

Pengaruh Tingkat Bagi Hasil, Pelayanan, Promosi, Hadiah, Religiusitas, dan Lokasi terhadap Keputusan Nasabah Membuka Rekening di Bank Syariah (Studi Kasus pada Pegawai Negeri Sipil Pemerintah Kota Batu)

Amirah Milatun D. H.¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

Email: amirahhimmah@student.ub.ac.id

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara merupakan salah satu indikator akan keberhasilan dari upaya pembangunan negara. Pembangunan negara dilakukan dalam rangka untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Sedangkan untuk indikator dari pertumbuhan ekonomi adalah tingkat produksi total dari barang dan jasa dalam perekonomian serta jumlah total pengeluaran. Tingkat produksi total tergantung pada total permintaan akan barang dan jasa. Transaksi akan permintaan barang dan jasa tersebut pastinya memerlukan sarana, terlebih untuk transaksi dengan skala besar atau yang dilakukan jarak jauh. Salah satu dari sarana transaksi yang sudah sejak dahulu digunakan yaitu bank. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh beberapa faktor yang dipilih dengan asumsi berpengaruh terhadap keputusan nasabah membuka rekening bank syariah. Faktor-faktor tersebut adalah bagi hasil, pelayanan, promosi, hadiah, religiusitas, dan lokasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi logistic biner. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan sumber dari kuesioner yang dibagikan pada pegawai negeri sipil pemerintah Kota Batu. Temuan yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu bagi hasil, pelayanan, promosi, hadiah, religiusitas, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan membuka rekening bank syariah.

Kata Kunci: Keputusan Membuka Rekening, Bank Syariah

A. PENDAHULUAN

Berdasarkan Undang-Undang nomor 10 tahun 1998, perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya, sedangkan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Perkembangan bank di Indonesia yang pesat membuat jenis bank menjadi beragam, saat ini bank terbagi menjadi bank umum, bank perkreditan rakyat, dan bank syariah. Pembagian bank ini disebabkan oleh kebutuhan dan preferensi masyarakat yang beragam.

Perkembangan dalam produk bank syariah pada dasarnya didasari oleh pemenuhan kepuasan nasabah. Pemenuhan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap penilaian konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan. Penilaian yang baik maupun penilaian yang buruk akan berpengaruh terhadap preferensi konsumen. Preferensi konsumen memiliki peranan penting dalam pilihan konsumen. Oleh karena itu sangat penting untuk memberikan kepuasan tertinggi kepada nasabah agar kemungkinan dipilihnya produk bank syariah meningkat.

Beberapa indikator yang dapat dihubungkan dengan kepuasan nasabah bank syariah adalah tingkat bagi hasil, pelayanan, promosi, hadiah, religiusitas, dan lokasi. Tingkat bagi hasil berpengaruh terhadap kemungkinan keuntungan yang akan didapatkan nasabah apabila menggunakan produk bank syariah. Pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap kenyamanan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah. Promosi dan hadiah berpengaruh terhadap ketertarikan nasabah untuk menggunakan produk bank syariah. Religiusitas berpengaruh terhadap keyakinan dalam menggunakan produk bank syariah.

Dalam proses penggunaan produk dari bank syariah, pertama kali yang harus dilakukan adalah dengan membuka rekening. Pembukaan rekening pada bank syariah dan bank konvensional memiliki persyaratan umum dalam membuka rekening yang serupa, persyaratannya mencakup lampiran kartu identitas seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan setoran awal untuk pembukaan awal rekening. Penelitian dilakukan pada Pegawai Negeri Sipil (PNS) pemerintah Kota Batu dikarenakan kepastian dapat membuka tabungan yang dilihat dari penghasilan tetap mereka dapat dipastikan. Pengetahuan akan cara membuka rekening juga dinilai bisa dilaksanakan mengingat pembayaran penghasilan PNS pemerintah Kota Batu dilakukan dengan transfer pada rekening tabungan masing-masing.

