

**PENGARUH PRODUK, CITRA PERUSAHAAN DAN
LINGKUNGAN TERHADAP MINAT MEMBUKA
REKENING BANK SYARIAH INDONESIA SECARA
ONLINE DENGAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH
SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Kebumen)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata 1**

OLEH :

**FITRIA NINGSIH
NIM : 17108020124**

**PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**

**PENGARUH PRODUK, CITRA PERUSAHAAN DAN
LINGKUNGAN TERHADAP MINAT MEMBUKA
REKENING BANK SYARIAH INDONESIA SECARA
ONLINE DENGAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH
SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Kebumen)**



**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata 1**

OLEH :

FITRIA NINGSIH

NIM : 17108020124

Dosen Pembimbing Skripsi:

Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.

NIP : 19730702 2002121003

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

2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



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-220/Un.02/DEB/PP.00.9/01/2023

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH PRODUK, CITRA PERUSAHAAN DAN LINGKUNGAN TERHADAP MINAT MEMBUKA REKENING BANK SYARIAH INDONESIA SECARA ONLINE DENGAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL MODERASI(STUDI KASUS MASYARAKAT KABUPATEN KEBUMEN)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FITRIA NINGSIH
Nomor Induk Mahasiswa : 17108020124
Telah diujikan pada : Selasa, 17 Januari 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 63d7231e5fa19



Penguji I
Dr. Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I.
SIGNED

Valid ID: 63e7a301dde8



Penguji II
Farid Hidayat, S.H., M.S.I.
SIGNED

Valid ID: 63d4891a486a7



Yogyakarta, 17 Januari 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 63d72b52b7853

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Sdr. Fitria Ningsih

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Fitria Ningsih

NIM : 17108020124

Judul Skripsi : "Pengaruh Produk, Citra Perusahaan dan Lingkungan terhadap Minat Membuka Rekening Bank Syariah Indonesia secara *online* dengan *Electronic Word of Mouth* sebagai variabel *moderating* (Studi pada Masyarakat Kabupaten Kebumen)

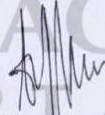
Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 21 Desember 2022

Pembimbing



Dr. Joko Setyono, S.E., M.Si.

NIP. 19730702 200212 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fitria Ningsih

NIM : 17108020124

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Produk, Citra Perusahaan dan Lingkungan terhadap Minat Membuka Rekening Bank Syariah Indonesia secara online dengan *Electronic Word of Mouth* sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Kebumen)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi maupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya pelanggaran dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat agar dapat dimaklumi dan digunakan sebagaimana mestinya.

Kebumen, 24 Desember 2022

Penulis



Fitria Ningsih

NIM. 17108020124

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitria Ningsih
NIM : 17108020124
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Produk, Citra Perusahaan dan Lingkungan terhadap Minat Membuka Rekening Bank Syariah Indonesia secara *online* dengan *Electronic Word of Mouth* sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Kebumen)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Kebumen

Pada tanggal 25 Desember 2022

Yang Menyatakan



(Fitria Ningsih)

HALAMAN MOTTO

Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

(QS Al Insyirah : 5)

Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah Bersama orang-orang yang sabar.

(QS Al Anfaal : 46)

Kesuksesan seseorang berbanding lurus dengan kemauan untuk belajar, bangkit dan terus mencoba. Tetaplah melangkah meskipun perlahan. Dan jangan menyerah sebelum sampai garis finis!

Tetaplah menjadi baik sesuai versimu.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya kecil dan sederhana ini, saya persembahkan untuk untuk keluarga saya terkhusus kedua orang tua dan kakak saya yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi kepada saya baik secara moril maupun materiil dalam berbagai kondisi hingga terselesaikannya tugas akhir ini. Terkhusus untuk Bapak saya Alip dan Ibu Painem selaku orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, do'a yang tidak pernah ada putusnya, dan yang selalu memfasilitasi semua kebutuhan saya sampai saat ini, serta cinta kasih yang tiada tara dan tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembat kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan ini. Terima kasih atas segala pengorbanan yang telah diberikan, dan selalu berusaha menjadi orang tua yang terbaik untuk saya bu, pak. Terimakasih atas segalanya, tanpa itu semua saya bukanlah apa-apa Semoga Allah selalu memberikan yag terbaik untuk kalian, dan selalu dalam lindungan Allah SWT.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
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	KETERANGAN
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	Ḍ	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
س*	Syin	Sy	Es dan Ye

ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa'	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta'Marbuttah*

Semua *Tā' marbūṭāh* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal maupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “*al*”) ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata dalam Bahasa Arab yang sudah terserap dalam Bahasa Indonesia seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عَلَّة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-aulyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

---- َ ---	<i>Faṭḥah</i>	Ditulis	<i>A</i>
---- ِ ---	<i>Kasrah</i>	Ditulis	<i>i</i>
--- ُ ---	<i>Ḍammah</i>	Ditulis	<i>u</i>
فَعَلَ	<i>Faṭḥah</i>	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	<i>zūkira</i>
يَذْهَبُ	<i>Ḍammah</i>	Ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. Faṭḥah + alif	Ditulis	<i>ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. Faṭḥah + yā' mati	Ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَّى	Ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	Ditulis	<i>ī</i>
كريم	Ditulis	<i>karīm</i>

