

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SERVICE QUALITY*, REPUTASI, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG
DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Nasabah BSI KC Bojonegoro)



SKRIPSI

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

OLEH:

APRIS ROHMAT WAHYUDI

NIM. 20108020069

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2024**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SERVICE QUALITY*, REPUTASI, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG
DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Nasabah BSI KC Bojonegoro)**



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

OLEH:

APRIS ROHMAT WAHYUDI
NIM. 20108020069

DOSEN PEMBIMBING:

Dr. JEIHAN ALI AZHAR, S.Si., M.E.I
NIP. 19871207 201903 1 009

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2024**



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-457/Un.02/DEB/PP.00.9/03/2024

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SERVICE QUALITY*, REPUTASI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS NASABAH BSI KC BOJONEGORO)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : APRIS ROHMAT WAHYUDI
Nomor Induk Mahasiswa : 20108020069
Telah diujikan pada : Kamis, 07 Maret 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Jehan Ali Azhar, S.Si.,M.E.I
SIGNED

Valid ID: 65f3a4b9ea528



Penguji I

Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 65f27e925c9e7



Penguji II

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

Valid ID: 65f37d863e098



Yogyakarta, 07 Maret 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 65f3ad6a8b913



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI PERBANKAN SYARIAH

Jl. Marsda Adisucipto Telp./Fax. (0274) 512840 YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

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

Assalamualaikum wr. wb.

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

Nama : Apris Rahmat Wahyudi
NIM : 20108020069
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, *Service Quality*, Reputasi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah BSI KC Bojonegoro)

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

Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosayahkan. atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 26 Februari 2024

Pembimbing,

DR. JEIHAN ALI AZHAR, S.SI., M.E.I.
NIP: 19871207 201903 1 009

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Apris Rahmat Wahyudi

Nim : 20108020069

Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, *Service Quality*, Reputasi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah BSI KC Bojonegoro)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri dan bukan merupakan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya terdapat pada penyusun.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 22 Februari 2024



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Apris Rahmat Wahyudi
20108020069

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Apris Rohmat Wahyudi
NIM : 20108020069
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 Royalty Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul:

“Pengaruh *Brand Image, Service Quality, Reputasi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah BSI KC Bojonegoro)*”

Berdasarkan perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty Non Eksklusif ini. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola data dalam bentuk pengalihan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Yogyakarta

Pada tanggal : 28 Februari 2024

Yang menyatakan

(Apris Rohmat Wahyudi)

HALAMAN MOTTO

فَاذْكُرُونِي أَنذُرَكُمْ وَأَشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ^ع

“MAKA INGATLAH KEPADA-KU, AKU PUN AKAN INGAT KEPADAMU.
BERSYUKURLAH KEPADA-KU DAN JANGAN INGKAR KEPADA-KU”
(AL-BAQARAH : 152)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan hidayah-Nya sehingga bisa melalui proses yang panjang dalam menyusun tugas akhir ini mampu diselesaikan. Sholawat serta salam tak lupa kepada panutan kita manusia paling mulia Nabi Muhammad SAW.

Dengan ucapan hamdalah, skripsi ini saya persembahkan untuk

Kedua orang tua saya tercinta

Berkat do'a dan perjuangan beliau untuk memberikan yang terbaik untuk saya sehingga saya berusaha semaksimal mungkin untuk melalui ini semua dengan penuh pantang menyerah

Untuk kedua kakak ku sebagai ikatan keluarga tercinta

Dengan dorongan dan motivasi yang diberikan kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini untuk mendapatkan gelar sarjana

Sahabat-sahabatku

Yang selalu memberikan bantuan dan juga bimbingan dalam mengerjakan

skripsian ini

Almamaterku

UIN Sunan Kalijaga sebagai kampus kebanggaan yang telah menjadi tempat untuk belajar mulai awal semester 1 sampai semester 8 demi menggapai cita-cita

yang diharapkan

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur hanya bagi Allah atas segala karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsian ini dengan judul **“Pengaruh *Brand Image*, *Service Quality*, Reputasi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah”**. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW.

