



**PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA**

(Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Kota Blitar)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

DAYU AMELIA

NIM: 21801083059



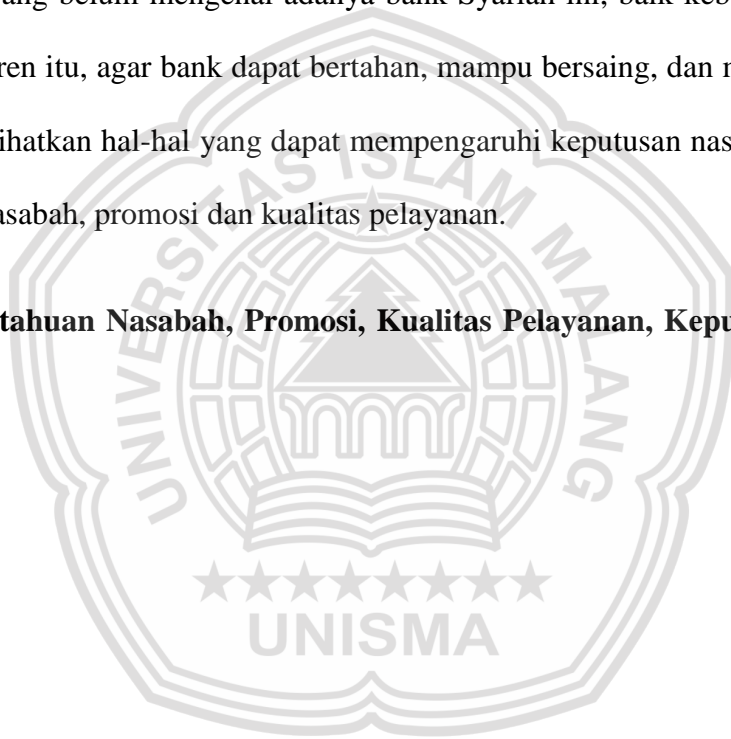
**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

2023

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sebuah fenomena perkembangan bank syariah yang semakin pesat, menjadikan persaingan yang semakin tajam antar bank dalam merebut hati nasabah, sehingga menyediakan produk yang memiliki nilai unggul, yakni dengan mengadakan promosi tentang produk kepada nasabah, agar nasabah tertarik menggunakan produk bank dan menaruh kepercayaan terhadap kualitas bank tersebut. Kemudian masih ada masyarakat sekitar yang belum mengenal adanya bank Syariah ini, baik keberadaan maupun produknya. Oleh Karen itu, agar bank dapat bertahan, mampu bersaing, dan menguasai pasar, bank harus memperlihatkan hal-hal yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah menabung, yaitu pengetahuan nasabah, promosi dan kualitas pelayanan.

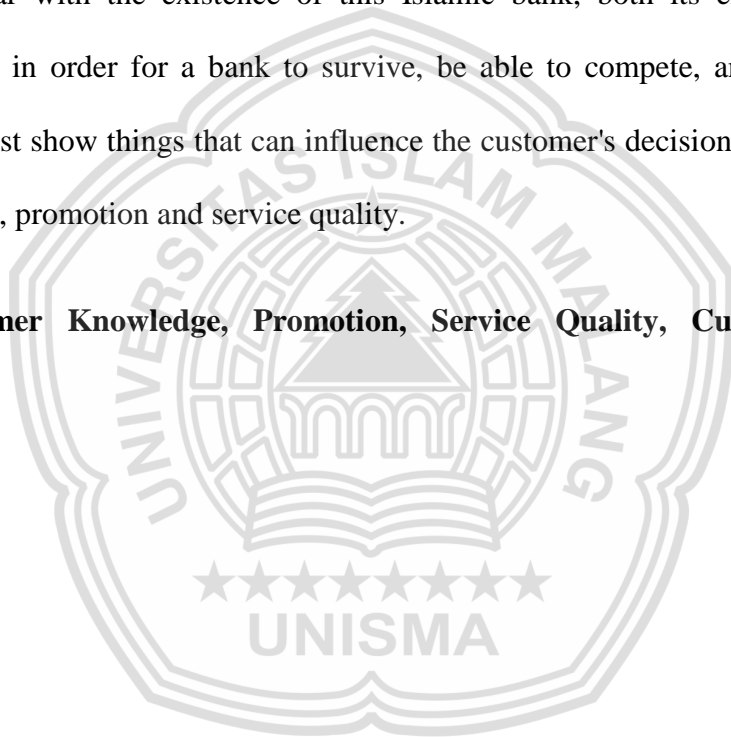
Kata Kunci: Pengetahuan Nasabah, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Nasabah Menabung



