Nur Janah
Kepada Yth
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum wr.wb

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

Nama : **Nia Ayu Nur Janah**

NIM : **2013316005**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Literasi Keuangan dan Persepsi Terhadap Keputusan Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pada PT. Amaan Indonesia Sejahtera Modis Pemalang 2)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk segera digunakan sebagai mana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Pemalang, 4 April 2023

Pembimbing,


Happy Sista Devy S.E., M.M
NIP. 199310142018012003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajan Kab. Pekalongan Email: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN)

KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara/i:

Nama : **Nia Ayu Nur Janah**

NIM : **2013316005**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Literasi Keuangan Dan Persepsi Terhadap Keputusan Dalam Memilih Bank syariah (Studi Kasus PT. Amaan Indonesia Sejahtera Pemalang 2)**

Dosen Pembimbing: Happy Sista Devy S.E.,M.M

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 6 Juni 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji:

Penguji I

Dr. Achmad Tubagus Surur, M.Ag

NIP 196912271998031004

Penguji II

Mohammad Rosyada, M.M

NIP. 198607272019031006

Pekalongan, 6 Juni 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam:



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

NIP.197502201999032001

MOTTO

Diriku adalah orang yang lemah di hadapan-Nya, namun hal itu lantas tidak pernah membuatku bersedih hati. Malah diri ini terus ingin bertumbuh dan berjuang.

“Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman”. QS Ali Imran: 139

PERSEMBAHAN

Persembahan yang tertinggi kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta kemudahan dan kelancaran dalam setiap langkahku. Shalawat serta salam tetap dihaturkan kepada Nabi Muhammad SAW. Untuk orang-orang yang sangat berarti dalam hidupku, karya kecil ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orangtua saya ibu Casriah dan bapak Tarwin yang telah memberikan cinta dan kasih sayang serta doa dan dukungan yang tidak pernah putus. Saya berharap bisa menjadi anak yang membanggakan dan pencapaian ini adalah persembahan istimewa saya untuk Ibu dan bapak Karena setiap saya merasa lelah masih ada yang lebih lelah yaitu mereka kedua orang tuaku yang aku cintai
2. Teman hidup saya Deni Agus Setyawan dan pangeran kecil saya Danish Aswanta Dewandaru. Terimakasih kalian sudah kebersamai sampai sejauh ini memberikan banyak pelajaran, dukungan dan semangat sampai sejauh ini semoga kita bisa menjadi keluarga yang bahagia
3. Teman-teman seperjuangan kelas Q ekonomi Syariah yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu kalian telah kebersamai saya selama berjuang dikampus ini dan memberikan banyak pelajaran salah satunya dengan tetap semangat menimba ilmu ditengah kesibukan bekerja dan berkeluarga
4. Dosen pembimbing, dosen pengajar dan semua pihak yang telah

mendidik dengan sabar, semoga amal baik yang diberikan dapat dibalas dengan berlipat ganda oleh Allah SWT

5. Rekan-rekan ditempat kerja saya yang dulu sampai sekarang menjadi saksi perjuangan saya berkuliah sambil bekerja, terimakasih sudah mendengar keluh kesah saya saat merasakan capek dan bingung harus mendahulukan bekerja atau berkuliah
6. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

ABSTRAK

Nia Ayu Nur Janah. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, literasi Keuangan dan Persepsi Terhadap Keputusan Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pada PT. Amaan Indonesia Sejahtera Pemalang 2)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, promosi, literasi keuangan dan persepsi terhadap keputusan dalam memilih bank syariah. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif.

Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan dalam memilih bank syariah dan variabel independen (X) meliputi: kualitas pelayanan (X1), promosi (X2), literasi keuangan (X3), dan persepsi (X4). Analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier berganda. Pengolahan data menggunakan SPSS 25.

Hasil penelitian ini menggunakan dasar tingkat signifikansi ($p \text{ value} < 0,05$) dan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai berarti nilai signifikansi $0,055 > 0,050$ dan $t \text{ hitung } 1,938 < 1,981$, variabel promosi mempunyai nilai signifikansi $0,046$ dan $t \text{ hitung } 2,019$. Hal tersebut berarti nilai signifikansi $0,046 < 0,050$ dan $t \text{ hitung } 2,019 > 1,981$, variabel literasi keuangan nilai signifikansi $0,000$ dan $t \text{ hitung } 4,052$, hal tersebut berarti nilai signifikansi $0,000 < 0,050$ dan $t \text{ hitung } 4,052 > 1,981$, variabel persepsi nilai signifikansi $0,002$ dan $t \text{ hitung } 3,177$, hal tersebut berarti nilai signifikansi $0,002 < 0,050$ dan $t \text{ hitung } 3,177 < 1,981$ berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih bank syariah

Kata Kunci: kualitas pelayanan, promosi, literasi keuangan, persepsi, keputusan memilih bank syariah

ABSTRACT

Nia Ayu Nur Janah: Effect of Service Quality, Promotion, Financial Literacy and Perceptions of the Decision to Choose an Islamic Bank (Case study on PT. Amaan Indonesia Sejahtera Pemalang 2 branch)

This study aims to find out how the influence of service quality, promotion, financial literacy and perceptions on the decision to choose an Islamic bank. This type of research is a field research with a quantitative approach.