Alhamdulillah atas ridho Allah SWT dan bantuan dari semua pihak yang bersangkutan, akhirnya skripsian ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini sudah sepatutnya penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin, S.Ag., M.Ag., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta semua jajarannya;
2. Bapak Dr. Afdawaiza, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta semua jajarannya;
3. Ibu Dr. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi., M.M., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta semua jajarannya;
4. Bapak Mahfud Asyari, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan bimbingan kepada saya agar kedepannya menjadi mahasiswa yang selalu bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa serta menaati peraturan kampus.
5. Bapak Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si., M.E.I., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu menyempatkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan

memberikan banyak ilmu serta motivasi kepada saya selama mengerjakan skripsi dari awal sampai selesai.

6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya kepada saya selama menduduki bangku perkuliahan.
7. Ibu Linda Apriliyana selaku Manager Operasional BSI KC Bojonegoro yang telah memperkenalkan untuk melakukan penelitian di BSI KC Bojonegoro.
8. Kedua orang tua saya tercinta dan banggakan Bapak Tarmin dan Ibu Pati yang telah merawat dan membesarkan saya dengan penuh rasa kasih sayang sehingga bisa kayak sekarang ini.
9. Kakak saya tercinta Sutrisno dan Slamet Harianto yang telah memberikan sumber pendanaan selama saya masuk awal kuliah hingga sampai sekarang ini.
10. Cynthia Dewi Yunita dan keluarga yang telah hadir memberikan warna baru dan *support sistem* bagi saya selama mengerjakan skripsian untuk menyelesaikan kuliah.
11. Sahabat-sahabat saya Andi Suprpto, Willy Satria S, Fuad Fahmi, Alfin Syahrin, Naufal Zaki, Bima Eks, Alfin Khoiri, Iqbal, Ariqoh Hilmi Huida, Zurita Dzani'mah yang telah banyak membantu saya mengerjakan skripsi dan memberikan motivasi dan semangat dalam mendapatkan gelar.
12. Sahabat-sahabat KKN saya Humam, Dini, Najwa, Fauzi, Febby, Sifa, Ayuni, Humet, wardah yang selalu memberikan keceriaan dan kebersamaan mulai awal KKN hingga sampai sekarang.

Disamping itu penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kekurangan, sehingga kritik dan saran dari pembaca dan penguji membuat penulis harapkan guna menjadi bahan yang membangun bagi kemampuan analisis maupun menulis dari penulis. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kedepannya.

Yogyakarta, 22 Februari 2024

Penyusun

Apris Rahmat Wahyudi

201080200069



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat Penelitian.....	7
D. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Konsep Perilaku Konsumen	10
2. <i>Brand Image</i>	12
3. <i>Service Quality</i>	13
4. Reputasi	15
5. Lokasi	16
6. Pengambilan Keputusan	10

7. Tabungan.....	17
B. Kajian Pustaka.....	18
C. Kerangka Penelitian.....	25
D. Pengembangan Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Populasi dan Sampel.....	30
C. Definisi Operasional Variabel.....	32
D. Metode Pengumpulan Data.....	34
1. Sumber Data.....	34
2. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3. Skala Pengukuran.....	35
E. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	36
1. Uji Keabsahan.....	36
2. Uji Asumsi Klasik.....	37
3. Uji Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	43
B. Gambaran Umum Objek Penelitian atau Sampel.....	45
1. Gambaran Sampel Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
2. Gambaran Sampel Penelitian Berdasarkan Umur.....	45
3. Gambaran Sampel Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	46
4. Gambaran Sampel Penelitian Berdasarkan Pekerjaan.....	47
5. Gambaran Sampel Penelitian Berdasarkan Jumlah Penghasilan.....	48
6. Gambaran Sampel Penelitian Berdasarkan Domisili.....	49
C. Analisis Deskriptif.....	51
D. Pengujian Hipotesis.....	52
1. Hasil Uji Keabsahan Data.....	52
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
3. Uji Hipotesis (Analisis Regresi Linear Berganda).....	59
E. PEMBAHASAN.....	63
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	69