ABSTRACT

This research is motivated by a phenomenon of the rapid development of Islamic banks, making competition increasingly sharp between banks in winning the hearts of customers, thereby providing products that have superior value, namely by holding promotions about products to customers, so that customers are interested in using bank products and placing confidence in the quality of the bank. Then there are still local people who are not familiar with the existence of this Islamic bank, both its existence and its products. Therefore, in order for a bank to survive, be able to compete, and dominate the market, the bank must show things that can influence the customer's decision to save, namely customer knowledge, promotion and service quality.

Keywords: Customer Knowledge, Promotion, Service Quality, Customer Saving Decisions



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi, perkembangan lembaga keuangan berbasis syariah semakin berkembang pesat. Hal ini juga sesuai dengan perkembangan lembaga keuangan yaitu perbankan syariah yang kini juga mengalami perkembangan pesat dalam kesadaran masyarakat muslim akan riba. Tidak diragukan lagi, perkembangan perbankan syariah akan memberikan kesempatan yang lebih besar bagi masyarakat untuk mengambil keputusan dalam menyimpan dananya.

Bank syariah atau sering disebut dengan bank islam merupakan perbankan yang dalam pelaksanaannya menerapkan hukum Islam atau sesuai syariat. Atau secara sederhananya, dalam bank syariah kita tidak mengenal riba sebab hal itu diharamkan menurut ajaran agama Islam. Meskipun begitu, bank syariah tetap mendapatkan keuntungan dalam pelayanannya. Hanya saja, bank syariah menerapkan konsep bagi hasil untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan ini nantinya akan digunakan untuk membiayai sejumlah operasional perbankan (Astuti, 2022).

Munculnya inisiatif pendirian bank islam di Indonesia sudah dimulai pada tahun 1980 melalui jalur diskusi yang mengangkat tema bank islam sebagai pilar ekonomi Islam. Kemudian, dilakukanlah uji coba penerapan gagasan perbankan islam di Bandung yakni Bait At-Tamwil Salman ITB dan Koperasi Ridho Gusti di Jakarta. Akhirnya pada tahun 1990, MUI membentuk sebuah kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia (Yuli, 2020).

Perkembangan aset bank syariah di Indonesia pun dari data OJK dari tahun ke tahun menunjukkan perkembangan yang sangat positif dan terus bertumbuh, artinya banyaknya

respon positif masyarakat Indonesia dengan jasa bank syariah di Indonesia. Perkembangan aset data perbankan syariah 5 tahun terakhir bisa dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1 Data Perkembangan Aset Perbankan Syariah

2017	2018	2019	2020	2021
288.027	316.691	350.364	397.476	441.789

Sumber data (OJK, 2021)(dalam miliar rupiah)

Terlebih lagi saat ini juga adanya gebrakan dan perubahan yang telah dilakukan. Dibawah naungan Menteri BUMN salah satunya yang paling fenomenal adalah penggabungan 3 Bank syariah BUMN besar menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) yang diresmikan pada tanggal 1 Februari 2021 (Kartika, 2021).