Berdasarkan uraian diatas, penulis mencoba menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam membuka rekening bank syariah lebih lanjut dalam judul “**Pengaruh tingkat bagi hasil, pelayanan, promosi, hadiah, religiusitas, dan lokasi pada keputusan nasabah membuka rekening di Bank Syariah**”.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen menjelaskan bagaimana orang memilih barang apa yang ingin dikonsumsi, berapa jumlahnya, dan berapa besar kepuasan yang bakal didapatkannya. Ketika seorang konsumen melakukan kegiatan konsumsi pasti banyak hal yang dipertimbangkan agar sesuai dengan preferensi dirinya seperti jumlah uang yang dimiliki, pertimbangan keimanan, hukum, etika, dan nilai sosial budaya. Dalam melakukan penggunaan jasa perbankan syariah, keputusan diambil yang artinya pengambilan keputusan yang dilakukan oleh calon nasabah atau konsumen untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Nasabah pastinya tidak tiba-tiba melakukan keputusan untuk melakukan pembukaan rekening, terdapat suatu proses sebelum akhirnya dilakukan keputusan untuk membuka rekening. Pengambilan keputusan pembelian dilakukan dengan beberapa tahap, termasuk keputusan pembukaan rekening Bank Syariah yang dilakukan nasabah ini terdapat beberapa tahapan yang meliputi: pengenalan masalah (*problem recognition*), pencarian informasi (*information search*), evaluasi alternatif (*alternative evaluation*), keputusan pembelian (*purchase decision*), dan perilaku pasca pembelian (*post-purchase behavior*). (Anang Firmansyah, 2018:27-30)

Perbankan

Berdasarkan Undang-Undang nomor 10 tahun 1998, perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya, sedangkan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Kemudian menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum Islam. Dapat disimpulkan bahwa perbedaan mendasar dari Bank Syariah dan Bank Konvensional adalah prinsip yang digunakan yang mana Bank Syariah menggunakan prinsip syariah.

Bagi Hasil

Ismaulina menjelaskan bahwa sistem bagi hasil dalam dunia perbankan syariah merupakan core atau formula yang diajukan oleh para pakar ekonomi Islam sebagai alternatif pengganti sistem bunga. Prinsip bagi hasil (profit and loss sharing) merupakan karakteristik umum dan landasan dasar bagi operasional Bank Syariah secara keseluruhan. Selain itu, di dalam prinsip bagi hasil (profit and loss sharing) secara otomatis resiko juga ditanggung bersama oleh pemilik dana dan pengguna dana. Dari konsep inilah yang membedakan konsep bunga pada bank konvensional dengan konsep bagi hasil pada bank Syariah. (Ismaulina, 2017:146)

Pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Berdasarkan pendapat Fisk, Sampson, Menor, Tax, Stuart, Ponsignon, Mohr, dan Bitner, esensi pelayanan adalah suatu proses yang terdiri dari serangkaian tindakan, interaksi, aktifitas penting untuk menyampaikan jasa kepada pelanggan dimana dalam penyampaiannya ini terdapat tujuan menghasilkan keuntungan. (Lely Indah Mindarti, 2016:2)

Promosi

Promosi berasal dari kata *promote* dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Stanton mengartikan promosi dengan sinonim dalam penjualan, maksudnya adalah memberikan informasi kepada konsumen, mengimbuu dan memengaruhi khalayak ramai. Kotler berkata bahwa promosi mencakup semua alat-alat bauran pemasaran (marketing mix) yang peran utamanya adalah lebih mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk. (Freddy Rangkuti, 2009:49)

Hadiah

Hadiah merupakan salah satu cara agar konsumen tertarik untuk membeli sebuah produk. Pemberian hadiah bisa dilakukan secara langsung maupun tidak langsung dalam bentuk lain atau lewat program promosi yang lebih dikemas secara kreatif dan menarik. Harapannya, konsumen lebih tertarik lagi untuk terus berhubungan dengan produk dan merek yang dikeluarkan ke pasar. (Gagan Gartika, 2010:139-140)

Religiusitas

Religiusitas dapat menjadi salah satu alasan dalam memutuskan penggunaan produk tertentu. Glock dan Stark pada 1966, berpendapat bahwa religiusitas merupakan sikap keberagaman yang berarti adanya unsur internalisasi agama ke dalam diri seseorang. Sedangkan menurut Ahmad Thontowi (2009), religiusitas merupakan suatu bentuk hubungan manusia dengan penciptanya melalui ajaran agama yang sudah terinternalisasi dalam diri seseorang dan tercermin dalam sikap dan perilakunya sehari-hari.

