

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA
BANK MANDIRI SYARIAH CABANG BANDAR SRIBHAWONO
LAMPUNG)**



**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM EKONOMI ISLAM**

OLEH:

**DORA MUSTIKA SARI
NIM. 13820075**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2020

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA
BANK MANDIRI SYARIAH CABANG BANDAR SRIBHAWONO
LAMPUNG)**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM EKONOMI ISLAM**

OLEH:

DORA MUSTIKA SARI
NIM. 13820075

DOSEN PEMBIMBING:

JAUHAR FARADIS, S.H.I., M.A.
NIP. 19840523 201101 1 008

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2020**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-405/Un.02/DEB/PP.00.9/06/2020

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MEMILIH BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA BANK MANDIRI
SYARIAH CABANG BANDAR SRIBHAWONO LAMPUNG)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DORA MUSTIKA SARI
Nomor Induk Mahasiswa : 13820075
Telah diujikan pada : Rabu, 19 Februari 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 5ee99830d8599

Ketua Sidang

Jauhar Faradis, S.H.I., M.A.
SIGNED



Valid ID: 5ee06f21ce258

Penguji I

Joko Setyono, SE., M.Si.
SIGNED



Valid ID: 5ee9a0065dcdc

Penguji II

Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.
SIGNED



Valid ID: 5ee9ca92b782c

Yogyakarta, 19 Februari 2020

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
SIGNED



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Dora Mustika Sari

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Dora Mustika Sari
NIM : 13820075
Judul Skripsi : **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Mandiri Syariah Cabang Bandar Sribhawono Lampung)”**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Perbankan Syari'ah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera *dimusyawahkan*. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 03 Februari 2020
Pembimbing

Jaubar Faradis, S.H.I., M.A.
NIP. 19840523 201101 1 008

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dora Mustika Sari

NIM : 13820075

Jurusan Prodi : Perbankan Syariah / Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Mandiri Syariah Cabang Bandar Sribhawono Lampung)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi, dan dipergunakan sebagaimana perlunya

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 04 Februari 2020

Penyusun,



Dora Mustika Sari

NIM. 13820075

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dora Mustika Sari
NIM : 13820075
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Mandiri Syariah Cabang Bandar Sribhawono Lampung)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta 03 Februari 2020
Yang menyatakan

Dora Mustika Sari
NIM. 13820075

MOTTO

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan

(QS. Ash-Sharh, ayat 5 – 6)

*Barang siapa yang menghendaki kehidupan dunia maka
wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa yang
menhendaki kehidupan akherat, maka wajib baginya memiliki
ilmu, dan barang siapa menghendaki keduanya maka wajib
baginya memiliki ilmu*

(HR. Tarmudzi)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan Shalawat serta Salam
tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Diriku sendiri dan mereka yang menanti kelulusanku, Ibunda
tercinta Kasmi dan Ayahanda tercinta Qosim atas do'a serta
dukungan baik moril maupun materiil dan atas perjuanganmu yang
mampu menghantarkan anakmu ini untuk masuk perguruan tinggi
sekaligus menjadi penyemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
Hanya balasan do'a yang dapat putrimu panjatkan dan beribu-
ribu maaf atas segala sikap, tingkah laku, dan tutur kata yang salah
serta keburukan dan kekurangan-kekurangan yang lain.

Kakekku tersayang Kasman dan Nenekku tersayang Sakem yang
selalu mendukung dan mendoakan cucumu ini. Untuk kakakku
tersayang Enda Suratni dan Agus Susilo yang memberi dukungan
dan semangat agar selalu berjalan maju. Dan tidak lupa untuk
seluruh keluarga besarku yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Serta Almamaterku: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Z	Zet
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	Dh	De (dengan titik di bawah)

ط	Tha'	Th	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zha'	Zh	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	Gh	Ge dan ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعدّدة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta'Marbuttah

Semua *ta'* marbuttah ditulis dengan *h*, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam

bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
الأولياء كرامة	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	U
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جاهليّة	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>

4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
شكرتم لئن	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
--------	---------	-----------------

الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>
-------	---------	------------------

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga dan shabatNya yang telah memberikan petunjuk jalan yang diridhai Allah SWT.