Perkembangan jumlah nasabah bank syariah di Indonesia juga dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan yang positif. Perkembangan jumlah nasabah perbankan syariah pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Nasabah Perbankan Syariah

2017	2018	2019	2020	2021
334.719	371.828	416.558	465.977	536.993

Sumber data (OJK, 2021)(dalam jutaan)

Dilihat dari laporan data OJK pada Januari 2022 tercatat jumlah industri perbankan syariah di Indonesia terdiri dari 12 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 169 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Jumlah BUS berkurang dari sebelumnya 14 institusi menjadi 12 institusi karena adanya penggabungan Bank Syariah milik bank BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) (OJK, 2022).

Respon masyarakat yang semakin tinggi terhadap bank syariah ini, telah menimbulkan berbagai macam Bank Syariah, yang kemudian di merger menjadi Bank Syariah Indonesia (Sirat, 2018). Menabung merupakan kegiatan penting untuk dilakukan. Namun memilih tabungan yang sesuai dengan Syariah memang tidak mudah. Perbedaan utama dalam menabung di Bank Syariah dan Konvensional adalah terkait sistem dasar yang digunakan dan hal tersebut menyangkut nasabah dengan pihak Bank terkait dengan perolehan keuntungan.

Hal yang membuat kita harus menabung di Bank Syariah selain menabung sesuai dengan Syariah adalah di Bank Syariah dasar pelaksanaan kegiatan perbankan menggunakan prinsip Syariah, manfaat bagi hasil digunakan sebagai pengganti bunga, sehingga tidak melanggar norma Syariah Islam. Jadi, dengan menabung di Bank Syariah kita tetap bisa menyimpan uang di Bank, dan mendapatkan manfaat dari proses bagi hasil tanpa harus takut terseret dengan riba.

Di Tengah kondisi meningkatnya jumlah aset dan nasabah di tengah adanya pandemi seperti ini kinerja bank syariah semakin berkembang. Pengambilan keputusan merupakan suatu seri tindakan, membutuhkan beberapa langkah yang dapat saja langkah itu terdapat dalam pikiran seseorang yang sekaligus mengajaknya berpikir sistematis dan pada dasarnya sebagai proses pemecahan masalah akan keputusan menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan (Indriyani, 2021).

Menurut Tjiptono (2011) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah antara lain produk, promosi dan kualitas pelayanan. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah.

Sedangkan menurut Hastharita (2020) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung yaitu faktor lingkungan dan kualitas pelayanan. Kemudian menurut

Desiana, Susilowati dan Putri (2018) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah antara lain bagi hasil, kualitas keagamaan, pendidikan dan produk yang ditawarkan. Serta menurut Rakhmanita (2018) promosi, pelayanan dan lokasi merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung. Jadi dari semua penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung.

Selain kualitas pelayanan, keputusan nasabah menabung juga dipengaruhi oleh pengetahuan. Pengetahuan menurut Saraswati dalam Ahmad (2021) adalah menyatakan bahwa pengetahuan adalah informasi yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman, dan skema interpretasi yang dimilikinya. Semakin nasabah mengetahui pengetahuan tentang Bank Syariah yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman, dan skema interpretasi yang dimilikinya sehingga dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menjadi nasabah Perbankan Syariah.

Selanjutnya keputusan nasabah menabung juga dipengaruhi oleh promosi. Promosi menurut Agustina (2019) adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen atau penjual. Semakin tinggi promosi, maka keputusan nasabah menabung juga semakin tinggi atau meningkat.

Sementara itu keputusan menabung juga dipengaruhi dari kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menurut Dewanti (2021) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Semakin

baik kualitas pelayanan yang diberikan dimata pelanggan berarti semakin tinggi pula tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan yang dicapai dan begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan data dispenduk kota Blitar, Blitar merupakan kota yang mayoritas masyarakatnya adalah muslim dengan jumlah penduduk sekitar 150.404 jiwa yang penduduk muslimnya berkisaran 145.951, dengan 8 Bank Syariah yaitu Bank Syariah Indonesia, Bank Jatim Syariah, BTPN Syariah, Mandiri Syariah, BRI Syariah, CIMB Niaga Syariah, Bank Mega Syariah, Bank BTN Syariah (Rahman ,2021).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk mengambil suatu penelitian dengan judul “ Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Blitar ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan nasabah, promosi, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Blitar?
2. Apakah pengetahuan nasabah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Blitar?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Blitar?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Blitar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Blitar!
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Blitar!
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Blitar!
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Blitar!