A. KESIMPULAN.....	69
B. KETERBATASAN & SARAN	70
1. Keterbatasan	70
2. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	78



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Pustaka Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	32
Tabel 3. 2 Skala Likert	36
Tabel 4. 1 Gambaran Sampel Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 2 Gambaran Sampel Penelitian Berdasarkan Umur.....	45
Tabel 4. 3 Gambaran Sampel Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4. 4 Gambaran Sampel Penelitian Berdasarkan Jenis Pekerjaan	47
Tabel 4. 5 Gambaran Sampel Penelitian Berdasarkan Jumlah Penghasilan	48
Tabel 4. 6 Gambaran Sampel Penelitian Berdasarkan Letak Domisili.....	49
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas <i>Pearson Product Moment</i>	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Alpha Cronbach.....	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas Koefisien Varians	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	58
Tabel 4. 13 Hasil Uji Simultan (F).....	59
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (T)	61

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Total Aset BUS dan UUS (Juni 2022-Juni 2023)	2
Gambar 2. 1 Kerangka Teoritik Hubungan variabel X1, X2, X3, X4 terhadap Y	25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2. Uji Keabsahan Data	85
Lampiran 3. Kategorisasi Sampel & Uji Deskriptif.....	96
Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik	101
Lampiran 5. Uji Hipotesis	106
Lampiran 6. Tabulasi Data.....	109
Lampiran 7. Dokumentasi.....	131
Lampiran 8. CV dan Surat Bukti Penelitian.....	13133



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Keputusan untuk menabung pada bank syariah memiliki faktor beragam sehingga sangat menarik untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dari beberapa faktor yaitu *brand image*, *service quality*, reputasi, dan lokasi terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. sampel yang berpartisipasi dalam penelitian ini berjumlah 107 orang dari Populasi nasabah BSI KC Bojonegoro. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah jenis *nonprobability* sampling dengan menggunakan metode purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel *brand image*, *service quality*, reputasi, dan lokasi berpengaruh secara signifikan positif terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Hal ini disandarkan pada nilai sig. 0,000 ($P < 0,05$). Walaupun memang jika diuji secara parsial hanya variabel reputasi dengan nilai sig. 0,050 ($P < 0,05$) dan lokasi dengan nilai sig. 0,000 ($P < 0,05$). Hal ini menunjukkan kedua variabel secara parsial berpengaruh secara signifikan positif terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Berbeda dengan variabel *brand image* dengan nilai sig. 0,504 ($P > 0,05$) dan *service quality* dengan nilai sig. 0,076 ($P > 0,05$). Hal ini menunjukkan kedua variabel secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.

Kata Kunci: Bank Syariah, *Brand Image*, Keputusan Menabung, Lokasi, Reputasi, *Service Quality*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

The decision to save at a sharia bank has various factors so it is very interesting to research. This research aims to determine the relationship of several factors, namely brand image, service quality, reputation, and location on customers' decisions to save at sharia banks. The research approach used is a quantitative approach with associative methods. The sample participating in this research was 107 people from the BSI KC Bojonegoro customer population. The sampling technique used is type nonprobability sampling using the purposive sampling method. Data analysis was carried out using the multiple linear regression method. The research results show that simultaneously the variables brand image, service quality, reputation and location have a significantly positive effect on customers' decisions to save at sharia banks. This is based on the sig value. 0.000 ($P < 0.05$). Even if it is tested partially, only the reputation variable with a sig value. 0.050 ($P < 0.05$) and locations with sig. 0.000 ($P < 0.05$). This shows that both variables partially have a significantly positive effect on customers' decisions to save at Islamic banks. Different from variables brand image with sig value. 0.504 ($P > 0.05$) and service quality with sig value. 0.076 ($P > 0.05$). This shows that the two variables partially do not have a significant effect on customers' decisions to save at Islamic banks.