Alhamdulillah berkat hidayah dan pertolongan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Fator-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Mandiri Syariah Cabang Bandar Sribhawono Lampung)”. Skripsi ini belum tentu selesai tanpa bantuan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penyusun ucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang ikut memberi andil dalam penyelesaian skripsi ini, diantaranya kepada:

1. Bapak Prof. Drs. KH Yudian Wahyudi Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Bapak Dr. Misnen Ardiansyah S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA. selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terimakasih atas bimbingan, nasihat, dan dukungannya dari awal semester hingga sekarang dalam membantu mengarahkan studi secara akademik.
5. Bapak Jauhar Faradis, S.H.I., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Saya ucapkan terimakasih banyak atas waktu, masukan, dan saran-saran, serta menambah koreksi dan perbaikan sistem penulisan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Seluruh pegawai Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Seluruh pegawai Bank Mandiri Syariah Cabang Bandar Sribhawono Lampung yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Perbankan Syariah tersebut.
9. Keluarga besar Perbankan Syariah angkatan 2013 khususnya kelas PS-B yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas kebersamaan, kebahagiaan, yang terukir selama masa-masa perkuliahan.
10. PMII Rayon Ekuilibrium khususnya Korp Maestro, terimakasih atas kebersamaan yang terukir selama masa-masa berorganisasi.
11. Sahabatku (Urwatul Afafah) yang selalu ada dan selalu memberi pengaruh positif sekaligus menjadi teman seperjuangan dalam menyelesaikan tugas akhir.

12. Senior (Sadul dan Ikmal) yang baik hati dan tidak sombong yang kadang-kadang memotivasi dan selalu ada dari semester awal sampai sekarang.
13. Teman-teman seperjuangan tingkat akhir (Nissa, Muna, Septi, Jessy) ayo segera diselesaikan agar bisa segera memulai hidup baru.
14. Serta seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Tak ada gading yang tak retak. Kritik dan saran selalu penulis harapkan untuk perbaikan berikutnya. Semoga Allah SWT membalas jasa mereka semua serta dicatat sebagai amal kebaikan. Semoga karya ini dapat bermanfaat untuk penulis khususnya dan untuk orang lain pada umumnya, Aamiin.

Yogyakarta, 18 Desember 2019
Yang menyatakan,

Dora Mustika Sari
NIM. 13820075

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
ABSTRAK	xxiii
ABSTRACT	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Pembahasan	7

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Telaah Pustaka	10
B. Landasan Teori.....	17
1. Perbankan Syariah.....	17
2. Pemasaran.....	18
3. Produk	19
4. Harga	20
5. Promosi	23
6. Lokasi	25
7. Kualitas Pelayanan	27
8. Religiusitas.....	29
9. Perilaku Konsumen	30
C. Pengembangan Hipotesis	36
D. Kerangka Pemikiran.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis dan Sifat Penelitian	44
1. Jenis Penelitian.....	44
2. Sifat Penelitian	44
B. Populasi dan Sampel	44
1. Populasi	44
2. Sampel.....	45
C. Data dan Sumber Data	46
1. Data Primer	46

2. Data Sekunder	46
D. Metode Pengumpulan Data	47
1. Kuesioner	47
2. Studi Kepustakaan	47
E. Definisi Operasional Variabel	47
1. Variabel Dependen	47
2. Variabel Independen	47
F. Teknik Analisis Data	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas	50
3. Uji Asumsi Klasik	50
4. Analisis Regresi Linier Berganda	51
5. Pengujian Hipotesis	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	54
1. Sejarah Bank Mandiri Syariah	54
2. Visi dan Misi	55
3. Budaya Kerja	56
4. Struktur Organisasi	57
5. Produk-Produk Bank Mandiri Syariah	57
B. Deskripsi Data	59
C. Analisis Statistik	63
1. Uji Instrumen	63