4. Ḍammah + wāwumati	Ditulis	<i>ū</i>
فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. Faṭḥah + yā' mati	Ditulis	<i>ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
2. Ḍammah + wāwumati	Ditulis	<i>au</i>
قول	Ditulis	<i>qaul</i>

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

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
إِنَّ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif – Lam

1. Bila diikuti oleh huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “*al*”.

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

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

السَّمَاء	Ditulis	<i>As-Sama'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

I. Penyusunan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنّة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Ala Kulli Hal, puji syukur selalu terpanjatkan kepada Allah *Subhanahu wa ta'ala* yang samapi saat ini masih memberikan nikmat serta kasih sayang kepada penulis sehingga penulis masih diberi nikmat sehat dan selamat untuk menyelesaikan tugas akhir(skripsi) ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda kita Nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi wasallam* yang mana telah membawakan pedoman hidup bagi kita yang penuh berkah dan keselamatan. Tentunya penulisan tugas akhir skripsi ini belum bisa dikatakan sempurna. Keterbatasan dalam penulisan, informasi serta hasil tugas akhir ini masih ada. Tetapi, penulis sangat bersyukur dapat menyelesaikan tugas akhir ini dan berharap beberapa keterbatasan tersebut bisa menjadi bahan penelitian lagi untuk orang lain dengan dengan tema yang sama ataupun berbeda dengan penelitian tugas akhir skripsi ini.

Dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tentunya banyak pihak yang memberi dukungan baik dukungan materiil maupun dukungan moril. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang ikut serta dalam penyusunan tugas akhir ini, terkhusus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin, MA. selaku rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta;
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M. selaku kepala Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. Bapak Joko Setyono S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, perbaikan dengan penuh kesabaran serta memberi dukungan dari awal proses skripsi sampai tahap akhir skripsi.
5. Bapak Jauhar Faradis S.H.I, M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu mengarahkan, membimbing penulis selama

menempuh pendidikan, meluangkan waktu, dan memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

6. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh staff dan karyawan Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
7. Ibu Painem dan Bapak Alip, selaku orang tua terbaik dan motivator terhebat bagi saya serta kakak perempuan saya Turasih., S.Pd yang selalu mendukung lahir dan batin, dari awal perjalanan saya kuliah sampai skripsi ini terselesaikan;
8. Ibu Sakem dan Keluarga, selaku orang tua kedua yang selalu memberi dukungan moril maupun materiil;
9. Saudara Nendiyanto yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis untuk selalu menyelesaikan skripsi ini
10. Sahabat-sahabatku tersayang dan keluarga kedua terbaik selama di Jogja Reni Puji Astuti, Irma Nur Fajarini, Alfianti Rozika Sari, Anita Wika Rizkia.
11. Sahabat-sahabatku tersayang di bangku sekolah, Rizki Amaliyah, Diana Wahyu Setyowati, Purwanti Sundariyanti.
12. Teman sekaligus keluarga yaitu Diana Wahyu Setyowati, Purwantri Sundariyanti, Nurul Azizah, Ultufina, Esti, Vica, Mia yang sudah selalu memberikan support, doa, dan dukungannya bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat-sahabat KKN Desa Miritpetikusan Isnaini Sya'bana, Umi Kulsum, Nilam Fadmaulida, Mb Ulfa, Mb Rumini, Paketu Sigit, Umar, Nurhamid, dan Faiq.
14. Seluruh Keluarga ForSEBI (Forum Studi Ekonomi dan Bisnis Islam)
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengalaman selama berorganisasi di kampus.
15. Seluruh pengurus Departemen Social n Entrepreneur ForSEBI masa kepengurusan
2019/2020.
16. Seluruh teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2017 dan Squad Kelas D serta teman-teman yang tidak bisa saya sebut satu persatu yang menemani dan tak henti-hentinya saling menyemangati dan semua pihak yang telah membantu serta banyak memberi masukan.

17. Pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan tugas akhir ini dan Masyarakat Kabupaten Kebumen selaku responden dalam penelitian ini.

Semoga Allah *Subhanahu wa ta'ala* senantiasa memberi balasan kebaikan dan berkah atas segala bantuan yang telah diberikan. Besar harapan penulis agar skripsi ini mampu memberi manfaat bagi berbagai pihak, aamiin.

Kebumen, 19 Desember 2022

Hormat Saya,



Fitria Ningsih
NIM. 17108020124



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
ABSTRACT	xxiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II	11
LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori	11
1. Perilaku Konsumen.....	11
2. Produk.....	17
3. Citra Perusahaan	24
4. Electronic Word of Mouth (e-WOM).....	27