Lokasi

Menurut Viranti dan Ginanjar (2015), mengungkapkan bahwa lokasi merupakan bauran pemasaran ketiga setelah produk dan harga yang kemudian disusul oleh promosi. Kemudian lokasi juga berarti tempat dimana usaha didirikan dengan mempertimbangkan berbagai faktor yaitu akses, peraturan pemerintah, lingkungan, berdekatan dengan konsumen sehingga kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik sesuai harapan. (Lutfiana, 2020)

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melihat pengaruh tingkat bagi hasil, pelayanan, promosi, hadiah, religiusitas, dan lokasi terhadap keputusan membuka rekening bank syariah. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dengan membagikan kuesioner kepada pegawai negeri sipil pemerintah Kota Batu. Variabel dalam penelitian ini yaitu keputusan membuka rekening sebagai variabel dependen dan bagi hasil, pelayanan, promosi, hadiah, religiusitas, dan lokasi sebagai variabel independen. Metode analisis dalam penelitian ini adalah regresi logistik biner, metode ini digunakan untuk menganalisis data dengan variabel respon yang memiliki dua kategori.

Model penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\pi(x) = \frac{\exp(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6)}{1 + \exp(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6)}$$

dimana:

- β_0 = Konstanta
- X_1 = Bagi Hasil
- X_2 = Pelayanan
- X_3 = Promosi
- X_4 = Hadiah
- X_5 = Religiusitas
- X_6 = Lokasi

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Regresi Logistik Biner

a. Uji Kesesuaian Model

Hosmer and Lemeshow Test			
Step	Chi-square	df	Sig.
1	4.587	8	.801

Berdasarkan tabel output SPSS Hosmer and Lemeshow Test diatas dapat dilihat bahwa nilai sig. sebanyak 0,801. Nilai tersebut lebih besar dari alpha penelitian ($0,801 > 0,05$) sehingga bahwa model sudah cocok dengan data observasi dan model regresi logistik ini layak untuk digunakan dalam tahap lebih lanjut.

b. Uji G (Parameter Keseluruhan)

Omnibus Tests of Model Coefficients				
		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	84.254	6	.000
	Blokk	84.254	6	.000
	Model	84.254	6	.000

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai chi-square yang diperoleh adalah 84,254. Karena nilai $p = 0,000 < \alpha = 0,05$ sehingga berarti terdapat minimal satu variabel bebas bagi hasil, pelayanan, promosi, hadiah, religiusitas, dan lokasi yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan membuka rekening.

c. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	37.919 ^a	.569	.807

Nilai *Nagelkerke R Square* sebanyak 0,807 yang diartikan menjadi total pengaruh dari variabel bebas bagi hasil, pelayanan, promosi, hadiah, religiusitas, dan lokasi ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5,$ dan X_6) terhadap variabel keputusan membuka rekening (Y) adalah sebanyak 80,7%.

d. Uji Keberartian Model secara Parsial

Variables in the Equation							
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	BAGI HASIL	.841	.338	6.197	1	.013	2.320
	PELAYANAN	1.137	.336	11.436	1	.001	3.116
	PROMOSI	.737	.324	5.167	1	.023	2.091
	HADIAH	.538	.258	4.359	1	.037	1.712
	AGAMA	1.311	.494	7.028	1	.008	3.709
	LOKASI	1.335	.670	3.970	1	.046	3.798
	Constant	-42.422	12.787	11.007	1	.001	.000

Dari hasil pengujian Variable in Equation terlihat bahwa nilai $\beta_1 > 0$ artinya maka bagi hasil mempunyai hubungan positif dengan kejadian keputusan membuka rekening. Nilai $\beta_2 > 0$ artinya maka pelayanan mempunyai hubungan positif dengan kejadian keputusan membuka rekening. Kemudian nilai $\beta_3 > 0$ artinya maka promosi mempunyai hubungan positif dengan kejadian keputusan membuka rekening. Dan nilai $\beta_4 > 0$ artinya maka hadiah mempunyai hubungan positif dengan kejadian keputusan membuka rekening. Serta nilai $\beta_5 > 0$ artinya maka religiusitas mempunyai hubungan positif dengan kejadian keputusan membuka rekening. Nilai $\beta_6 > 0$ artinya maka lokasi mempunyai hubungan positif dengan kejadian keputusan membuka rekening.