Keywords: *Sharia Bank, Brand Image, Saving Decisions, Location, Reputation, Service Quality*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

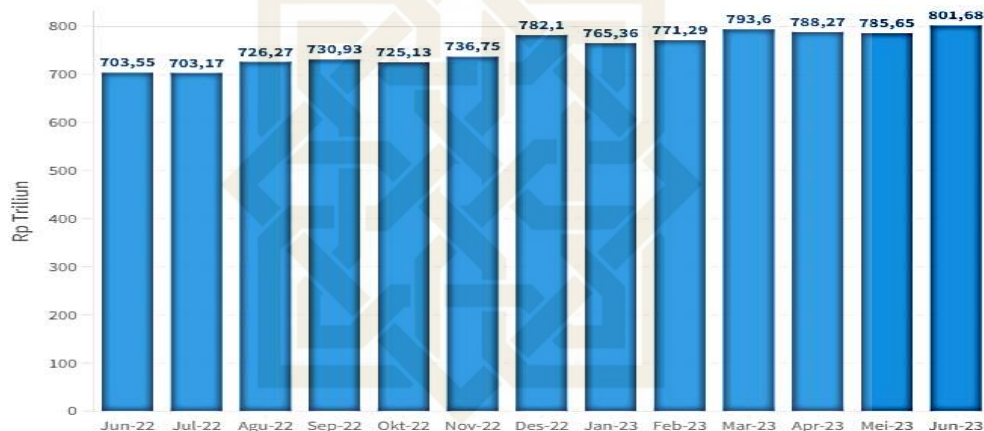
A. Latar Belakang

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang memiliki peran sangat sentral bagi perkembangan perekonomian negara terutama di negara Indonesia. Bank adalah badan usaha yang menampung dana simpanan yang diperoleh pada masyarakat dalam bentuk tabungan serta mampu disalurkan kembali kepada masyarakat dalam wujud kredit (Baasalem, 2016). Pada dasarnya lembaga keuangan atau perbankan di Indonesia merupakan badan usaha yang berfungsi mempermudah dan memperlancar arus pendanaan bagi pihak-pihak yang memiliki dana lebih dan bagi pihak-pihak yang kurang dana (Kere dkk, 2023).

Pertama kali bank syariah hadir di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI) dalam sekitar tahun 1991 dengan hasil kerja sama perbankan MUI dan kemudian beroperasi sejak 1 Mei 1992 (Utami, 2015). Hingga per september 2023 jumlah BUS (Bank Umum Syariah) mencapai 13 dan UUS (Unit Usaha Syariah) tercatat 20 unit¹. Dengan sudah banyaknya bank syariah di Indonesia ini mendukung peran aktif dalam mendorong perkembangan bank syariah dalam perekonomian Indonesia (Ria et al., 2022).

¹ <https://infobanknews.com/ini-dia-daftar-10-bank-syariah-dan-uus-dengan-aset-terbesar-di-ri/>

Sejalan dengan adanya dukungan dan peran aktif dalam mendorong perkembangan syariah akan memberikan pertumbuhan keuangan syariah yang lebih baik. Dilihat dari data OJK jumlah total aset yang dimiliki Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) berjumlah total Rp. 801,68 triliun pada akhir Juni 2023².



Gambar 1. 1 Total Aset BUS dan UUS (Juni 2022-Juni 2023)

Sumber data: Otoritas Jasa Keuangan, dihimpun oleh DataIndonesia.id

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bahwa total aset yang dimiliki bank syariah belum mampu memberikan kestabilan data yang didapat, karena masih terjadi turun naik pada setiap bulannya. Seharusnya total aset yang terjadi pada bank syariah mengalami kenaikan tiap bulannya karena Indonesia salah satu negara dengan mayoritas Islam terbanyak³.