5. Minat.....	30
6. Pengertian Rekening Online	33
B. Literatur Review	33
C. Pengembangan Hipotesis.....	45
D. Kerangka Pemikiran	51
BAB III.....	52
METODE PENELITIAN	52
A. Jenis dan Sumber Data Penelitian	52
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	53
C. Pengukuran variabel	55
D. Alat analisis/Model pengujian hipotesis.....	60
BAB IV.....	64
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Hasil Kesimpulan Data.....	64
B. Karakteristik Responden.....	64
C. Uji Instrumen Data	68
1. Uji Outer Model.....	68
2. Uji Inner Model	77
D. Pembahasan	80
BAB V PENUTUP	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Keterbatasan Penelitian	93
C. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Literatur Review.....	34
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert	55
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	66
Tabel 4.2 Nilai Outer Loading	71
Tabel 4.3 Nilai Average Variance Extracted(AVE).....	74
Tabel 4.4 Fornell Larcker-Criterion	74
Tabel 4.5 Nilai Cross Loading	75
Tabel 4.6 Nilai Composite Reliability.....	78
Tabel 4.7 Nilai R Square	81
Tabel 4.8 Hasil Uji Hipotesis	82
Tabel 4.9 Detail Jawaban Kuisisioner Variabel Produk	87
Tabel 4.10 Detail Jawaban Kuisisioner Variabel Citra Perusahaan.....	89
Tabel 4.11 Detail Jawaban Kuisisioner Variabel Lingkungan.....	94
Tabel 4.12 Detail Jawaban Kuisisioner Variabel <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i>	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) Tahun 2016-2020.....	2
Gambar 1.2 Persentase Dana Pihak Ketiga (DPK) pada setiap Produk.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	53
Gambar 4.1 Outer Model	71
Gambar 4.2 Inner Model	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	96
Lampiran 2 Deskripsi Responden Penelitian.....	100
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden	101
Lampiran 4 Hasil Pengujian Outer Model.....	107
Lampiran 5 Hasil Pengujian Inner Model	108
Lampiran 6 Nilai Factor Loading	109
Lampiran 7 Nilai Fornell-Larcker	110
Lampiran 8 Nilai Alpha, AVE, dan Composite Reliability.....	110
Lampiran 9 Nilai R square.....	110
Lampiran 10 Path Coefficient.....	111
Lampiran 11 Curriculum Vitae	112



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, citra perusahaan, dan lingkungan terhadap minat membuka rekening bank Syariah Indonesia secara *online* dengan *ielectronic word of mouth* sebagai *variabel moderating* pada masyarakat Kabupaten Kebumen. Populasi penelitian merupakan seluruh masyarakat Kabupaten Kebumen yang belum memiliki rekening Bank Syariah Indonesia. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling* dengan kriteria (1) masyarakat Kabupaten Kebumen yang belum mempunyai rekening BSI, dan (2) berusia lebih dari 17 tahun sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan PLS dengan program SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membuka rekening BSI secara online. (2) Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membuka rekening BSI secara online. (3) Lingkungan tidak berpengaruh terhadap minat membuka rekening BSI secara online. (4) *Electronic Word of Mouth* tidak memoderasi hubungan produk minat membuka rekening Bank Syariah Indonesia secara online. (5) *Electronic Word of Mouth* tidak memoderasi hubungan citra perusahaan terhadap minat membuka rekening Bank Syariah Indonesia secara online. (6) *Electronic Word of Mouth* tidak memoderasi hubungan lingkungan terhadap minat membuka rekening Bank Syariah Indonesia secara online.

Kata Kunci: Produk, Citra Perusahaan, Lingkungan, *Electronic Word of Mouth*, Minat

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of product, corporate image, and environment on the intention of people to open an Bank Syariah Indonesia online account in Kebumen Regency, using Electronic Word of Mouth as a moderating variable. The population in this study is all the people of Kebumen Regency who have not an Bank Syariah Indonesia account. Samples were taken using accidental sampling technique with the following criteria: (1) the people of Kebumen Regency who have not a BSI account, and (2) those aged more than 17 years, as many as 100 respondents. All data were processed and analyzed using SmartPLS 3.0. The results showed that : (1) Products has a positive and significant effect on the intention to open a BSI account online. (2) The corporate image has a positive and significant effect on the intention to open a BSI account online. (3) The environment has no effect on the intention to open a BSI account online. (4) Electronic Word of Mouth has no influence on product relations regarding the interest in opening Bank Syariah Indonesia accounts online. (5) Electronic Word of Mouth has no influence on corporate image relations regarding the interest in opening Bank Syariah Indonesia accounts online. (6) Electronic word of mouth has no influence on environmental relations regarding the interest in opening Bank Syariah Indonesia online account.

Keywords: Product, Corporate Image, Environment, Electronic Word of Mouth, Interest

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan merupakan salah satu dari banyak lembaga keuangan yang mempunyai fungsi utama menyimpan dana dan menyalurkan dana dari nasabah. . Ascarya (2007) mengatakan definisi bank dalam islam atau bank syariah merupakan salah satu jenis lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah dalam menjalankan usahanya. Menurut Kasmir (2012), bank adalah sebuah lembaga keuangan yang fungsi utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat umum, menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat, dan menyediakan layanan perbankan tambahan.

Di Indonesia sendiri ada dua sistem yang diterapkan oleh perbankan yakni perbankan konvensional dan perbankan syariah. Perbankan syariah mulai muncul tahun 1991 yakni pada 1 November 1991 dengan ditandai berdirinya Bank Muamalat Indonesia. Dari data yang dirilis Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pangsa pasar bank syariah di Indonesia yang masih berada di angka 5,95 persen hingga tahun 2019, menjamurnya bank syariah tidak serta merta menjadikan mereka *market leader*.