2. Uji Asumsi Klasik	65
3. Analisis Regresi Linier Berganda	68
4. Uji Hipotesis.....	71
D. Pembahasan.....	75
BAB V PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan	85
B. Keterbatasan.....	88
C. Implikasi.....	88
D. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	59
Tabel 4.2 Usia Responden.....	59
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden	60
Tabel 4.4 Profesi Responden.....	60
Tabel 4.5 Tingkat Pendapatan Responden	61
Tabel 4.6 Lama Menjadi Nasabah	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (F).....	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	74
Tabel 4.15 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	31
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	i
Lampiran 2 Data Responden.....	vi
Lampiran 3 Data Jawaban Responden.....	xi
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas & Uji Reliabilitas.....	xxii
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	xxiv
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	xxxii
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian.....	xxxiii
Lampiran 8 Curriculum Vitae (CV).....	xxxv



ABSTRAK

Bank syariah kini tidak lagi asing bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Keberagaman produk dan jasa yang ditawarkan oleh lembaga perbankan syariah memberikan kesempatan yang luas bagi konsumen untuk memilih lembaga perbankan syariah yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel produk, harga, promosi, lokasi, kualitas pelayanan, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Mandiri Syariah cabang Bandar Sribhawono Lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah Bank Mandiri Syariah cabang Bandar Sribhawono Lampung sebanyak 9.799 nasabah. Sampel penelitian ini berjumlah 100 orang. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *Linkert*. Pengujian hipotesis menggunakan regresi linier berganda dengan alat bantuan SPSS versi 20.

Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa, variabel Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Mandiri Syariah cabang Bandar Sribhawono Lampung dengan taraf signifikan ($>0,05$) dan nilai signifikansinya sebesar 0,443. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Mandiri Syariah cabang Bandar Sribhawono Lampung dengan taraf signifikan ($>0,05$) dan nilai signifikansinya sebesar 0,168. Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Mandiri Syariah cabang Bandar Sribhawono Lampung dengan taraf signifikan ($>0,05$) dan nilai signifikansinya sebesar 0,230. Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Mandiri Syariah cabang Bandar Sribhawono Lampung dengan taraf signifikan ($>0,05$) dan nilai signifikansinya sebesar 0,429. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Mandiri Syariah cabang Bandar Sribhawono Lampung dengan taraf signifikan ($<0,05$) dan nilai signifikansinya sebesar 0,049. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Mandiri Syariah cabang Bandar Sribhawono Lampung dengan taraf signifikan ($<0,05$) dan nilai signifikansinya sebesar 0,000.

Kata kunci: Keputusan nasabah, Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas.

ABSTRACT

Islamic banking are not longer foreign to most Indonesian. The diversity of product and services offered by Islamic banking institutions provides broad opportunities for consumers to choose Islamic banking institutions that suit their needs. This study aims to examine the effect of product, price, promotion, location, service quality, and religiosity on the customer's decision to choose Islamic banking on Bank Mandiri Sharia of branch Bandar Srihawono Lampung. The population of this study are all customers of branch Bank Mandiri Sharia of Bandar Srihawono Lampung is 9.799 customers. The sample of this study amounted to 100 people. The instrument of data collection using questionnaires with Likert scale. Hypothesis testing using multiple linear regression with SPSS version 20.