The dependent variable (Y) in this study is the decision to choose an Islamic bank and the independent variable (X) includes: service quality (X1), promotion (x2), financial literacy (X3) and perceptions (X4). This type of research is a field research with a quantitative approach.

The results of this study using the basic level of significance (p value < 0.05) and $t_{count} > t_{table}$ indicates that the service quality variable has a significant value of $0,055 > 0,050$ and t count is $1,938 < 1,981$, the promotion variable has a significant value of $0,046$ and t count $2,019$. This means that the significance value is $0,046 < 0,050$ and t count is $2,019 > 1,981$, the financial literacy variable has a significant value of $0,000$ and t count is $4,052$. This means that the significance value is $0,000 < 0,050$ and t count $4,052 > 1,981$, the perceptions variable has a significant value of $0,002$ and t count is $3,177$. This means that the significance value is $0,002 < 0,050$ and t count is $3,177 < 1,981$ has a positive and significant impact on the decision to choose an Islamic bank.

Keywords: Service Quality, Promotion , Financial Literacy, Perceptions and Purchase Decision

KATA PEGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Literasi Keuangan, dan Persepsi Terhadap Keputusan Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pada PT. Amaan Indonesia sejahtera Cabang Pemalang 2)** Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof., Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H.,M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid.
4. Ibu Happy Sista Devy, M.M., selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis selama proses pengerjaan Skripsi..
5. Ibu Dr. Hj Susminingsih, M.Ag selaku Dosen Pembimbing Akademik selama proses perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca maupun bagi semua pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pekalongan, 4 April 2023

Penulis



Nia Ayu Nur Janah

2013316005

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
KATA PEGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
D. Sistematika Pembahasan	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Landasan Teori.....	17
1. Keputusan Memilih	17
2. Kualitas Pelayanan	19
3. Promosi	24
4. Literasi Keuangan	28
5. Persepsi bank syariah	38
B. Telaah Pustaka	48
C. Kerangka berfikir	57
D. Hipotesis	58
BAB III METODE PENELITIAN	65
A. Jenis Penelitian.....	65
B. Pendekatan Penelitian	65

C. Setting Penelitian	66
D. Populasi dan Sampel	66
E. Variabel Penelitian	67
F. Sumber Data.....	71
G. Teknik Pengumpulan Data	71
H. Metode Analisis Data	72
BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN.....	79
A. Deskripsi Umum Lokasi.....	79
B. Deskripsi Data Responden Penelitian.....	81
C. Analisis Data	83
D. Pembahasan.....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 054b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan Tanggal

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

Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasi dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka danha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh : لَزَزَ = *nazzala*

نَهَبَ = *bihinna*

3. Vocal 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 (~) di atasnya.

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

b. Kasrah + ya' mati ditulis I seperti ل ي ص ن ت, ditulis *tafsil*.

c. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti ل و ص ا, ditulis *usul*.

5. Vokal Rangkap

a. Fathah + ya' mati ditulis ai ي ا ي ه ز ل ا ditulis *az-Zuhaili*

b. Fathah + wawu ditulis au ا و د ل ا ditulis *ad-Daulah*

6. Ta' Marbuthah 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: ه د ا م ل ا ه د ا ب ditulis *bidayah al-hidayah*.

7. Hamzah

a. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti ا ن ا ditulis *anna*.

b. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambang apostrof (,) seperti ا ي ن ش ا ditulis *syai,un*.

c. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya, seperti ا ب ر ا ب ا ditulis *raba'ib*.

d. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambang apostrof (,) seperti ا ن و ذ خ ا ك ditulis *ta'khuzuna*.

8. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila huruf qamariyah ditulis al, seperti ا ل ق ر ي ب ل ا ditulis *al-baqarah*.

- b. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf ‘I’ diganti dengan huruf syamsiyah yang bersangkutan seperti *انزلنا* ditulis *an-Nisa’*.

9. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti : *ذو القرنين* ditulis *zawi al-furud* atau *القرنين* ditulis *ahlu as-sunah*.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Bank Syariah	3
Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Bank Jago Syariah	6
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 1.4 Definisi Operasional	45
Tabel 1.5 Skala Likert	48
Tabel 4.1 Distribusi Responden menurut Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Distribusi Responden menurut Usia	55
Tabel 4.3 Distribusi Responden menurut Pekerjaan	56
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)	57
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel X2 (Promosi)	58
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel X3 (Literasi Keuangan)	58
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel X4 (Persepsi)	59
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Dalam Memilih Bank Syariah)	60
Tabel 4.9 Uji Realibilitas	61
Tabel 4.10 Uji Kolmogorov smirnovOne-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.	63
Tabel 4.11 multikoleniaritas	64
Tabel 4.12 Uji regresi Berganda	66
Tabel 4.13 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	68
Tabel 4.14 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	69
Table 4.14 Uji Koefesien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka berfikir	37
Gambar 2.2 Susunan Karyawan	53
Gambar 2.3 Uji Normalitas	62
Gambar 2.4 grafik scatterplot	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuisisioner Penelitian	I
Lampiran II Data Mentah Penelitian	VII
Lampiran III Uji Instrumen	XXIII
Lampiran IV Uji Asumsi Klasik	XXX
Lampiran V Uji analisis regresi linier berganda	XXXII
Lampiran VI Uji Hipotesis	XXXIII
Lampiran VII Surat Pernyataan Penelitian	XXXIV
Lampiran VIII Dokumentasi	XXXV
Lampiran IX Daftar Riwayat Hidup	XXXVI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Dewasa ini banyak sekali produk-produk perbankan yang berasal dari bank syariah maupun bank konvensional. Oleh karena itu sebagai konsumen kita harus pintar-pintar dalam melakukan keputusan dalam memilih bank. Keputusan adalah langkah konsumen memilih pilihan yang ada dalam memanfaatkan sebuah produk ataupun jasa. Suatu langkah pemilihan pada dua alternatif pilihan bisa dibilang mengambil suatu keputusan (Schiffman dan Kanuk, 2004: 493). Bank Syariah itu sendiri adalah penyedia jasa keuangan dan lembaga intermediasi dimana dalam melaksanakan pekerjaannya berdasar pada sistem nilai Islam dan etika, terutama yang terlepas dari bunga (*riba*), terlepas dari kegiatan spekulatif yang tidak produktif contohnya perjudian (*maysir*), terlepas dari hal yang meragukan (*gharar*) dan tidak jelas, memiliki prinsip keadilan, dan melakukan pembiayaan kegiatan usaha yang halal saja. Bank Syariah selalu disamakan dengan bank yang tidak berbunga. Yang tidak berbunga adalah konsep sempit dari bank Syariah, saat beberapa operasi atau instrumennya terlepas dari bunga. Perbankan syariah yaitu semua hal yang berkaitan dengan bank syariah juga unit usaha syariah, mencakup kegiatan usaha, kelembagaan, serta proses dan cara usahanya (pasal 1 angka 1 UU

No. 21 tahun 2008 mengenai perbankan syariah mencakup Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Umum Syariah (BUS). (Hasan, 2009: 4)

Diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998 mengenai perubahan atas UU No. 7 Tahun 1972 mengenai perbankan, makin mengokohkan kedudukan hukum bank Islam, melalui diadakannya peluang pembiayaan berdasar pada prinsip syariah yang bisa dilakukan oleh perbankan dari bank umum ataupun Bank Perkreditan Rakyat. Aturan pelaksanaan UU No. 10 Tahun 1998 itu merupakan “Surat keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/34/KEP/DIR Tanggal 12 Mei 1999 mengenai Bank Umum berdasar pada syariah juga Nomor 32/36/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 mengenai Bank Perkreditan Rakyat berdasar pada prinsip syariah. Sebab itu seluruh pelaksanaan Bank Islam diharuskan sesuai dengan peraturan-peraturan yang berlaku itu. (Sumirto, 2004: 55)

Bank Syariah, selain menghindari dari bunga, dengan aktif juga turut berpartisipasi pada pencapaian tujuan dan sasaran dari ekonomi Islam yang memiliki orientasi pada kesejahteraan sosial (Ascarya, 2005). Proses berkembangnya sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan pada kerangka *dual-banking system* ataupun sistem perbankan ganda pada kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), guna menambahkan alternatif jasa perbankan yang semakin komplis pada rakyat Indonesia. Dengan bersama, perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah bersinergi memajukan mobilisasi dana masyarakat dengan lebih luas

guna menambah kemampuan pembiayaan untuk sektor-sektor perekonomian nasional. (<https://www.ojk.go.id>, 9 September 2020)

Karakteristik sistem perbankan syariah yang melakukan operasi berdasar pada prinsip bagi hasil memberi alternatif sistem perbankan yang mengakibatkan untung bagi kedua belah pihak bank dan masyarakat, juga menekankan pada aspek keadilan saat melakukan transaksi, investasi yang memiliki etika, mementingkan nilai persaudaraan dan kebersamaan saat melakukan produksi, juga untuk menghindari dari kegiatan spekulatif saat melakukan transaksi keuangan. Dengan memberikan berbagai macam produk dan layanan jasa perbankan yang banyak menggunakan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah dapat jadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan juga bisa dinikmati oleh semua kalangan masyarakat Indonesia siapapun itu (<https://www.ojk.go.id>, 9 September 2020).

Disahkannya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah dimana terbit pada tanggal 16 Juli 2008, maka perkembangan industri perbankan syariah nasional makin mempunyai landasan hukum yang cukup serta akan memotivasi pertumbuhannya dengan lebih cepat maka diharapkan fungsi industri perbankan syariah saat melakukan dukungan perekonomian nasional hendak makin signifikan (<https://www.ojk.go.id>, 9 September 2020). Bank Syariah merupakan suatu perusahaan yang berkecimpung pada bidang jasa keuangan, diharuskan menang dalam persaingan yang makin kompetitif.