² <https://dataindonesia.id/keuangan/detail/data-aset-bank-syariah-di-indonesia-juni-2022juni-2023>

³ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/10-negara-dengan-populasi-muslim-terbanyak-dunia-2023-indonesia-memimpin>

Dengan mayoritas beragama Islam terbanyak yang tersebar di berbagai penjuru negeri dan salah satunya di daerah Provinsi Jawa Timur di Kabupaten Bojonegoro memiliki jumlah penduduk pemeluk agama Islam sekitar 1.335.740 jiwa⁴. Walaupun di setiap daerah memiliki Islam hampir keseluruhan akan tetapi kebanyakan masyarakat masih menggunakan bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah Pertiwi, dkk (2022). Oleh karena itu bank syariah harus meningkatkan lagi akan minat konsumen agar mampu memberikan keputusan yang tepat dalam memilih perbankan terutama pada kota Bojonegoro.

Dalam mengambil keputusan menurut Kotler & Armstrong (2018) menjelaskan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi beberapa faktor yang menjadi landasan utama. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Siahaan, dkk (2023) hasil yang diperoleh bahwa faktor pengetahuan tidak berpengaruh dan untuk faktor religiusitas dan faktor *brand image* berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah. Dari penelitian Zebua & Andronicus (2021) menyatakan bahwa faktor promosi, faktor *service quality* faktor kualitas berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan menabung.

Untuk penelitian Suparni, dkk (2024) bahwa faktor religiusitas, faktor pendapatan, dan faktor reputasi bank berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah kota Semarang. Dan penelitian

⁴https://www.google.com/search?q=jumlah+mayoritas+islam+di+bojonegoro+2022&sca_esv=3ae0d3a6a0108140&rlz=1C1GCEB_enID1055ID1056&ei=4CbsZfn8C46u4

Birasukma & Indrawati (2023) Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa faktor gaya hidup syariah, keunggulan produk, lokasi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan easy wadiah.

Dengan memperhatikan hal tersebut adanya gambaran pada bank membuat nasabah terhadap keputusan untuk menabung pada bank syariah. Oleh karena itu, bank harus memperhatikan celah peluang untuk mendapatkan nasabah seperti memperhatikan merek. Merek merupakan persepsi yang harus dimiliki oleh badan usaha untuk mendapatkan pandangan yang baik terhadap pelanggan supaya munculnya ketertarikan pada merek yang dimiliki dimana merek berperan sebagai landasan pada pandangan dan penilaian pada produk yang dipunyai pada lembaga usaha dan terciptanya citra merek (*brand image*). (Sartika & Kanya, 2019).

Tak hanya *brand image*, tetapi *service quality* juga hal penting dalam keputusan menabung sebab kualitas layanan yang diberikan pada konsumen akan berdampak pada keputusan memilih. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik untuk menjadi daya tarik konsumen serta pelayanan yang baik memberikan hak istimewa pada konsumen (Rohaeni & Marwa 2018).

Kualitas pelayanan perlu dipertahankan dan tidak itu saja reputasi juga memiliki peranan penting dalam mengambil keputusan salah satunya reputasi terhadap instansi perusahaan yang akan dipilih sehingga diperlukan pengetahuan terhadap reputasinya (Widowati, 2018). Karena reputasi akan

berpengaruh terhadap perusahaan sendiri yang bertumpu pada perspektif masyarakat pada perusahaan.

Selain itu lokasi merupakan salah satu pertimbangan konsumen terhadap keputusan yang akan dipilih sebab tempat yang mudah dijangkau akan menjadi opsi masyarakat (Fitriani & Mulya Syamsul, 2020). Memiliki lokasi yang ideal atau strategis merupakan salah satu tujuan dalam mengambil keputusan oleh seorang nasabah dan BSI Bojonegoro berada di Jl. Panglima Sudirman No.99A, Klangon, Kec. Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur 62113.