From the results of multiple linear regression analysis showed that Product variables does not affect the customers decision in choosing Bank Mandiri Sharia of branch Bandar Srihawono Lampung with a significant level ($>0,05$) and significant value equal to 0,443. Price does not affect the customers decision in choosing Bank Mandiri Sharia of branch Bandar Srihawono Lampung with a significant level ($>0,05$) and significant value equal to 0,168. Promotion does not affect the customers decision in choosing Bank Mandiri Sharia of branch Bandar Srihawono Lampung with a significant level ($>0,05$) and significant value equal to 0,230. Location does not affect the customers decision in choosing Bank Mandiri Sharia of branch Bandar Srihawono Lampung with a significant level ($>0,05$) and significant value equal to 0,429. Service quality has a positive and significant impact on customers decision in choosing Bank Mandiri Sharia branch of Bandar Srihawono Lampung with a significant level ($<0,05$) and influential equal to 0,049. Religiosity has a positive and significant impact on customers decision in choosing Bank Mandiri Sharia branch of Bandar Srihawono Lampung with a significant level ($<0,05$) and influential equal to 0,000.

Keywords: *Customer decision, Product, Price, Promotion, Location, Service quality, and Religiosity.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian suatu negara. Dalam sistem perbankan di Indonesia, terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Sesuai UU RI No. 21 Tahun 2008 bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah seperti prinsip keadilan dan keseimbangan, kemaslahatan, universalisme, serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, dzalim dan obyek yang haram. Tujuan pendirian bank syariah adalah untuk pemerataan ekonomi masyarakat. (Hidayat, 2017: 35)

Cambridge Institute of Islamic Finance dalam laporan Global Islamic Finance Report (GIFR) 2019, menempatkan Indonesia sebagai peringkat pertama dalam hal kepemimpinan dan potensinya dalam perbankan dan keuangan islam global dengan angka capaian 81,9%. Berdasarkan data OJK pada Juni 2019, aset keuangan syariah Indonesia (tidak termasuk saham syariah dan Baitul Malwat Tamwil/BMT), mencapai US\$ 94,44 miliar dengan pangsa pasar 8,29%. Bahkan, di pasar global, Indonesia memiliki indeks keuangan syariah terbesar di dunia.¹

¹ Nasional.tempo.co/read/1276270/indonesia-bersiap-menjadi-kiblat-keuangan-dan-ekonomi-syariah-dunia. Diakses pada 23 Februari 2020

Perkembangan industri perbankan dan jasa keuangan telah mengalami kemajuan yang sangat pesat beberapa tahun terakhir ini sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan kebijakan deregulasi. Adanya deregulasi finansial mengakibatkan fenomena baru yang mengakibatkan iklim persaingan semakin ketat. Penyebab persaingan dalam dunia perbankan dipicu oleh pertumbuhan setiap bank. Pertumbuhan setiap bank sangat dipengaruhi oleh kemampuan Bank tersebut dalam menarik nasabah. Dengan demikian, perbankan harus mampu menetapkan strategi keunggulan bersaing yang baik sehingga dapat memenangkan persaingan. (Subagyo dan Wutsqo, 2018: 2)

Salah satu pemegang peranan penting dalam keberhasilan suatu industri perbankan adalah nasabah. Kepuasan nasabah akan menjadi pedoman untuk mengarahkan organisasi ke arah pemenuhan kebutuhan konsumen sehingga menjadi sumber keunggulan perusahaan. Setiap keputusan konsumen dilandasi atas dasar suatu pilihan yang paling baik dan paling menguntungkan bagi konsumen, sehingga konsumen dapat meningkatkan kehidupannya.

Keberagaman produk dan jasa yang ditawarkan oleh perbankan tidak hanya memberikan kesempatan yang lebih luas bagi konsumen untuk memilih lembaga perbankan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, namun juga menimbulkan keraguan karena terlalu banyak pilihan yang ditawarkan oleh lembaga perbankan. Disisi lain, kegemaran konsumen untuk mencari informasi dari berbagai sumber sebelum memutuskan memilih sebuah bank merupakan beberapa hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