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat pada penelitian ini dapat ditinjau dari dua aspek:

1. Secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah wawasan, pengetahuan, serta memperdalam kajian Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Blitar.
 - b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi atau acuan untuk melakukan penelitian dengan topik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah di perbankan syariah.

c. Bagi Pengembangan Bidang Ilmu

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi bagi bidang ilmu dengan topik yang mempengaruhi faktor-faktor diperbankan syariah yang mencangkup pada mata kuliah manajemen pemasaran dan manajemen bank syariah.

2. Secara Praktis

a. Bagi Bank Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi Lembaga keuangan sebagai pertimbangan dalam mengetahui pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah Blitar. Serta dapat dijadikan pedoman untuk melakukan perbaikan saat ini maupun di masa yang akan datang.

b. Bagi Masyarakat Muslim

Penelitian ini diharapkan menjadi pengetahuan bagi masyarakat muslim agar menggunakan Lembaga keuangan syariah.

c. Bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Diharapkan mampu berkontribusi dan memberikan pengawasan terhadap lembaga keuangan syariah yang berkompeten dalam pengawasan khususnya terhadap nasabah lembaga keuangan syariah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Blitar. Berdasarkan analisis data dengan menggunakan analisis regresi berganda, maka disimpulkan:

1. Secara simultan (Uji F) artinya penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Nasabah, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh simultan terhadap Keputusan Nasabah.
2. Secara parsial (Uji t) menjelaskan bahwa:
 - a. Variabel Pengetahuan Nasabah secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Nasabah.
 - b. Variabel Promosi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Nasabah.
 - c. Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Nasabah.

5.2 Keterbatasan

Adapun keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di wilayah kota Blitar saja tidak pada wilayah kabupaten secara keseluruhan.
2. Penelitian ini hanya mengambil 95 responden dari banyaknya nasabah di bank Syariah Indonesia Kota Blitar.
3. Data penelitian dari responden yang dilakukan secara tertulis dengan bentuk kuesioner mungkin mempengaruhi validitas hasil.
4. Pada hasil nilai Adjusted R Square pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen hanya sebesar 28,2% saja dan sisanya 71,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Maka terdapat faktor lain selain pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung.

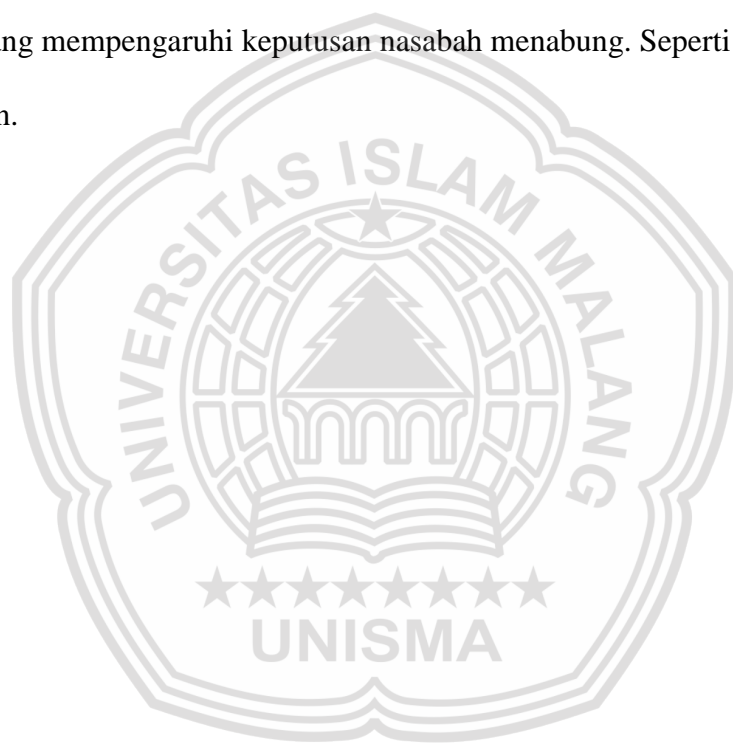
5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian diatas, maka penulis memberikan saran antara lain:

1. Untuk peneliti selanjutnya, diharap memperluas lokasi pengambilan sampel tidak hanya nasabah bank Syariah Indonesia di wilayah kota Blitar saja, seperti halnya mengambil objek penelitian bank Syariah Indonesia di wilayah kabupaten atau bank

Syariah Indonesia se-Jawa Timur, sehingga bisa mengetahui hasil yang lebih luas lagi.

2. Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya menyebarkan kuesioner yang lebih banyak lagi agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat.
3. Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya menambahkan teknik lain selain kuesioner, seperti wawancara dalam mengumpulkan data mengenai keputusan nasabah.
4. Untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor-faktor lain yang dapat dilihat dari 71,8% yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung. Seperti produk, lokasi dan keamanan.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad (2021a) 'Pengertian Kepuasan Pelanggan: Faktor, Indikator Dan Optimalisasinya', *buku*, 3(1), p. 220.
- Ali, K. (2018). Pengaruh Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Ekasave Pada Bank Eka Kantor Pusat Metro. *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, 11(2), 1–9
- Abdullah (2018) 'Strategi Pemasaran Bank Syariah', *buku*, 1(2), p. 110.
- Atmosudirjo, P. (2006) 'Administrasi dan Manajemen Umum', *jilid II*.
- Agustina, A. (2019) 'Pengaruh Produksi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Di BRI SYARIAH KCP Ponorogo', *jilid ii*, (2), pp. 1–13.
- Ahmad (2021) 'Pengertian Kepuasan Pelanggan: Faktor, Indikator Dan Optimalisasinya', *buku*, 3(1), p. 220.
- Aisha, agnes (2021) 'Hukum Menabung dalam Agama Islam', *buku*, (1), p. 15.
- Anwar (2022) 'analisis dan pengaruh strategi promosi perbankan', *jilid i*, (1), p. 26.
- Arikunto (2006) 'Prosedur Penelitian: Suatu Pengantar Praktik', *buku*, (2), p. 124.
- Asrori, yusuf (2021) 'Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menjadi Di BANK MUAMALAT KCP Jombang', *jurnal*, (1), pp. 56–60.
- Astuti, D. P. (2022) 'Sejarah Perbankan Syariah di Indonesia', 1(8.5.2017), pp. 2003–2005.
- Aswad, A. (2021) 'Hukum Menabung Menurut Islam', *Multidisciplinary Islamic Studies*, p. 20.
- Badi'u Rajab (2008) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Dki Syariah Konsentrasi Perbankan Syariah Program Studi Muamalat (Ekonomi Islam) 1429 H / 2008 M', (1), p. 51.
- Cahyani, P. D. (2016) 'Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta', *Esensi*, 6(2), pp. 151–162. doi: 10.15408/ess.v6i2.3570.
- Cravens (2002) 'Pemasaran Strategis', *buku*, (1), pp. 46–52.
- Daniel, O. (2017) 'Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap', 5, pp. 87–98.
- Danupranata, G. (2013a) 'Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah Gita Danupranata', *buku*, (1), pp. 1–124.
- Danupranata, G. (2013b) *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah Gita Danupranata, Salemba Empat*.
- Desiana, D., Susilowati, D. and Putri, N. K. (2018) 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya', *Akuntabilitas*, 11(1). doi: 10.15408/akt.v11i1.8135.
- Dewanti, I. A. (2021) 'Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Madiun S Parman', *Skripsi*.
- Fauziyah, J. (2021) 'Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Bank BTN Syariah KCS Cirebon)'
- Firliyanti, kaluku (2018) 'analisis bauran promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk unggulan pada bank syariah mandiri cabang manado', 6(2), pp. 888–897.