Berdasarkan data penelitian dan uraian di atas yang memberikan data bahwa keputusan menabung pada perbankan syariah memiliki keragaman sehingga peneliti terpincut untuk menggali kembali terhadap faktor keputusan. Untuk penelitian ini, peneliti berfokus pada keputusan menabung di bank syariah dengan judul “**PENGARUH *BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY, REPUTASI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH***”

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

B. Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang terjadi di atas, sehingga diperoleh rumusan masalah yang mampu diberikan pada penelitian ini adalah:

1. Apakah Brand Image, Service Quality, Reputasi dan Lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BSI KC Bojonegoro?
2. Apakah *Brand Image* mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BSI KC Bojonegoro?
3. Apakah *Service Quality* mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BSI KC Bojonegoro?
4. Apakah Reputasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BSI KC Bojonegoro?
5. Apakah Lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BSI KC Bojonegoro?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai permasalahan yang terjadi di atas dan rumusan masalah, maka pada penelitian ini memberikan tujuannya yaitu:

- a. Untuk mengetahui apakah *Brand Image*, *Service Quality*, Reputasi dan Lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BSI KC Bojonegoro.
- b. Untuk mengetahui apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BSI KC Bojonegoro

- c. Untuk mengetahui apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BSI KC Bojonegoro.
- d. Untuk mengetahui apakah Reputasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BSI KC Bojonegoro.
- e. Untuk mengetahui apakah Lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BSI KC Bojonegoro.

2. Manfaat Penelitian

a. Teoritis

1) Akademik

Pada akademik ini diharapkan mampu memberikan andil dalam sumber literasi serta kedepannya bisa menjadi referensi terkait penelitian mengenai pengaruh *brand image*, *service quality*, reputasi dan lokasi terhadap keputusan nasabah menabung di BSI.

2) Peneliti

Pada hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan baru di jurusan ekonomi dan di badan usaha terutama perbankan syariah, serta bisa dijadikan bahan ilmiah baru dalam menerapkan berbagai teori baru di dunia perkuliahan.

b. Praktisi

1) Bank

Di dalam bank sendiri *brand image*, *service quality*, reputasi, dan lokasi adalah sebuah saran yang dimana hal tersebut bisa mampu memberikan daya tarik pada keputusan nasabah dalam menabung pada BSI.

2) Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan ketika akan memutuskan untuk menyimpan uang yang aman dan mengetahui tentang persepsi bank syariah.

D. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini mengacu pada pada buku pedoman skripsi oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta (FEBI). Yang mana dalam skripsi sendiri pembahasannya akan dibagi dalam 3 aspek besar kategori utama yaitu bagian awal, bagian isi serta bagian penutup. Bagian awal akan memuat sub-bab terkait sebelum inti dari penelitian. Bagian isi akan memuat keseluruhan penelitian. Kemudian bagian akhir akan berisi mengenai referensi serta lampiran selama penelitian. Penelitian ini akan terdiri dari 5 bab yang akan dikerjakan secara sistematis dan berurutan agar dalam penelitian ini lebih mudah untuk dipahami dan ditelaah oleh masyarakat luas. Sistematika penulisan laporan dan pembahasan skripsi sesuai dengan penjabaran berikut:

1. BAB I Pendahuluan, yaitu termuat tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat serta sistematika pembahasan
2. BAB II Landasan Teori & Pengembangan Hipotesis, yaitu memuat mengenai landasan teori, kajian pustaka, kerangka penelitian dan pengembangan hipotesis.
3. BAB III Metode Penelitian, berupa mengurai tentang jenis penelitian, populasi, & sampel, metode pengumpulan data dan analisis & pengujian hipotesis
4. BAB IV Hasil dan Pembahasan, yaitu berisi tentang gambaran umum objek penelitian, analisis deskriptif, pengujian hipotesis dan pembahasan
5. BAB V penutup, pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan keterbatasan dan saran

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif secara simultan antara *brand image*, *service quality*, reputasi dan lokasi terhadap keputusan nasabah dalam menabung pada BSI KC Bojonegoro. Keempat variabel tersebut mempengaruhi memberikan pengaruh sebesar 39,6% terhadap keputusan nasabah dalam menabung pada BSI KC Bojonegoro.