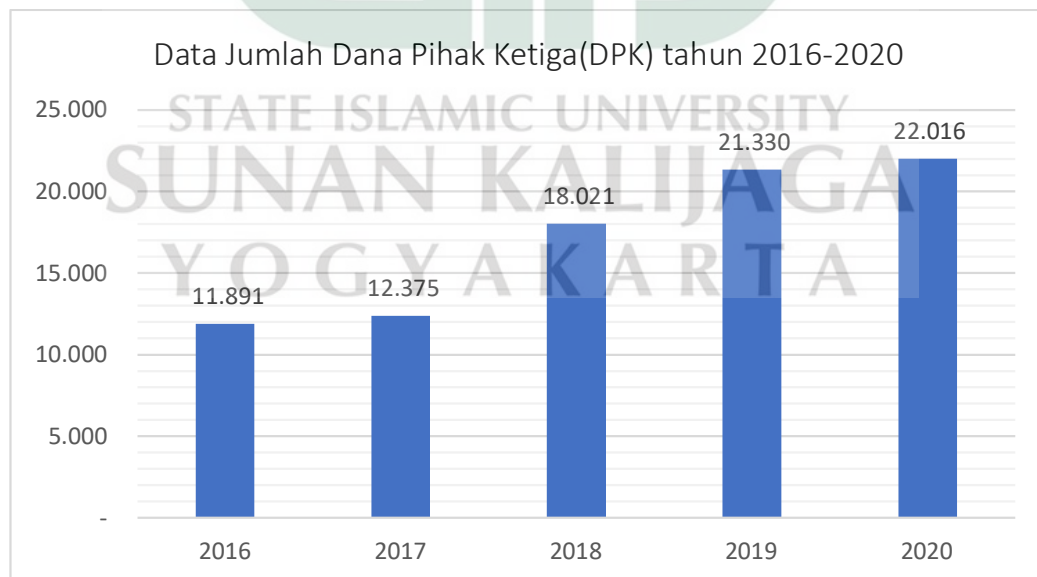
Keberadaan bank konvensional yang lebih dulu daripada bank syariah menyebabkan masyarakat terbiasa dengan layanan bank konvensional. Seperti halnya dalam penggunaan *mobile banking*. Bank konvensional telah merilis terlebih dahulu pembukaan rekening online melalui *mobile banking*. Dalam pembukaan rekening secara online bank konvensional lebih unggul dibanding bank syariah. mereka menawarkan kemudahan bertransaksi secara langsung melalui *mobile banking* setelah aktivasi.

Pembukaan rekening online oleh bank syariah diawali oleh Bank Syariah Mandiri yang kini telah merger menjadi Bank Syariah Indonesia bersama Bank BRI Syariah dan BNI Syariah. Dimana bank pendukung utama yaitu BRI Syariah. Dengan adanya pembukaan rekening online ini diharapkan dapat meningkatkan minat seseorang untuk menjadi nasabah Dana Pihak Ketiga di Bank Syariah Indonesia.

Bank Syariah Indonesia tersebar luas di seluruh Indonesia termasuk di Kabupaten Kebumen tepatnya di Provinsi Jawa Tengah ada beberapa yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Kebumen dan Gombang. Dalam penelitian Azhar(2021), Hari Santoso yang merupakan pimpinan cabang pembantu mengungkapkan bahwa sejak berdiri hingga tahun 2020, BRI Syariah KCP Kebumen yang kini menjadi Bank Syariah Indonesia memiliki catatan yang baik, meskipun terjadi peningkatan yang signifikan dari tahun 2018 ke tahun 2021. Sebagaimana data dana pihak ketiga selama lima tahun terakhir sejak 2016 sampai 2020 mengalami kenaikan signifikan seperti berikut:

Gambar 1.1

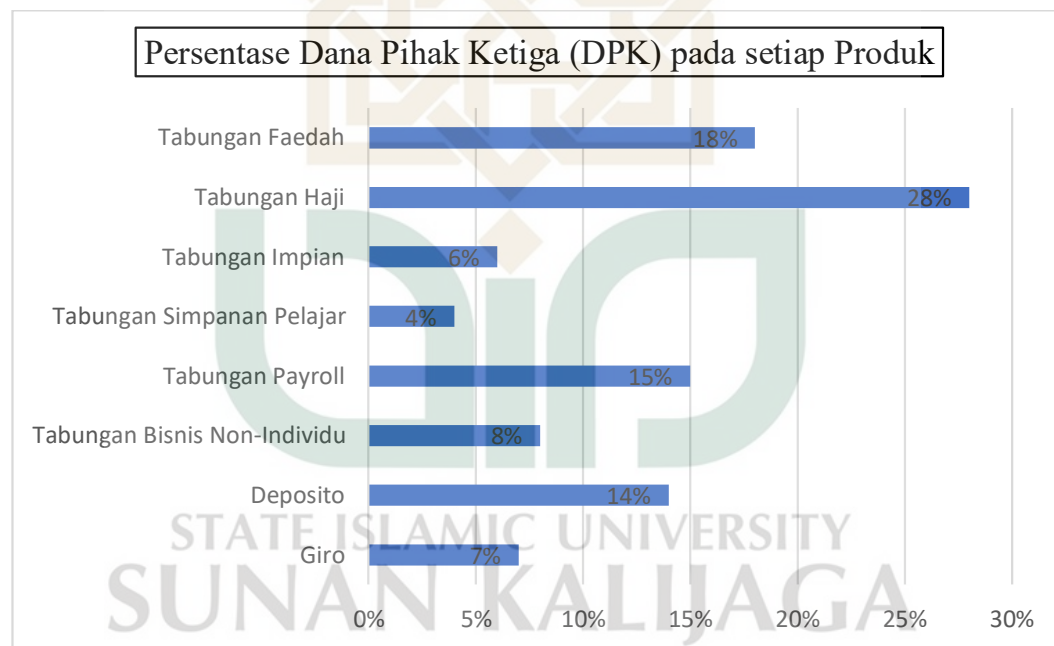
Data Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) tahun 2016-2020