Pada Desember 2018 Bank Mandiri Syariah memiliki 765 kantor layanan diseluruh Indonesia dengan akses lebih dari 219.642 jaringan ATM dan jumlah pegawai mencapai 8.710 orang.² Mengikuti perkembangan Bank Mandiri Syariah, di tahun 2019 Bank Mandiri Syariah mendapat beberapa penghargaan yaitu, penghargaan Islamic Bank of the Year 2019, Indonesia Best Islamic Retail Bank dan Indonesia Best Islamic Trade Finance Bank.³ Selain itu, pada 16 Desember 2019 Bank Mandiri Syariah juga mendapat penghargaan sebagai Mitra Distribusi SBSN Ritel Terbaik Pertama Tahun 2019, sebagai Peserta Terbaik Lelang SBSN Terbaik Tahun 2019, Moeslim Choice Award 2019, Top 20 Financial Intiution, Good Corporate Governance Award 2019, Financial Award 2019, BI Award 2019, Indonesian Best Brand Award (IBBA) pada 27 November 2019.⁴ Dilihat dari beberapa penghargaan tersebut, menunjukkan bahwa Bank Mandiri Syariah dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Mandiri Syariah.

Sebagai salah satu bank syariah terbesar di Indonesia yang telah dipercaya oleh masyarakat, Bank Syariah Mandiri ini tidak lepas dari persaingan yang ada. Dengan demikian, Bank Syariah Mandiri harus terus meningkatkan kualitas pelayanan serta menyediakan produk yang lebih inovatif dengan menggunakan promosi yang tepat, harga yang sesuai, lokaasi yang strategis serta memperhatikan tingkat religiusitas agar nasabah dan calon

² <http://www.mandirisyahiah.co.id/> diakses pada 23 Februari 2020

³ Republika.co.id/berita/bsm-borong-penghargaan-bank-islam-terbaik-2019

⁴ *op.cit*

nasabah memutuskan untuk terus bertahan ataupun baru akan memutuskan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

Sebagai bentuk usaha mempertahankan nasabah serta menarik nasabah baru, bank harus mampu menentukan kebijakan yang tepat sehingga tujuan perusahaan tercapai. Setiap kebijakan yang diambil perusahaan dapat mempengaruhi kemampuan, ketepatan, dan kecepatan bank dalam memberi pelayanan kepada nasabah. Pelayanan merupakan kegiatan yang ditawarkan kepada pelanggan yang dapat memberikan kepuasan atau ketidakpuasan bagi pelanggan. Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka pelanggan akan semakin memberikan penilaian yang baik. (Laksana, 2008: 85). Dari pelayanan tersebut nasabah dapat menilai dan memutuskan apa yang akan dilakukan selanjutnya. Dapat disimpulkan bahwa, pelayanan dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah adalah religiusitas. Religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku dan bertindak sesuai dengan ajaran yang dianutnya. Dengan demikian, perusahaan harus mampu menciptakan produk dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan prinsip syariah sehingga dapat menarik konsumen. (Drajat, 2006: 3)

Hasil penelitian sebelumnya menyatakan bahwa, faktor utama nasabah memilih bank syariah karena ketaatan nasabah terhadap prinsip syariah. Nasabah memutuskan untuk tetap mempertahankan bank syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap larangan riba bagi umat

islam. (Zuhirsyan dan Nurlinda, 2018). Namun terjadi perbedaan atas teori tersebut, sekelompok peneliti berdasarkan hasil penelitian mereka menyatakan bahwa, faktor utama yang menyebabkan nasabah memilih bank syariah adalah didasari pada faktor *marketing mix 4p* (*product, price, place, promotion*) dengan tingkat pengaruh sebesar 97,6%.

Melihat kenyataan tersebut, penyusun tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui kriteria nasabah dalam memutuskan menjadi nasabah suatu bank syariah. Luasnya cakupan konsumen dan banyaknya pilihan perbankan syariah yang semakin kompetitif dalam menarik minat nasabah membuat penelitian ini menarik untuk diteliti. Dengan demikian, penyusun akan melakukan penelitian dengan judul, **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA BANK SYARIAH MANDIRI CABANG LAMPUNG)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka pokok masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah produk dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri cabang Lampung?
2. Apakah harga dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri cabang Lampung?
3. Apakah promosi dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri cabang Lampung?