Hasil output pada tabel *Variabel In Equation* variable bagi hasil menghasilkan nilai signifikan sebanyak $0,013 < \alpha = 0,05$ sehingga variabel bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan membuka rekening. Variabel pelayanan menghasilkan nilai signifikansi sebanyak $0,001 < \alpha = 0,05$ sehingga variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membuka rekening. Kemudian variabel promosi menghasilkan nilai signifikan sebanyak $0,023 < \alpha = 0,05$ sehingga variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan membuka rekening. Diikuti variabel hadiah menghasilkan nilai signifikan sebanyak $0,037 < \alpha = 0,05$ sehingga variabel hadiah berpengaruh signifikan terhadap keputusan membuka rekening. Variabel religiusitas menghasilkan nilai signifikan sebanyak $0,008 < \alpha = 0,05$ sehingga variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan membuka rekening. Dan yang terakhir, variabel lokasi menghasilkan nilai signifikan sebanyak $0,046 < \alpha = 0,05$ sehingga variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan membuka rekening.

Pembahasan

a. Pengaruh Tingkat Bagi Hasil signifikan terhadap Keputusan Membuka Rekening di Bank Syariah

Bagi hasil adalah suatu cara dalam pengolahan dana dalam sistem ekonomi Islam dimana dana dibagi kepada pemilik modal dan pengelola modal. Menurut Daulay salah satu indikator bagi hasil adalah tingkat bagi hasil yang tinggi. (Daulay dalam Atik Suharwati, 2016 p. 29) Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan PNS Kota Batu membuka rekening di bank syariah.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Susanti (2017), dimana penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa keputusan menabung di BMT dipengaruhi oleh variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, dan bagi hasil. Penelitian yang dilakukan Fifi (2019) juga memiliki hasil serupa dimana minat masyarakat menabung di UUS dipengaruhi oleh variabel tingkat bagi hasil dan layanan mobile banking.

b. Pengaruh Pelayanan signifikan terhadap Keputusan Membuka Rekening di Bank Syariah

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible. Kualitas pelayanan akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Apabila kinerja tidak sesuai dengan ekspektasi dan anggapan konsumen sebelumnya maka tingkat kepuasan akan rendah, sebaliknya apabila kinerja melebihi ekspektasi dan anggapan konsumen maka tingkat kepuasan akan tinggi. (Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2011 p. 198) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan PNS Kota Batu membuka rekening di bank syariah.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2017), dimana penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa keputusan menabung di BMT dipengaruhi oleh variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, dan bagi hasil. Penelitian yang dilakukan Aminatuz (2019), juga memiliki hasil yang serupa dimana keputusan menabung pada bank syariah dipengaruhi oleh bagi hasil dan kualitas pelayanan.

c. Pengaruh Promosi signifikan terhadap Keputusan Membuka Rekening di Bank Syariah

Promosi memiliki tujuan seperti modifikasi tingkah laku, memberitahu, membujuk, dan mengingatkan. Kemudian menurut Philip Kotler yang termasuk ke dalam indikator promosi adalah

promosi penjualan, periklanan, tenaga penjualan, kehumasan (public relation), pemasaran langsung. (Philip Kotler dalam Selvie Nangoy, Silvy. L. Mandey, dan Lotje Kawet, 2017) Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan PNS Kota Batu membuka rekening di bank syariah. Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Rut Wury (2015), dimana penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa keputusan membuka rekening dipengaruhi oleh kualitas produk, pelayanan, dan promosi.

d. Pengaruh Hadiah signifikan terhadap Keputusan Membuka Rekening di Bank Syariah

Menurut Saputra indikator dari hadiah adalah antara lain menariknya hadiah yang diberikan, banyaknya jenis hadiah yang diberikan, manfaat hadiah yang diberikan. (Saputra dalam Dwian Cahyo Utomo, Endah Pri Ariningsih, dan Murry Harmawan Saputra, 2015) Hasil penelitian menunjukkan bahwa hadiah berpengaruh signifikan terhadap keputusan PNS Kota Batu membuka rekening di bank syariah. Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadraton (2019), dimana penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa keputusan membuka rekening dipengaruhi oleh program tabungan berhadiah.

e. Pengaruh Religiusitas signifikan terhadap Keputusan Membuka Rekening di Bank Syariah