Perjuangan dalam melakukan penambahan nasabah diharuskan selalu diupayakan berulang-ulang, juga jika hal ini bisa dilakukan serta terus konsisten maka bank syariah itu akan berkembang dengan dinamis. Jumlah nasabah Bank Syariah selang waktu tiga tahun terakhir meningkat dengan signifikan. Lebih jelas terlihat di tabel berikut:

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah Bank Syariah

Selama 3 Tahun Terakhir

Tahun	Jumlah Nasabah
2019	26.234.292
2020	29.510.027
2021	32.820.239

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, 2022

Dari tabel tersebut terlihat jumlah nasabah dari tahun 2019, 2020, dan 2021. Peningkatan jumlah nasabah di tahun 2020 dari tahun 2019 sebesar 3.275.735 orang, sedangkan peningkatan jumlah nasabah tahun 2021 dari tahun 2020 sebesar 3.310.212 orang. Hal ini menunjukkan peningkatan jumlah nasabah per tahun Bank Syariah stabil di angka tiga jutaan nasabah. Peningkatan jumlah nasabah tersebut tidak lepas dari kualitas pelayanan, promosi, literasi keuangan, dan persepsi calon nasabah mengenai bank syariah.

Bank Syariah diharuskan melakukan peningkatan mutu dari pelayanannya, sebab konsumen bisa memberi keputusan dalam memilih pada suatu jasa, salah satu yang mungkin yaitu berdasarkan kualitas jasa yang bagus. Kualitas merupakan kesemuanya dari ciri-ciri sampai sifat suatu produk maupun pelayanan yang memiliki pengaruh untuk kemampuannya dalam memberi kepuasan kebutuhan yang tersirat (Sutanto dan Umam, 2013: 278). Kualitas atau mutu layanan adalah satu dari unsur penilaian konsumen pada perusahaan yang berkegiatan pada bidang jasa. Nasabah tentu mempunyai harapan dari layanan yang bermutu. Layanan yang memiliki kualitas merupakan layanan yang dengan ekonomis memberi keuntungan serta dengan prosedural tidak sulit juga menyenangkan. Bermula pada kebutuhan itu, sehingga nasabah mendapatkan layanan dari satu kebutuhan darinya.

Bersamaan dengan pertumbuhan dan perkembangan industri perbankan syariah, bank syariah melakukan persaingan ketat dalam mendapatkan minat masyarakat. Berbagai program pun dilakukan supaya nasabah yang telah melakukan simpanan jadi setia, juga supaya nasabah bank lain tertarik dalam menyimpan uangnya dari bank lain ke bank tersebut. Salah satu program yang dilakukan yaitu dengan membuat produk-produk bank untuk dipromosikan lewat media elektronik maupun cetak dan lainnya. Promosi perbankan syariah yaitu kegiatan pengelolaan pemasaran bank yang wajib dilaksanakan dengan efektif dan efisien serta dapat membuat minat masyarakat agar tujuan dari bank bisa terlaksana.

Dengan mengadakan kegiatan promosi produk-produk bank, masyarakat bisa memahami apapun yang diberi serta diadakan oleh bank dan meningkatkan minat masyarakat dalam menabung di bank itu (Ortegadan Alhifni, 2017: 88). Promosi merupakan aspek penting yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk. Promosi yang baik serta menggunakan integritas yang tinggi membuat konsumen mengenal dan terdapat rasa penasaran kepada produk-produk yang dipromosikan. Promosi itu sendiri merupakan sarana dalam membangkitkan kepercayaan serta persepsi konsumen pada produk, seperti dengan menjaga hubungan yang kuat diantara konsumen dan produsen lewat pendekatan strategi promosi yang cocok (Tajudindan Mulazid, 2017: 23).

Literasi keuangan adalah potensi seseorang dalam pengelolaan keuangan, dalam mendapat serta mengevaluasikan info yang umumnya dipakai pada saat pengambilan keputusan menggunakan cara melihat konsekuensi yang didapat (Ramadhan, 2017). Agar tercipta masyarakat yang bermutu serta mempunyai kecerdasan keuangan yang bagus oleh karena itu pemahaman dari literasi keuangan sangatlah perlu, serta masyarakat diwajibkan dapat menguasai praktik serta bukan cuma paham akan materi untuk ikuti perkembangan pasar keuangan. Tujuan dari hal itu supaya saat mengambil keputusan tentang tata kelola keuangan tidak keliru. Selain itu juga tata kelola keuangan yang bagus bakal dapat menyebabkan sejahtera hidup dari individu itu sendiri.

Persepsi yaitu satu proses mengorganisasikan dan interpretasi para kesan sensorik (panca indra) yang rasional berdasar respon pada lingkungan, jadi mempunyai arti (makna) (Pangarso, 2012: 82). Persepsi konsumen berhubungan sekali dengan tingkat kesadarannya, jadi apa yang dilaksanakan konsumen adalah nyata yang obyektif dimana akan berpengaruh pada tindakan contohnya keputusan dalam memilih, agar persepsi serta pengetahuan itu sangat terkait dengan keputusan memilih ataupun memakai suatu jasa ataupun barang, sehingga jika pengetahuan dan anggapan pada perbankan syariah bagus maka preferensinya condong pada perbankan syariah.

Perbankan syariah sendiri setiap tahun mengalami peningkatan jumlah nasabah. Begitu pula yang terjadi pada PT. Amaan Indonesia Sejahtera yang merupakan perusahaan *financial technology* yang melayani pembiayaan untuk ibu-ibu pengusaha berbasis digital. Amaan menghadirkan layanan keuangan dan non-keuangan.