Sumber : Data Dana Pihak Ketiga (DPK) Bank BRI Syariah KCP Kebumen

Dari data di atas, dapat kita lihat bahwa terhitung lima tahun sejak 2016 Dana Pihak Ketiga mengalami kenaikan, terkhusus sejak 2018 kenaikannya signifikan dari jumlah DPK 12.375 pada tahun 2017 kemudian naik menjadi 18.021 pada tahun 2018. Kenaikan jumlah DPK ini tidak lain hasil kerja keras karyawan dalam memasarkan produknya ke berbagai lapisan masyarakat di Kabupaten Kebumen. Selain itu, Ibu Nurahni Febrianti selaku Pengawas Operasional Cabang (BOS) menambahkan persentase Dana Pihak Ketiga (DPK) ke setiap produk adalah sebagai berikut:

Gambar 1.2



Sumber : Azhar Tahun 2021

Dengan jumlah DPK 22.016 pada tahun 2020 dari total penduduk Kabupaten Kebumen yaitu 1.350.438 jiwa yang didapat dari website badan pusat statistik Kabupaten Kebumen, hal ini menunjukkan bahwa hanya 1,6% penduduk Kabupaten Kebumen yang menjadi DPK Bank Syariah Indonesia KCP Kebumen. Hal ini bisa menjadi peluang besar bagi Bank Syariah

Indonesia untuk menarik nasabah untuk bertransaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Kebumen. Serta dengan hanya ada 2 bank syariah milik BUMN di kota Kebumen, berpotensi untuk menarik minat masyarakat Kabupaten Kebumen untuk bertransaksi di bank syariah milik negara. Beberapa alasan ini yang membuat peneliti ingin meneliti lebih jauh tentang Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kebumen.

Walaupun beberapa bank syariah sudah merger menjadi satu, kompetitor bank syariah Indonesia tetaplah ada baik dari bank syariah lain, fintech syariah dan lain sebagainya. Oleh karena itu diperlukan strategi yang handal dalam menarik minat nasabah untuk membuka rekening di bank syariah Indonesia. Umumnya seorang nasabah yang menyimpan dananya di suatu bank karena bank tersebut memberikan keamanan, keuntungan dan kemudahan. Keputusan nasabah dalam memilih bank untuk menyimpan uangnya dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah faktor produk. Pemilihan produk pada bank syariah bergantung pada tujuan pengelolaan dana dari nasabah. Seperti dalam penelitian Dinaratu dan Muttaqin (2017) mengatakan bahwa ada pengaruh positif pada persepsi mahasiswa Ekonomi Islam tentang kualitas produk bank syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. hal ini berarti bahwa produk di bank syariah tidak kalah dengan produk-produk yang ada di bank konvensional.

Selain produk, ada faktor lain yang menjadi pertimbangan dalam membuka rekening di bank syariah yaitu citra perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2008) Citra merupakan seperangkat keyakinan ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Sebelum memilih produk yang ada dalam suatu bank, nasabah akan melihat citra dari bank terlebih dahulu. Citra merupakan gambaran dari suatu perusahaan dan produk-produk didalamnya. Citra bank dapat terbentuk dari pelayanan, fasilitas,

produk yang ditawarkan, dan reputasi bank tersebut. Tidak menutup kemungkinan bahwa citra bank dapat meningkatkan atau menurunkan minat seseorang untuk membuka rekening di suatu bank. Citra bank yang baik dapat meningkatkan minat seseorang untuk membuka rekening di bank syariah. Namun apabila suatu bank mempunyai citra buruk maka ada kemungkinan konsumen tidak tertarik menggunakan jasa ataupun membeli produk bank tersebut.

Faktor lain yang menjadi pertimbangan seseorang untuk membuka rekening di bank syariah yaitu faktor lingkungan. Secara teori lingkungan sangat berpengaruh dalam menentukan pilihan seorang individu. Lingkungan disini berarti lingkungan di sekitar seseorang tersebut yaitu keluarga, teman, kerabat, saudara. Lingkungan tersebut akan memengaruhi seseorang dalam menentukan pilihan ketika seseorang tersebut akan membuka rekening di bank syariah. Menurut Ajzen's Theory of Planned Behavior (2006), keyakinan yang mendasari norma subjektif dikenal sebagai keyakinan normatif atau faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku seseorang. Variabel lingkungan dalam penelitian ini adalah kepercayaan normatif. Faktor lingkungan disini merupakan faktor dari luar yang mempengaruhi tindakan seseorang dalam menentukan keputusan. Minat seseorang untuk membuka rekening di bank syariah akan meningkat jika lingkungan sekitarnya positif dan mendukung.