4. Apakah lokasi dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri cabang Lampung?
5. Apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri cabang Lampung?
6. Apakah religiusitas dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri cabang Lampung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri cabang Lampung.
2. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor harga terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri cabang Lampung.
3. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri cabang Lampung.
4. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri cabang Lampung.
5. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri cabang Lampung.

6. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor religiusita terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri cabang Lampung.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Manfaat yang diharapkan adalah:

1. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya serta dapat menjadi bahan informasi dan pengetahuan dalam kajian pembelajaran yang berkaitan dengan keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
2. Bagi peneliti, diharapkan dapat menambah wawasan peneliti dalam menganalisis keputusan nasabah dalam memilih bank syariah serta menambah ilmu pengetahuan peneliti dalam industri perbankan syariah.
3. Bagi perusahaan, diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dalam meningkatkan kinerja perusahaan.
4. Bagi masyarakat umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor penentu keputusan dalam memilih bank syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Agar mempermudah pembahasan pada penulisan hasil penelitian, maka secara garis besar sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan. Pendahuluan digunakan untuk menghantarkan permasalahan skripsi secara keseluruhan. Pendahuluan pada bab pertama ini didasarkan pada bahasan yang masih secara umum.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan mengenai teori-teori yang relevan dengan masalah yang ingin diteliti, kerangka konseptual, tanjauan penelitian terdahulu untuk memperkuat penelitian, serta model penelitian atau kerangka berfikir yang meringkas penurunan hipotesis dan atau hubungan antar variabel.

BAB II METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, objek penelitian, sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan skala pengukuran yang digunakan serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan mengenai analisis data dan pembahasan dari hasil penelitian, pengujian instrumen penelitian, analisis deskriptif, analisis hipotesis dan pembahasan secara mendalam.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir yang memuat kesimpulan sekaligus jawaban dan pokok masalah yang diangkat dalam penelitian dan ditutup

dengan saran-saran yang diajukan kepada para peneliti yang berkepentingan dalam perkembangan perbankan syariah.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah produk, harga, promosi, lokasi, kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri KK Bandar Sribhawono Lampung. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel produk tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri KK Bandar Sribhawono Lampung. Hal ini ditunjukkan dengan t hitung sebesar $(-0,771)$ yang mana lebih kecil dari t tabel $(1,661)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,443$ yang mana lebih besar dari $0,05$. Hal ini menunjukkan jika produk yang diberikan kurang berkualitas dan inovatif maka akan mengurangi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri, sebaliknya apabila produk yang ditawarkan lebih berkualitas dan inovatif tentu akan menambah atau mempengaruhi nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri.
2. Variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri KK Bandar Sribhawono Lampung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $(1,390)$ yang mana lebih kecil dari t tabel sebesar $(1,661)$ dan nilai signifikan $0,168 > 0,05$. Hal ini menunjukkan jika harga yang ditawarkan oleh pihak

bank kurang terjangkau sehingga tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri. Sebaliknya, jika harga yang ditawarkan terjangkau sesuai dengan daya beli masyarakat maka akan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri.

3. Variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri KK Bandar Sribhawono Lampung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $(-1,208)$ yang mana lebih kecil dari t tabel sebesar $(1,661)$ dan nilai signifikan sebesar $0,230 > 0,05$. Hal ini menunjukkan jika promosi yang dilakukan oleh pihak bank masih terbilang sempit sehingga tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri. Sebaliknya, jika promosi yang dilakukan pihak bank meningkat dan dengan menggunakan berbagai media promosi maka akan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri.
4. Variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri KK Bandar Sribhawono Lampung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $(0,795)$ yang mana lebih kecil dari t tabel sebesar $(1,661)$ dan nilai signifikan $0,429 > 0,05$. Hal ini menunjukkan jika lokasi yang kurang strategis tentu dapat mengurangi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri. Sebaliknya, jika lokasi perusahaan terletak di lokasi yang

strategis maka akan menambah dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih Bank Syariah Mandiri.

5. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri KK Bandar Sribhawono Lampung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar (1,995) yang mana lebih besar dari t tabel sebesar (1,661) dan nilai signifikan $0,049 < 0,05$. Hal ini menunjukkan jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank sangat baik dan memberi kepuasan bagi nasabah sesuai dengan ekspektasi nasabah sehingga mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang ditawarkan atau diberikan tidak sesuai dengan ekspektasi nasabah maka akan mengurangi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri.
6. Variabel religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri KK Bandar Sribhawono Lampung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar (5,414) yang mana lebih besar dari t tabel sebesar (1,661) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan jika tingkat religiusitas nasabah tinggi atau meningkat maka keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri akan meningkat, namun jika tingkat religiusitas nasabah menurun atau kurang maka keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri akan menurun.

B. Keterbatasan

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Peneliti hanya meneliti keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri KK Bandar Sribhawono Lampung.
2. Periode waktu penelitian yang masih terbatas, yaitu dari 24 Juli 2019 – 29 Agustus 2019, terikat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri KK Bandar Sribhawono Lampung.
3. Variabel yang digunakan peneliti hanya variabel *Marketing Mix* 4P (produk, harga, promosi, lokasi) serta kualitas pelayanan dan religiusitas. Masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri.

C. Implikasi

Pada penelitian ini terdapat implikasi secara teoritis yang ditemukan, yaitu variabel kualitas pelayanan dan religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Sedangkan variabel produk, harga, promosi, dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Penelitian ini cukup berbeda dengan hipotesis yang telah dirumuskan.

Implikasi kebijakan dalam penelitian ini adalah Bank Syariah Mandiri KK Bandar Sribhawono Lampung harus terus memperbaiki kualitas perusahaan terutama pada dimensi *Marketing Mix*, dimana dalam *Marketing Mix* ini Bank Syariah Mandiri KK Bandar Sribhawono Lampung harus mampu

menjalankan kegiatan usahanya dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan induk. Dengan demikian calon nasabah atau nasabah lama akan merasa puas karena tingkat kualitas yang diberikan pihak bank sesuai dengan harapan nasabah sehingga memunculkan kepercayaan nasabah kepada pihak bank.

D. Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan tema yang sama diharapkan dapat melakukan penyempurnaan dengan melakukan penelitian dengan lingkup penelitian yang lebih besar.
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan variabel-variabel lain di luar variabel yang telah diteliti, sehingga hasil dari penelitian selanjutnya lebih maksimal.
3. Bagi pihak Bank Syariah Mandiri KK Bandar Srihawono Lampung diharapkan mampu meningkatkan kualitas serta inovasi terhadap produk, harga, promosi, dan lokasi untuk menarik nasabah dan calon nasabah yang lebih banyak lagi sehingga perusahaan makin terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Abhimantra, Ananggadipa, dkk. 2013. *Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah*. Bandung. Proceeding PESAT. Vol. 5.
- Alghifari, 2000. *Analisis Regresi: Teori, Kasus, dan solusi Edisi 2*. Yogyakarta: BPFPE.
- Alma, Buchari. 2006. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Ar-rifa'i, Muhammad Nasib. 1999. *Kemudahan dari Allah; Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*. Jakarta: Gema Insani.
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Astuti, Tri, dan Indah Mustikawati. 2013. *Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah*. Jurnal Nominal. Vol. II No. I.
- Bisri, dan Herlin Widasiswi. 2018. *Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Jasa terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Cinere)*. Jurnal Moneter Vol. V, No. 1.
- Boyd, Harper W., Orville C. Walker, dan Jean-Claude Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran; Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Ciptono, Fandy. 2009. *Service Marketing; Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Darajat, Zakiyah. 1970. *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Daulay, Raihanah. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan*. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis. Vol. 123 No. 1.
- Desiana, Dewi Susilowati, dan Nегina Kencono Putri. 2018. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah di Kota Tasikmalaya*. Jurnal Ilmu Akuntansi. Vol. 11 No. 1.