Walaupun begitu, secara parsial tidak semua variabel menunjukkan nilai pengaruh yang signifikan. Untuk variabel reputasi dan lokasi terlihat pengaruhnya secara signifikan positif terhadap keputusan nasabah menabung di BSI KC Bojonegoro. Yang artinya semakin tinggi nilai lokasi dan reputasi akan meningkatkan pula semakin tinggi pula keputusan nasabah untuk menabung di BSI KC Bojonegoro.

Ini berbeda dengan variabel *Brand Image* dan *Service Quality* yang tidak terlihat pengaruhnya secara signifikan terhadap keputusan nasabah di menabung pada BSI KC Bojonegoro. Yang artinya tinggi atau rendahnya variabel *Brand Image* dan *Service Quality* tidak mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di BSI KC Bojonegoro.

B. KETERBATASAN & SARAN

1. Keterbatasan

Penelitian ini tentunya memiliki keterbatasan dalam penelitiannya. Hal ini terjadi karena adanya lingkup yang membatasi hal-hal yang bisa dibahas dalam penelitian. Beberapa keterbatasan tersebut adalah terkait dengan hal-hal diluar variabel yang mungkin sebenarnya dapat memudaratori atau memediatori. Berdasarkan hal tersebut mungkin saja sebenarnya variabel *Brand Image* dan *Service Quality* memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan namun jika variabel tersebut di moderasi variabel lain seperti penggunaan sosial media yang aktif.

2. Saran

a. Bagi Calon Nasabah

Calon nasabah diharapkan untuk menggunakan bank berbasis Syariah. Yang mana dengan menggunakan bank yang menggunakan unsur syariah akan mengurangi kemungkinan nasabah akan terjebak dalam transaksi riba. Seperti yang kita ketahui dalam ajaran Islam transaksi yang unsurnya merupakan riba dilarang. Oleh karena itu dengan penggunaan bank syariah akan membuat transaksi yang dilakukan tidak berunsur riba dan berpotensi menjerumuskan kepada hal-hal yang berbuat dosa.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya dalam merancang penelitian serupa terkait dengan pengambilan keputusan nasabah. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengeksplorasi terkait variabel-variabel yang bisa di moderasi variabel yang disebutkan memiliki pengaruh secara signifikan. Hal ini dilakukan agar penelitian selanjutnya dapat memberikan pemahaman lebih mendalam terkait faktor-faktor lain yang bisa mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam menabung.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, A., J., & Tarigan, Z., J., H. (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Concerse. Program Studi Manajemen Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya. *AGORA* (Vol. 5, No : 3)
- Agustin, C., A. & Hellianto, G., R. (2020). Pengaruh Reputasi Terhadap Minat Beli Produk Skincare di Shopee. Communication Department, Faculty Economics and Communication, Bina Nusantara University, Jakarta 11480, Indonesia.
- Alimusa, L., O. (2022). Kajian Konsep Akad dan Jenis Produk Perhimpunan Dana Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2511–2521. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6488>
- Amalia, F., A. (2019). Investasi Tabungan di bank Syariah dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung. ISSN 2089-7227 (p) 2598-8522 (e)
- Annurfa, A., D. & Sunindyo, A. (2020). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Pembelian Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Jateng Cabang Ungaran. In *keunis Majalah Ilmiah-ISSN* (Vol. 8, Issue 2). www.bankjateng.co.id
- Anwar, H. (2014). Proses Pengambilan Keputusan untuk Mengembangkan Mutu Madrasah. *Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1). <http://journal.walisongo.ac.id/index.php/>
- Arania, R., Triwahyuni, T., Esfandiari, F., & Nugraha, F., R. (2021). Hubungan antara Usia, Jenis Kelamin, dan Tingkat Pendidikan dengan Kejadian Diabetes Mellitus di Klinik Mardi Waluyo Lampung Tengah. Program Studi Kedokteran Fakultas Kedokteran Universitas Malahayati
- Ardiansyah, A. H., & Hendrawan, D. (2015). Keputusan Nasabah Untuk Memilih Tabungan Simpedes Di Pt . Bank Rakyat Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 3(2).
- Baasalem, F. (2016). Analisis Risiko Likuiditas dan Risiko Solvabilitas untuk Melihat Kondisi Keuangan Bank pada PT. Bank Pengkreditan Rakyat Papua mandiri makmur. STIE Port Numbay Jayapura. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Port Numbay Jayapura*, 7(2).
- Birasukma, M., Indrawati, D., & Padjadjaran, U. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk BSI Tabungan Easy Wadiah (Studi Kasus Nasabah BSI di Kabupaten Tanah Datar). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islami*, XIII (2).
- Batti, S. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung (Study Kasus Pada Bank Danamon Di Kota Palu). Universitas Terbuka. e-ISSN2745-6366.