PT. Amaan sendiri dalam merealisasikan pembiayaan kepada pelanggannya bermitra dengan bank jago syariah sehingga semua pelanggan yg memiliki pembiayaan di PT. Amaan adalah termasuk nasabah bank Jago Syariah yang dalam penerapan penyaluran pembiayaannya menggunakan prinsip syariah. Peningkatan tersebut bisa diperhatikandi tabel 1.2:

Tabel 1.2

Jumlah Nasabah Bank Jago Syariah

PT. Amaan Indonesia sejahtera. Pemalang 2

Tahun	Jumlah Nasabah
2021	1.378
2022	4.265

Sumber: Bussiness leader PT. Amaan, 2022

Dari tabel tersebut dapat kita lihat peningkatan jumlah nasabah Bank Jago Syariah dalam 2 tahun terakhir. Pt. Amaan indonesia Sejahtera Cabang Pemalang 2 yang baru berdiri sejak September 2021 melingkupi wilayah Kecamatan Bantarbolang, Kecamatan Bodeh, Kecamatan Watukumpul, Kecamatan Randudongkal, Kecamatan Belik, Kecamatan Moga dan Kecamatan Pulosari sampai dengan desember 2021 memiliki nasabah pembiayaan amaan sebesar 1.378 sedangkan januari 2022 sampai dengan September 2022 memiliki 4.265 nasabah, hal ini mengalami peningkatan sebesar 2.887 nasabah.

Seperti yang sudah dijelaskan diatas, keputusan masyarakat yang menentukan bank syariah tersebut terpengaruh kualitas pelayanan dan promosi dari Bank Syariah itu sendiri, selain itu literasi keuangan dan persepsi mengenai Bank Syariahdari calon nasabah juga sangat berpengaruh.

Dalam beberapa penelitian yang dilakukan oleh Handida & Sholeh (2018) menyimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif

dan signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah. Lalu ada pula penelitian dari Ramadhani, Rahmi, dan Fathoni (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan pada keputusan untuk menjadi nasabah pada Perbankan Syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Susilo (2018) juga menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menjadi nasabah Bank Syariah. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Saputra dan Gunanto (2020) justru menyimpulkan bahwa variabel pelayanan secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan bank syariah. Lalu juga ada penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningtyas dan Achyani (2021) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk memilih menabung di bank syariah. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Hasanah (2019) juga sama-sama menunjukkan bahwa secara parsial tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung pada Bank Syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani, Rahmi, dan Fathoni (2021) menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi nasabah pada Perbankan Syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Prianto (2021) juga menunjukkan bahwa salah satu yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah adalah variabel promosi. Begitu pula penelitian dari Saputra dan Gunanto (2020)

yang menyimpulkan bahwa bahwa faktor promosi secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan bank syariah. Namun, sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Ernawati (2015) justru menyimpulkan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Chotimah dan Arifin (2014) yang menyimpulkan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh terhadap masyarakat dalam memilih Bank Syariah. Lalu dari Arifin dan Khotimah (2014) juga menunjukkan bahwa promosi tidak mempengaruhi masyarakat memilih bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Handida & Sholeh (2018) menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah. Lalu ada pula penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani, Rahmi, dan Fathoni (2021) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan Syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi nasabah pada Perbankan Syariah. Penelitian dari Kinanti (2020) juga menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat nasabah Bank Syariah. Namun sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Yulianto (2018) justru menyimpulkan bahwa literasi keuangan syariah tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung dan keputusan asuransi di lembaga keuangan syariah. Penelitian dari Ningrum (2020) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak memiliki pengaruh

secara signifikan terhadap minat pembiayaan di lembaga keuangan syariah. Lalu juga penelitian yang dilakukan oleh Octavia(2020)menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan syariah tidak memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Prianto (2021) menunjukkan bahwa salah satu yang berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah adalah variabel persepsi.Penelitian dari Ningrum (2020) juga menunjukkan bahwa persepsi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat pembiayaan di lembaga keuangan syariah. Lalu juga ada penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningtyasdan Achyani (2021)menyimpulkan bahwa persepsi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk memilih menabung di bank syariah.Sebaliknya penelitian yang dilakukan olehMiftaQurromahdan Rafikasari (2021)menjelaskan bahwa persepsi tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurlinda (2018) menunjukkan bahwa secara parsial variable persepsi memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Wulansari(2020) mengungkapkan bahwa persepsi nasabah tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah.

Berdasar pada latar belakang diatas, penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti adanya inkonsistensi pada penelitian sebelumnya dan meneliti mengenai keputusan nasabah pada saat menggunakan jasa perbankan syariah yang mana dapat berdasarkan beberapa faktor seperti kualitas pelayanan, promosi, literasi keuangan dan persepsi mengenai bank syariah itu sendiri. Sehingga penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, LITERASI KEUANGAN DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN DALAM MEMILIH BANK SYARIAH (Studi kasus PT. Amaan Indonesia Sejahtera cabang Pemalang 2)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang tersebut bisa didapat suatu rumusan masalah yang merupakan pokok permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan dalam memilih bank syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan dalam memilih bank syariah?
3. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan dalam memilih bank syariah?
4. Apakah terdapat pengaruh persepsi terhadap keputusan dalam memilih bank syariah?

5. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, promosi, literasi keuangan syariah, dan persepsi secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan dalam memilih bank syariah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasar pada perumusan masalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan dalam memilih bank syariah
2. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan dalam memilih bank syariah
3. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan dalam memilih bank syariah
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi terhadap keputusan dalam memilih bank syariah
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi, literasi keuangan, dan persepsi secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan dalam memilih bank syariah

Pada permasalahan yang sudah dijelaskan tersebut, maka penulis memiliki harapansupaya penelitian ini mempunyai nilai yang besar jugabermanfaat untuk penulis, atau pembaca yaitu:

1. Secara Teoritis

Diharap menggunakan penelitian ini dapat memberi ilmu pengetahuan mengenai perbankan syariah pada masyarakat serta bisa menjadi sumbangan pemikiran tentang perkembangan penelitian sebelumnya.

2. Secara Praktisi

a. Bagi Perbankan

Diharap menggunakan penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan masukan juga evaluasi pada bank syariah agar lebih ditingkatkan lagi kinerja perusahaan pada waktu memberi pelayanan agar lebih baik lagi pada nasabahnya berdasar prinsip syariah yang memiliki tujuan memperkuat kepercayaan nasabah pada bank syariah itu.

b. Bagi Peneliti dan Akademisi'

Diharap menggunakan penelitian ini bisa memiliki manfaat untuk bahan referensi bagi peneliti di masa yang akan datang yang berminat untuk memperdalam pengetahuan mengenai perbankan syariah

c. Bagi Pemerintah

Untuk tambahan referensi dalam mengevaluasi dari pemerintah agar pertumbuhan *market share* bank syariah semakin meningkat menggunakan cara meningkatkan literasi keuangan syariah masyarakat. Sebab makin tinggi literasi keuangan syariah masyarakat bisa membantu dalam melakukan pertimbangan keputusannya saat menentukan bank syariah.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab dua ini memuat tinjauan pustaka terdahulu dan landasan teori yang relevan dengan tema skripsi.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai metode-metode penelitian yang dilakukan, jenis dan pendekatan penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional serta analisis data yang digunakan

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V : PENUTUP

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh atas pengujian hipotesis dan diskusi singkat atas hasil yang diperoleh, dan saran-saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih bank syariah
2. Promosi secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih bank syariah
3. Literasi keuangan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih bank syariah
4. Persepsi secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih bank syariah
5. Kualitas pelayanan, promosi, literasi keuangan syariah, dan persepsi secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih bank syariah

B. Saran

Saran yang ingin penulis berikan dalam penelitian ini adalah :

1. harus lebih aktif dalam melakukan ekspansi pembiayaan modal kerja serta melakukan pembinaan terhadap nasabah, sehingga dapat memberikan solusi terhadap pembiayaan modal bagi usaha nasabah

tersebut terpercaya bagi mitra yang benar-benar dibutuhkan oleh pengusaha.

2. harus dapat memberikan pelayanan prima pada proses pembiayaan modal kerja sehingga nasabah dapat menikmati pinjaman dengan proses yang cepat, mudah dan efisien, selain itu juga dapat membentuk citra yang baik.
3. sebaiknya memberikan pelatihan berkala mengenai konsep bisnis yang baik kepada nasabah agar usaha yang dijalankan dapat terus berkembang

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. (2015) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Alfiah, Luthfiatul. (2019). *Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Kecamatan Ngaliyan*. UIN Walisongo Semarang
- Anifah, Achida Nur. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Temanggung Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating*. IAIN Salatiga
- Arifin, Atwal dan Khotimah, Husnul. (2014). *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta*. SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPER: 165-184.
- Ascarya, Diana Yumanita. (2005). *Seri kebankesentralan*. Pusat Pendidikan dan Studi Kebankesentralan (PPSK) BANK INDONESIA
- Astutik, Nurul. Anna W. (2020) *Pengaruh Psikososial Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah: Peran Literasi Keuangan Syariah Variabel Intervening*, Jurnal inovbiz 8
- Asyhad, M. Wahyu Agung. A. (2017). *Urgensi Literasi Keuangan Syariah Pada Pendidikan Dasar*, Miyah: Jurnal Studi Islam Volume 13, No.01
- Chotimah, Chusnul dan Arifin, Atwal. (2014). *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ernawati, Tatik. (2015). *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah (Survey pada BTN Syariah Cabang Surakarta)*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Firman, Rachmad Nor. (2018). *Pengaruh media promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Mandiri Pasuruan* Vol 5 No 01
- Fakhrudin, M. 2020. Bank Syariah dan Penguatan Ekonomi Negara. <https://ihram.co.id/berita/qg8s4b327/bank-syariah-dan-penguatan-ekonomi-negara> (diakses pada tanggal 9 September 2020)