- Faisal. 2016. *Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam)*. Skripsi UMY.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 17*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gulo, W. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Herawan, Asep. 2005. *Penelitian Bisnis: Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Hidayat, Yayat Rahmat. 2017. *Analisis Pencapaian Tujuan Bank Syariah Sesuai UU No 21 Tahun 2008*. Amwaluna, Vol. 1 No. 1.
<http://www.brisyariah.co.id>
- Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Indrianto, Nur, dan Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPF.
- Irsyad, Husein Muh. 2016. *Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa FIAI dalam Memilih Layanan Bank Syariah*. Skripsi UII.
- Kotler, Philip. 1999. *Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstorng. 2013. *Prinsip Prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Rambat. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manan, Muhammad Abdul. 1997. *Teori dan Praktik Ekonomi Islam, Dasa Dasar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa.

- Mardika, Nanda Harry dan Raymond. 2018. *Analisis Persepsi Masyarakat dalam Memilih Bank Syariah di Kota Batam*. SNITEK.
- Maski, Ghozali. 2010. *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang*. *Journal of Indonesian Applied Economics*. Vol. 4. No. 1.
- Nasional.tempo.co.id
- Noor, Maladi. 2017. *Pengaruh Faktor Eksternal terhadap Keputusan Nasabah Non Muslim Menggunakan Jasa Pembiayaan Bank Syariah di Kota Pontianak*. *Jurnal of Islamic Studies*..
- Prasetijo, Ristiyanti, dan John Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Priyatno, Duwi. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: ANDI.
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam, Alih Bahasa oleh Dahlia Husain*. Jakarta: Insani Press.
- Rafikah, dkk. 2019. *Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh*. *Jurnal Economica Didactica*. Vol. 1. No. 1.
- Republika.co.id
- Riyono, dan Budiharja, Gigih Erlik. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati*. *Jurnal STIE Semarang*. Vol. 8. No. 2.
- Rozalinda. 2014. *Ekonomi Islam; Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Sa'adah, Nailus. 2010. *Analisis terhadap Alaam Masyarakat Menjadi Nasabah BNI Syariah Ditinjau dari Persektif Marketing Mix*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sarwono, Jonathan. 2015. *Rumus Rumus Populer dalam SPSS 22 untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: Andi.
- Sekaran, Ummu. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba.
- Siregar, Budi Gautama. 2016. *Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah di PT Bank Sumut*

- Cabang Padangsidimpuan*. Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman. Vol. 02 No. 2.
- Subagyo, Wawan Hari dan Urwatul Wutsqo. 2018. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cibinong)*. Economicus, Vol. 9 No. 1.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Refika Aditama.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suharso, Puguh. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis; Pendekatan Filosofi dan Praktis*. Jakarta: Indeks.
- Sujarweni, V. Wiratna, dan Poly Endrayanto. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran; Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta: CPAS.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner, dan Analisis Data; untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, Banu. 2012. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. 2000. *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Tasruddin, Ramsiah. 2015. *Strategi Promosi Periklanan yang Efektif*. Jurnal Al-Kitab. Vol.II. No. 1.
- Utomo, Toni Prasetuo. 2014. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Malang)*. Jurnal Ilmiah.
- Wahab, Sulaiman. 2013. *Markeing Mix dan Religi terhadap Minat Masyarakat*. Jurnal Manajemen dan Akuntansi. Vol. 2. No. 2.
- Wahjono, Sentot Imam. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wibowo, Agung Edy. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.

Zuhirsyan, Muhammad, dan Nurlinda. 2018. *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah*. Al-Amwal. Vol. 10 No. 1