- Firmawan, R. (2018) 'pengetahuan promosi perbankan syariah terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah mandiri pasuruan', (1), p. 9.
- Ghozali (2011) 'Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 19', *buku*, 1(1), p. 134.
- Hakim, A. A. and Rahman, Y. (2017) 'Perancangan Media Promosi Perusahaan Arnis Wigati (Aw)', *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, p. 37. doi: 10.25124/demandia.v2i01.771.
- Hardinoto, S. (2008) 'Bank Strategi', *buku*, (1), p. 102.
- Haris, A. and Ratnasari, D. (2018) 'Pengaruh Pengetahuan , Kualitas Pelayanan , Produk , dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah', *Jurnal Ekonomi Islam*, 4(02), pp. 136–147.
- Hartanto (2008) 'Analisis Data Statistik dan Penelitian', *jurnal*, (2), p. 105.
- Hasan (2004) 'Pokok-Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan', *buku*, 1(2), p. 56.
- Hasana, N. (2021) 'Pengaruh Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Persepsi dan minat menabung masyarakat muslim di bank syariah', *jurnal*, (1), pp. 87–91.
- Hastharita, R. (2020) 'Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih jasa bank syariah di makassar', *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2), pp. 67–80.
- Herman (2013) 'Service Excellence Perbankan Syariah', *buku*, 1(2), p. 250.
- Indriyani, D. (2021) 'Pengaruh Pengetahuan, Regualitas, Promosi Dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank SYARIAH (STUDI KASUS BANK SUMUT SYARIAH PERDAGANGAN)', *jurnal*, (1), p. 6.
- Istiono, W. (20015) 'Pengambilan Keputusan', pp. 8–15.
- Kartika (2021) 'OJK Merger Bank Syariah BUMN', *skripsi*, (1), p. 56.
- Kasmir (2005) 'Pemasaran Bank', *buku*, (1), p. 98.
- Kesan (2021) 'Anjuran Menabung Sejak Dini dalam Islam', *skripsi*, (1), p. 78.
- Laeli (2021) 'Pengaruh Pengetahuan dan Promosi Terhadap Minat Santri Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pondok Pesantren Ar-Ridwan Kalimukti, Kec. Pabedilan, Kab. Cirebon)', *jurnal*, (2), p. 124.
- Lindawi (2019) 'Metode penelitian', pp. 9–25.
- Lunenburg (2010) 'The Decision Making Process. National Forum Of Educational Administration And Supervision', *buku*, 1(2), p. 201.
- Margono (2004) 'Metodologi Penelitian Pendidikan', *buku*, 2(1), p. 124.
- Mubarak, F. (2019) 'Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Pedesaan Dalam Menabung di BRI Syariah KCP Langkat (Studi Kasus Masyarakat Desa Mekar Sawit Kecamatan Sawit Seberang)', pp. 9–25.
- Mukaffi, Z. M., Pratomo, A. S. and Choiruddin, M. N. (2016) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah', *El Dinar: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 4(2), pp. 161–184. doi: 10.18860/ED.V4I2.5460.