- Filanti, Nurdina Nisa.(2019)*Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Syariah Mandiri Mengenai Kualitas Layanan BSM Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BSM di kab. Sleman*, UII Yogyakarta,
- Fadilah,Nur Fuad.(2019)*Pengaruh Pengetahuan , Persepsi tentang Bank Syariah, dan Teknologi E-banking terhadap Minat Masyarakat Religius menggunakan produk-produk bank syariah*,Skripsi
- Handida, Rahmawati Deylla & Sholeh,Maimun. (2018). *Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, Dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta*, Jurnal Economia. Vol. 14, No. 1: 84-90.
- Hasan,Zubairi. (2009)*Undang – Undang Perbankan Syariah*.Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hasanah,Fadhilatul. (2019). *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, KualitasProduk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap PreferensiMenabung Mahasiswa Universitas MuhammadiyahPalembang Pada Bank Syariah*, Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis. Vol. 4, No. 1: 485-495.
- Imran.Bambang Hendrawan.(2017)*Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah*,Journal Of Business Administration Vol 1, No 2
- Jannah,Ana Miftahul.(2019)*Pengaruh promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung nasabah bank syariah di BRI Syariah KC Semarang*.Skripsi
- Khaliq,Restu.(2019)*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan*, Journal Of Management and Business Relevance .Vol.2 No.1.
- Kinanti, Ajeng Ayudiah.(2020).*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang*.Skripsi.Uin Raden Fatah Palembang.
- Kusumaningtyas, Ocktaviani Faradila dan Achyani, Fatchan.(2021).*Analisis Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Masyarakat, Religiusitas, Produk, Reputasi, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Bank Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah(Studi Empiris pada Bank Syariah yang Terdapat di Kabupaten Boyolali)*.Skripsi.Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Laksana,Fajar.(2019) *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*.Depok:Khalifah mediatama

- Lestari, Nuraini. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. UIN Raden Intan Lampung
- Lestari, Nur Melinda. (2019) *Pengaruh Tingkat Literasi Mahasiswa Perbankan Syariah Terhadap Inklusi Keuangan Produk Perbankan Syariah Dalam Transaksi E-Commerce*, Jurnal Ekonomi Islam Volume 10, No.2
- Lidyana, vhadia. 2020. OJK buka-bukaan kondisi bank syariah di tengah pandemi corona. <https://finance.detik.com/moneter/d-5105143/ojk-buka-bukaan-kondisi-bank-syariah-di-tengah-pandemi-corona>. (diakses pada tanggal 9 September 2020)
- M, Ira siti R. (2019). *Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas di PT. Bank Syariah Mandiri*, Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Vol.3 No.1
- Machali, Imam. (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: prodi MPI UIN Sunan Kalijaga
- Marlius, Doni, Febryandhie Ananda. (2019) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Minat Kuliah di AKBP Padang*, Jurnal Pundi, Vol. 03, No. 03
- Mifta Qurromah, Yuselda dan Rafikasari, Elok Fitriani. (2021). *Pengaruh Citra Perusahaan, Tingkat Keagamaan, Gaya Hidup, Persepsi, Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Blitar (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Kepanjenkidul Kota Blitar)*. Journal of Economics and Policy Studies, Vol 02, No. 02: 37-48.
- Muryani. (2018) *Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Masyarakat Kota Palopo Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri*. Skripsi
- Nugroho, Rizal Eko (2019) *Persepsi Pegawai KSPPS BMT Ahmad Dahlan Wonosari Klaten Terhadap Bank Syariah*. IAIN Surakarta
- Nasfi Dkk., (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*, EKONOMIKA SYARIAH: Journal Of Economic Studies, Vol. 4, No. 1
- Ningrum, Ika Yulia. (2020). *Pengaruh literasi keuangan syariah, persepsi, religiusitas dan prosedur pembiayaan terhadap minat pengusaha batik pasar grosir Setono Pekalongan melakukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah*. Skripsi. IAIN Pekalongan.
- Ningsih, Guspia Dkk., (2019) *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia Di Pegadaian Syariah Langsa Barat*, Ihtiyath Jurnal Manajemen Keuangan Syariah vol.3 No.2
- Novaria, Nurul. (2020) *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Umum Syariah Di Ponorogo*. Skripsi

- Nurdania,(2021).*Pengaruh pemahaman Keagamaan dan Persepsi Tentang Bank syariah Terhadap keputusan Memilih Jasa Bank Syariah di Bank syariah Mandiri Kota Parepare*.Tesis
- Nurlinda, Muhammad Zuhirsyan. (2018). *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah*.Al-Amwal, Vol. 10, No. 1: 48-62.
- Nurmayasari.(2019).*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perencanaan Keuangan Keluarga Pada Masyarakat Kelurahan Tidung Kota Makassar*.Skripsi
- Nurngaeni.(2018)*Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah*.Skripsi
- Octavia, Anggraini.(2020).*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam*.Skripsi.Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- OJK.tentang syariah.<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>(diakses pada tanggal 9 September 2020)
- OJK.Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.<https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Pages/Undang-Undang-Nomor-21-Tahun-2008-Tentang-Perbankan-Syariah.aspx> (diakses pada tanggal 9 September 2020)
- OJK.Snapshot Perbankan Syariah Maret 2020.<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Maret-2020/Snapshot%20Perbankan%20Syariah%20Indonesia%20Maret%202020.pdf>(diakses pada tanggal 9 September 2020)
- Ortega,Daniel dan Alhifni, Anas. (2017). *Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah*, Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 5, No. 1: 87-89.
- Pangarso, Astadi. (2012).*Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Deepubli I.
- Pasi, Ida Royani.(2017).*Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Masyarakat Pada Bank Syariah*, Jurnal Al-Qasd, Vol. 1 No. 2
- Prianto, Septian Yogga.(2021).*Pengaruh Promosi, Persepsi, Kepercayaan, Pengetahuan Dan Kelompok Acuan Terhadap Minat Menabung*

Mahasiswa Perbankan Syariah Iain Tulungagung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2016).Skripsi.UIN SATU Tulungagung.