Selain faktor lingkungan, faktor lain yang menjadi pertimbangan seseorang untuk membuka rekening di suatu bank adalah *Electronic Word of Mouth (e-WOM)*. Menurut Henning-Thurau, Gwinner, Walsh, dan Gremler (2004), "e-WOM" didefinisikan sebagai "pernyataan positif atau negatif yang ditulis oleh pelanggan tentang gambaran atau keadaan sebenarnya, keunggulan suatu produk atau perusahaan," dan "e-WOM"

diberikan kepada sesama konsumen dan institusi melalui internet. Di tengah maraknya penggunaan internet saat ini e-WOM merupakan salah satu strategi tepat dalam pemasaran suatu produk. Pernyataan positif tentang suatu bank yang diungkapkan oleh seorang nasabah di situs yang terhubung internet dapat menguntungkan perusahaan yaitu dapat menarik minat seseorang untuk menggunakan bank syariah. Strategi dari ke mulut ke mulut dianggap sangat efektif dibandingkan dengan iklan atau pamflet pada masa kini. Yang mana kita tahu bahwa strategi ini gratis dibuat oleh nasabah sendiri yang membantu calon nasabah dalam menentukan pilihan dan membantu perusahaan dalam menumbuhkan minat seseorang untuk membuka rekening bank syariah. Dalam penelitian ini *Electronic Word of Mouth*(e-WOM) berperan sebagai variabel moderasi. Variabel moderasi menurut Ghozali(2013) yaitu variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau melemah) hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sehingga nantinya variabel ini akan memperkuat ataupun memperlemah variabel dependen seperti produk, citra perusahaan dan lingkungan terhadap minat membuka rekening BSI secara online.

Membuka rekening secara online merupakan pilihan yang tepat untuk seseorang yang ingin membuka rekening di bank syariah. Saat ini bank syariah Indonesia tidak kalah dengan bank lainnya dalam hal teknologi. Adapun proses pembukaannya cukup mudah yakni cukup dengan mengunduh aplikasi *mobile banking* BSI dan menyiapkan KTP. Keunggulan dari pembukaan rekening online ini yaitu lebih simpel, mudah dan efisien tanpa harus pergi ke bank. Keamanan data dari nasabah juga dirahasiakan. Namun ada beberapa kekurangan dari pembukaan rekening online ini yaitu belum bisa melayani perubahan alamat domisili di BSI Mobile. Untuk perubahan alamat domisili, nasabah dapat mengunjungi

Cabang BSI terdekat. Ketidaklengkapan dan ketidaksesuaian alamat dapat menyebabkan kartu akan gagal terkirim oleh kurir. Untuk tujuan dari pembukaan rekening di bank syariah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang dikemas dalam produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah. Selain pemilihan produk, citra perusahaan, lingkungan dan *e-WOM* juga berpengaruh dalam mempertimbangkan pembukaan rekening di bank syariah secara online.

Dengan memperhatikan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti beberapa variabel yang dianggap mempengaruhi minat masyarakat untuk membuka rekening bank syariah secara online yakni produk, citra perusahaan dan lingkungan serta *Electronic Word of Mouth* sebagai variabel moderasi. Dalam penelitian ini penulis tertarik melakukan studi kasus pada masyarakat Kabupaten Kebumen, didasari atas pertimbangan bahwa mayoritas penduduk di Kabupaten Kebumen adalah muslim. Berdasarkan latar belakang diatas , penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Produk, Citra Perusahaan Dan Lingkungan Terhadap Minat Membuka Rekening Bank Syariah Indonesia Secara Online Dengan Electronic Word Of Mouth Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Kebumen)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah produk berpengaruh terhadap minat membuka rekening BSI secara online?

2. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap minat membuka rekening BSI secara online?
3. Apakah lingkungan berpengaruh terhadap minat membuka rekening BSI secara online?
4. Apakah *electronic word of mouth* mempengaruhi hubungan antara produk terhadap minat membuka rekening BSI secara online?
5. Apakah *electronic word of mouth* mempengaruhi hubungan antara citra perusahaan terhadap minat membuka rekening BSI secara online?
6. Apakah *electronic word of mouth* mempengaruhi hubungan antara lingkungan terhadap minat membuka rekening BSI secara online?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan tersebut di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh produk dengan minat membuka rekening BSI secara online.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan dengan minat membuka rekening BSI secara online.
3. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan dengan minat membuka rekening BSI secara online.
4. Untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap hubungan antara produk dengan minat membuka rekening BSI secara online.

5. Untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap hubungan antara citra perusahaan dengan minat membuka rekening BSI secara online.
6. Untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap hubungan antara lingkungan dengan minat membuka rekening BSI secara online.

Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini akan memudahkan peneliti untuk memahami bagaimana menganalisis dan menyelesaikan masalah di sektor perbankan syariah. Serta menambah pengetahuan dari peneliti tentang pengaruh produk, citra perusahaan dan lingkungan terhadap minat membuka rekening Bank Syariah Indonesia secara online dengan *electronic word of mouth* sebagai variabel moderating.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh produk, citra perusahaan, dan lingkungan terhadap minat membuka rekening bank Syariah secara online dengan *electronic word of mouth* sebagai variabel moderating.

3. Bagi Bank

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan serta bahan pertimbangan industry perbankan Syariah dalam memilih langkah yang tepat dalam mengembangkan produk dan membuat citra perusahaan yang baik di lingkungan masyarakat

dalam menarik minat masyarakat untuk membuka rekening secara online.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, diharapkan temuan penelitian ini akan memberikan literatur dan informasi tambahan kepada individu yang membutuhkan.

D. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini berisi landasan teori, telaah pustaka, hipotesis penelitian dan kerangka berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian dan metode-metode analisis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis data dan interpretasi sebagai pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, hasil analisis penelitian, dan saran bagi peneliti selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berikut kesimpulan yang dapat diambil dari pengolahan data hasil kuisisioner dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai pengaruh produk, citra perusahaan, dan lingkungan terhadap niat membuka rekening bank syariah Indonesia online dengan menggunakan electronic word of mouth sebagai variabel moderasi:

1. Variabel produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat membuka rekening Bank Syariah Indonesia secara online. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa P-value (0,048) lebih kecil dari 0,05 dan T-statistic (1,983) lebih besar dari (1,96).
2. Variabel citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat membuka rekening Bank Syariah Indonesia secara online. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa P-value (0,006) lebih rendah dari 0,05 dan T-statistic (2,775) lebih tinggi dari (1,96).
3. Variabel lingkungan tidak berpengaruh terhadap minat membuka rekening bank syariah Indonesia secara online. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa T-statistik(0,254) lebih kecil daripada (1,96) dan nilai P-value(0,800) lebih besar dibandingkan 0,05.
4. *Electronic Word of Mouth* tidak memoderasi hubungan produk minat membuka rekening Bank Syariah Indonesia secara online. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa P-value (0,737) lebih tinggi dari 0,05 dan T-statistic (0,336) lebih rendah dari (1,96).

5. *Electronic Word of Mouth* tidak memoderasi hubungan citra perusahaan minat membuka rekening Bank Syariah Indonesia secara online. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa P-value (0,832) lebih tinggi dari 0,05 dan T-statistic (0,212) lebih rendah dari (1,96).
6. *Electronic Word of Mouth* tidak memoderasi hubungan lingkungan minat membuka rekening Bank Syariah Indonesia secara online. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa P-value (0,372) lebih tinggi dari 0,05 dan T-statistic (0,893) lebih rendah dari (1,96).

B. Keterbatasan Penelitian

1. Literatur ataupun artikel yang digunakan dalam penelitian masih terbatas.
2. Pengolahan data dalam penelitian ini berdasarkan data jawaban responden hasil kuisisioner. Sehingga dapat menimbulkan persepsi yang berbeda dengan keadaan di lapangan.
3. Responden dalam penelitian rata-rata berumur 20-30, sehingga persebaran kuisisioner kurang merata.
4. Keterbatasan pada tenaga dan biaya peneliti sehingga hanya diambil 100 responden dalam penelitian.

C. Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya terkait dengan minat membuka rekening Bank Syariah Indonesia secara online diharapkan dapat mengembangkan penelitiannya dengan menambah variabel lain.
2. Penambahan sampel dalam penelitian dan pemerataan sampel dapat dilakukan sehingga dapat mendukung penelitian agar lebih baik.
3. Objek penelitian dapat diganti sesuai dengan latar belakang dari objek tersebut.

4. Dengan berpengaruhnya variabel lingkungan setelah dilakukan moderasi, hal ini menunjukkan bahwa lingkungan mempunyai pengaruh besar dalam menarik minat masyarakat untuk membuka tabungan Bank Syariah Indonesia secara online. Dengan demikian Bank Syariah Indonesia perlu merangkul lebih dekat dengan mensosialisasikan diri kepada masyarakat. Sehingga dapat meningkatkan literasi tentang Bank Syariah Indonesia dan menarik minat masyarakat untuk membuka tabungan secara online.
5. Bagi pihak Bank Syariah Indonesia diharapkan lebih gencar lagi dalam melakukan sosialisasi di berbagai daerah baik secara offline maupun online karena Bank Syariah Indonesia mempunyai peluang yang besar dalam menjaring nasabah dengan produk-produknya yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Adi Krismanto, "Analisi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah. Tesis, 2009.
- Ajzen, Icek &. 2006. *Constructing a Tpb Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations*.
- Al-arif, Nur Rianto. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Alma, Bukhari dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2014
- Antonio, Muhammad Syafi'I. (2009). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Ascarya. (2007). *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Banowati, Mia Mukhtiana dan Sholeh, Maimun. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menabung Di Bank Syariah*. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan 15(1).
- Dian Karunia Ratri, "Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Pada Pelayanan Jasa Facial Dengan Bahan Alami Di House Of Annisa Kota Tuban", e-Journal, Volume 04 Nomer 01 Tahun 2015, Edisi Yudisium Periode Februari 2015, h. 82.
- Dinaratu, Dian Azmi dan Muttaqin, Azhar. (2017). *Kualitas Produk, Pelayanan Dan Nilai Syariah Terhadap Persepsi Mahasiswa Ekonomi Islam Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah*. Jurnal Ekonomi Syariah : FALAH.
- Dendawijaya, Lukman. (2005). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Emzir. 2008. *Metodelogi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitstif*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analsis Mutivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Universitas Diponegoro. Semarang.