Menurut Glock dan Stark mengatakan bahwa terdapat lima dimensi dalam religiusitas, yaitu: dimensi keyakinan atau ideologis, dimensi peribadatan, dimensi penghayatan, dimensi pengetahuan, dan dimensi pengamalan. (Ahmad Thontowi, 2009) Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan PNS Kota Batu membuka rekening di bank syariah. Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Tiara (2017), dimana penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa keputusan nasabah menabung di bank syariah dipengaruhi oleh religiusitas, pengetahuan, dan pendapatan.

f. Pengaruh Lokasi signifikan terhadap Keputusan Membuka Rekening di Bank Syariah

Tjiptono dalam Nuril (2016) menyatakan indikator pemilihan lokasi adalah akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, lingkungan sekitar, kompetisi, dan peraturan pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan PNS Kota Batu membuka rekening di bank syariah. Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Tandi (2017), dimana penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah dipengaruhi oleh lokasi dan produk.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, kesimpulan yang bisa ditarik dari penelitian ini yaitu bagi hasil, pelayanan, promosi, hadiah, religiusitas, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan membuka rekening bank syariah. Kemudian berikut ini model logistik biner yang terbentuk untuk menggambarkan pengaruh tingkat bagi hasil, pelayanan, promosi, hadiah, religiusitas, dan lokasi terhadap keputusan membuka rekening bank syariah:

$$f(x) = \frac{\exp(0,841 X_1 + 1,137 X_2 + 0,737 X_3 + 0,538 X_4 + 1,311 X_5 + 1,335 X_6)}{1 + \exp(0,841 X_1 + 1,137 X_2 + 0,737 X_3 + 0,538 X_4 + 1,311 X_5 + 1,335 X_6)}$$

Saran

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya saran yang diajukan dari penelitian ini yaitu bank syariah agar meningkatkan kinerja pada sistem syariah dan pelayanan sehingga dapat dimungkinkan peningkatan jumlah nasabah. Serta untuk penelitian selanjutnya agar melakukan penelitian dengan menambah variabel baru dan penggunaan analisis data yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Diana, S. M. (2017). Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Anggota Menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gartika, G. (2010). *Silaturahmi Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Handayani, R. W. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya. *Skripsi*.
- Iksan Semaoen, S. M. (2011). *Mikroekonomi*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Ismaulina. (2017). *Prinsip Bagi Hasil dan Risiko Pembiayaan Perspektif Fatwa DSN: Survei pada BMT Lhokseumawe*. Jakarta: UIN Jakarta Press.
- Madura, J. (2007). *Introduction To Business Edisi Keempat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maziah, N. L. (n.d.). Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pendidikan Kursus Bahasa Inggris di BEC Pare Kediri Periode 1 Tahun 2016. *Skripsi*, 2016.
- Mindarti, L. I. (2016). *Manajemen Pelayanan Publik: Menuju Tata Kelola yang Baik*. Malang: UB Press.
- Nangoy, S. (2017). Pengaruh Promosi, Harga, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Matahari Depatemen Store Manado.
- Nisa, L. L. (2020). Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah, Lokasi terhadap Keputusan Menabung dengan Minat Menabung sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*.
- Putri, T. L. (2017). Pengaruh Lokasi, Produk, dan Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Salatiga dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Skripsi IAIN Salatiga*.
- Rambe, N. H. (2019). Pengaruh Program Tabungan Berhadiah terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Muamalat KCP Kota Bijai. *Skripsi UIN Sumatera Utara*.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, F. A. (2019). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil dan Layanan Mobile Banking terhadap Minat Masyarakat Menabung pada UUS BIN Medan Juanda.
- Suharwati, A. (2016). Analisis Pengaruh Bagi Hasil, Pelayanan, dan Promosi terhadap Simpanan Deposito Mudharabah.
- Thontowi, A. (2009). *Hakekat Relegiusitas*. Retrieved from Kemenag Sumsel: <https://sumsel.kemenag.go.id/files/sumsel/file/dokumen/hakekatrelegiusitas.pdf>
- Tiara. (2017). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Nasabah, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah. *Skripsi IAIN Salatiga*.
- Utomo, D. C. (2015). Pengaruh Potongan Harga, Pemberian Hadiah, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Alfamart Kota Purworejo.
- Zahro, A. (2019). Pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah di Jepara.