Lestari,Nur Melinda.(2019)*Pengaruh Tingkat Literasi mahasiswa Perbankan Syariah Terhadap Inklusi Keuangan Produk Perbankan Syariah Dalam Tranksaksi E-Commerce, Jurnal*

Rafik, Umrah.(2019)*Pengaruh persepsi dan Pengetahuan dosen IAIN Parepare Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah di IAIN Parepare.Skripsi*

Rahmatullah, Dhepril Puradi.(2020).*Pengaruh Literasi Keuangan, religiusitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank syariah pada Generasi Milenial di Indonesia.Skripsi*

Ramadhan, Risky.(2017). Determinan Tingkat Literasi Keuangan Masyarakat Pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Tangerang Selatan). Skripsi tidak dipublikasi, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Ramadhani, Harish M., Rahmi, Mira, dan Fathoni, Muhammad A. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank*, PROSIDING BIEMA. Vol. 2: 689 – 704.

Rianto,M. Nur.(2012).*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*.Bandung: Alfabeta

Risal,Taufiq.,Austin Alexander,(2019)*Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah.Jurnal Samudra Ekonomi, Vol.4, No.2*

Hair, Jr et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed)*. United States : Pearson

Harahap,Tiara SulaikhaR. (2020).*Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai Emas, AL-Infaq:Jurnal Ekonomi Islam Vol.11 No.1*

Saputra, Bagus Eka dan Gunanto, Edy Yusuf Agung. (2020). *FaktorDeterminan Yang Memengaruhi Mahasiswa Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undip Dan UIN Walisongo Semarang).Skripsi. Undip Semarang.*

Schiffman,Kanuk.(2004)*Perilaku Konsumen* .(Jakarta: Erlangga)

Siregar,Mulya.(2002)*Agenda Pengembangan Perbankan Syariah Untuk Mendukung Sistem Ekonomi yang Sehat di Indonesia: Evaluasi, Prospek dan Arah Kebijakan*.Jakarta: Iqtisad Journal of Islamic Economics

- Subardi, Hani Meilita Purnama & Yuliafitri, Indri .(2019)*Efektivitas Gerakan Literasi Keuangan Syariah Dalam Mengedukasi Masyarakat Memahami Produk Keuangan Syariah*, Banque Syar'i:Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah, Vol.5 No.1
- Sholikin, Eko Roy.(2020)*Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah*, El Mudhorib: Jurnal Kajian Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah Vol.1 No.1
- Safitri,Aris.(2019).*Pengaruh Harga, Promosi Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Mandiri Kcp Boyolali*,Skripsi
- Sarwono,Jonathan.(2018).Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif edisi 2.Yogyakarta:Suluh Media
- Sumirto, Warkum. (2004)*Asas-Asas Perbankan Islam & Lembaga-lembaga Terkait (BAMUI, takaful dan pasar modal syariah di Indonesia*.Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Susilo, Agus.(2018).*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menjadi Nasabah (studi pada KSPPS Baitul Tanwil Muhammadiyah (BTM) Amanah Bina Insan Bangunrejo Lampung Tengah)*.Skripsi.UIN Raden Intan Lampung.
- Sutanto, Herry and Umam, Khaerul. (2013).*Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Cet.1.Bandung: CV Pustaka Setia.
- Tajudin, Makhdaleva Harnura danMulazid,Ade Sofyan. (2017). *Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabung Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP Sawangan Kota Depok*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 8.
- Ulfa,Mailani,Riri Mayliza.(2017).*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Kota Padang*
- Usmara.(2003)*Implementasi Manajemen Stratejik: Kebijakan Dan Proses*.Yogyakarta: Amara Books
- Wahyuningsih,Anis.(2002).Analisa Tingkat Kepuasan Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Karanganyar Tesis Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UMS
- W,Ayouvi Poerna.(2019)*Marketing*Yogyakarta, Graha Ilmu
- Waqi'ah,Nurul.*PengaruhRelationship Marketing, Syariah Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Bukopin Cabang Surabaya*,Skripsi
- Winarto,Yudho.2020.OJK sebut perkembangan industri perbankan syariah semakin cepat,ini alasannya.<https://keuangan.kontan.co.id/news/ojk-sebut->

[perkembangan-industri-perbankan-syariah-semakin-cepat-ini-alasannya](#)(diakses pada tanggal 9 September 2020)

- Wembem,Franasista Viana dkk.(2020)*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan,Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pegadaian Upc Tanjung Batu*, Jurnal EMBA,Vol.8,No.4
- Wulansari, Endah.(2020).*Pengaruh Tingkat Religiusitas, Reputasi Dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah Dengan Minat Sebafei Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Salatiga)*.Skripsi.Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Yamit,Zulian.(2002).Manajemen Kualitas Produk dan Jasa.Yogyakarta: Ekonosia
- Yulianto,Agus.(2018).*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Jasa Lembaga Keuangan Syariah Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi Yogyakarta*.Skripsi.Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Zulfati, Zahrina.(2019).*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Bank Muamalat Kcp Salatiga*.Skripsi