- Mulyana, M. (2019) 'Strategi Promosi Dan Komunikasi', pp. 57–63. doi: 10.31227/osf.io/v7dfr.
- Mulyani (2014) 'Analisis Deskriptif Preferensi Masyarakat Dalam Berbelanja Kebutuhan Pokok Di Pasar Tradisional Dan Di Pasar Modern Universitas Pendidikan Indonesia', *jurnal Upi*.
- Murbarani, D. (2019) 'Keputusan Nasabah Untuk Menabung (Studi Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang)', *jurnal*, (1), p. 34.
- Nasir, M., Mukhlis and Miskarina (2016) 'Pengetahuan Masyarakat Umum dan Masyarakat Santri Terhadap Bank Syariah', *Journal Of Economic Management & Business*, 17(1).
- Notoatmodjo (2007) 'Promosi Kesehatan Dan Ilmu Perilaku', *buku*, 1(2), p. 58.
- OJK (2021) 'Statistik Perbankan Syariah 2021', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., pp. 10–27.
- OJK (2022) 'Statistik Perbankan Syariah - Januari 2022'.
- Rafidah (2014) '220478-Kualitas-Pelayanan-Islami-Pada-Perbankan', pp. 113–126.
- Rahman (2021) 'jumlah penduduk Blitar'.
- rakhmanita, ani (2018) 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Pembiayaan Haji Memilih Pegadaian Syariah', *Sekretaris Dan Manajemen*, 2(2), pp. 233–238.
- Rusmini (2014) 'Dasar dan Jenis Ilmu Pengetahuan', *Jurnal Biologi*, 5, pp. 79–94.
- Sajjadia, sahira (2019) 'Konsep Promosi dalam Perspektif Islam', *jurnl*, (1), p. 89.
- Saladin, D. (2006) 'Manajemen Pemasaran', *buku*, 1(1), p. 103.
- Samsudin, C. M. (2020) 'Analisis dan Pengaruh strategi Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah', *jurnal*, 68(1), pp. 1–12.
- Silvia, A., Hamid, D. and Surabaya, U. N. (2019) 'Determinan Keputusan Menabung Pada Nasabah Bank Mandiri (PERSERO) TBK di Kota Kediri Yuyun Isbanah', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7, pp. 1077–1086.
- Sinaga, F. (2019) 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan', *jurnal*, 1(1), p. 35.
- Sirat, A. H. (2018) 'Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Makassar', *Al-Qalam*, 16(2), p. 153. doi: 10.31969/alq.v16i2.481.
- Sriningsih (2020) 'Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri', *jurnal*, 1(3), p. 42.
- Sugiyono (2019) 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D', *buku*, (1), p. 56.
- Suliyanto (2018) 'Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi Dengan SPSS', *buku*, (2), p. 57.
- Supranto (2006) 'Pengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan', *buku*, 2(1), p. 43.
- Tajudin, H. (2017) 'Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok', *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), pp. 19–46. doi: 10.32678/ije.v8i1.64.
- Tjiptono, F. (2011) 'Service, Quality & Satisfaction'.
- Wahyuningsih, N. and Janah, N. (2018) 'Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

- Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat’, *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(2), p. 295. doi: 10.24235/amwal.v10i2.3596.
- Weenas, J. R. S. (2013) ‘Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian.’, *Jurnal EMBA*, 1(4), pp. 607–618.
- Wiliasih, R. (2017) ‘Faktor Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis’, *JURNAL*, 3, p. 8.
- Winarti (2021) ‘Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung di BNI Syariah KCP Kuningan’, 2(2), pp. 165–173.
- Yuhelson (2018) *Buku Ajar HUKUM PERBANKAN SYARIAH*. Edited by abdul rahmad ramlani lina. yogyakarta: zahir
- Yuli (2020) ‘Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia Hingga Saat Ini’, *skripsi*, (2), p. 34.
- Zamrodah, Y. (2016) *Strategi Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Produk Pembiayaan (Studi Kasus: Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Basung)*.
- Antonio, S. (2001) *Bank Syariah*. jakarta: gema insani.
- Ghozali (2011) ‘Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 19’, *buku*, 1(1), p. 134.
- INDONESIA, B. S. (2021) ‘Bab Ii Tinjauan Umum Pt . Bank Syariah Indonesia’, pp. 7–15.
- Karim, A. (2004) *Bank Islam*. Jakarta: PT. RajaGrafindo.
- Malhotra (2006) ‘Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian.’, *Jurnal EMBA*, 1(4), pp. 607–618.
- Rafidah (2014) ‘220478-Kualitas-Pelayanan-Islami-Pada-Perbankan’, pp. 113–126.