- Hendriyani, R., Chusna, Atmaja, & Itsna. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Irawan, Handi D. 2003. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Elex media Komputindo. Jakarta.
- Iman Mulyana Dwi Sumandi, Ebook, “Citra Perusahaan (Seri Manajemen Pemasaran).
- Ismail (2014). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, Prenada Media Group.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relation*. Jakarta : Erlangga h. 22.
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid I. Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi ke – 13 Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta. Mulyati, Yofina., Haryeni dan Masruri. (2018). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Destinasi Wisata Kota Bukittinggi*. Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas Volume 20 No 1.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid I, Edisi Milenium*. Jakarta.
- Laura Tjokrowibowo, “Analisis Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Rangka Membangun Minat Transaksi Ulang, Jurnal, Xii, No. 2, September 2013.
- Marlina, Lina dan Gina Rosdiana. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Tasikmalaya*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 7 No. 1.
- Morissan. 2015. *Metode Penelitian dan Survei*. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Nurul, Ichsan Hasan, MA. (2014). *Perbankan Syariah*, Jakarta: Cetakan Jilid 1.

- Rachmadi Usman. (2009). *Produk dan Akad Perbankan Syariah Implementasi dan Aspek Hukum*. Jakarta
- Royhan Jamaan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepercayaan nasabah serta dampaknya terhadap loyalitas nasabah (studi kasus bank syariah mandiri)”, Skripsi, 2016
- Rosady Ruslan, “Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi”, (Jakarta:RajaGrafindo Persada,2016), h.75
- Rosyid, M., & Aris. 2016. *Pemahaman Produk Bank Syariah Guru Pondok Pesantren di Kabupaten Tangerang dan Sikap Menggunakan Produk Bank Syariah*. *JURNAL ISLAMINOMICS*, 7(1).
- Rangkuti, Freddy. (2004). *The Power Of Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. hl.244.
- Reni dan Alhifni., A. *Faktor-Faktor Penyebab Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. *Jurnal Syarikah* Vol. 5 No. 1.
- Resiana, Rani Surya dan Cupian. (2020). *Pengaruh Religiusitas, Produk Dan Layanan Terhadap Minat Masyarakat Muslim Di Kabupaten Garut Untuk Bertransaksi Dengan Bank Syariah*. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* Vol. 7 No. 7.
- Rusdianto, Hutomo dan Ibrahim, Chanafi. (2016). *Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati*. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 4, No. 1
- Rustini, Ni Made., Pratama, Gede Surya., dan Mada, I Gede Nyoman Carlos Wiswanatha. (2019). *Pengaruh Motivasi, Lingkungan Internal Dan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Seka Taruna Di Kota Denpasar*. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)* Vol. 18, No. 2.
- Silviana dan Putra, Purnama. (2017). *Model Attention, Interest, Desire and Action (AIDA) Sebagai Strategi Pemasaran Bagi Nasabah Mengembang Perbankan Syariah (Survei Masyarakat di Kota Bekasi*. *Jurnal Organisasi Manajemen*. Vol. 13 No 1. Hal. 10-21.
- Sugiyono. 1999. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif: Toeri Dan Aplikasi*. Bandung.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suharyadi dan Purwanti S.H. 2011. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Sumarni, Murti. (2002). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty.
- Sunyoto, Danang. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS.
- Swastha, Basu dan Irawan. (2007). *Manajemen Pemasaran Modern*. FE UGM :Yogyakarta.
- Selvy Normasari , Srikandi Kumadji , Andriani Kusumawati, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 6 No. 2 Desember 2013*
- Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* , Jakarta : Balai Pustaka , 1990, cet. Ke-3, hal, 583
- Mahfudh Shalahuddin, *Pengantar Psikologi Pendidikan*. Surabaya:PT. bina Ilmu . 1990. Hal. 95
- Tjiptono, Fandy, dan Candra Gregorius. (2005). *Service Quality Satisfaction*. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017). h. 47.
- Widiastuty, Tri. (2020). *Peran Penyampaian Informasi Akuntansi, Bagi Hasil, Dan Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Bandung Di Bank Syariah*. Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah Vol. 4, No. 1.
- Wiroso. (2005). *Penghimpunan Dana dan Hasil Distribusi Usaha Bank Syariah*. Jakarta
- Zeithaml, V.A and Bitner, M.J. (2000). *Service Marketing: Integrating customer focus across the firm*. The Mc Graw-Hill Companies, Inc, 3rd edition. New York.
- Zigmund, B. William and Barry J. Babin. (2011). *Riset Pemasaran*. Penerbit Salemba Empat, Edisi 10. Jakarta