- Engkus. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Governansi*, 5(2), 99–109. <https://doi.org/10.30997/jgs.v5i2.1956>
- Farhan, M., Mansur, M., & Slamet, A., R. (2023). Pengaruh Brand Image, Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Customer Billphone Malang. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Fauzun, M. (2021). 9 Strategi Memilih Lokasi Usaha, Perhatikan Hal-hal Ini. <https://yoursay.suara.com/news/2021/01/21/163607/9-strategi-memilih-lokasi-usaha-perhatikan-hal-hal-ini>.
- Febriana, N. I. (2017). Analisa Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungaagung. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran produk dan merek (planning & strategy). Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Gangga, A., Indrasetianingsih, A., & Athoillah, M. (2021). Pelatihan Pengujian Hipotesis Statiska Dasar dengan Softwere. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Program Studi Statistika. *Jurnal BUDIMAS* (ISSN:2715-8926) Vol. 03, No. 02
- Ghozali, I. (2005). Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS. Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. I., & Cahyanti, D. F. (2014). Pengaruh Pembiayaan KPR Syariah Terhadap Proses Keputusan Pembelian Rumah di Kota Cirebon (Survey terhadap Pembelian Rumah Secara KPR di BNI Syariah Kota Cirebon).
- Habibie, D., R., S. & Murtan, A. (2023). Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank Sumut Syariah KCPSY Marelan Raya. Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Potensi Utama.
- Hartono (2014). Metode Penelitian Bisnis. BPFE, Yogyakarta.
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1). <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>
- Indrinatoro, N. & Supomo, B. (2002). Metode penelitian bisnis untuk akuntansi dan manajemen. BPFE, Yogyakarta.

- Irawan, P., R., Abdillah, & Taryanto. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Home Industry Sandal kulit Kandangwesi Collection Garut. Prodi Manajemen, Universitas Pertiwi, Jl. Ir.H Juanda No.133 Bekasi, 17112. jurnal.umj.ac.id/index.php/JMMB.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reabilitas dengan Menggunakan SPSS. *OSF Preprint*, 1–12.
- Jasin, H., Rambe, M., F., Mujiarun, S., & Siregar, R., B. (2021). Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia.
- Kereh, C., Sri Murni, S., & Tulung, J., E. (2023). Analisa Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Devisa dan Bank Non Devisa di Indonesia Tahun 2012-2016. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen. Universitas Sam Ratulangi.
- Kotler, P. (2019). Manajemen Pemasaran. Erlangga, Jakarta Lestari, S., Sari Siregar, & W., Madania Ayla, N, D. (2021). Pengaruh Fintech Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah. IAIN Padang sidimpuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Maryati & Khoiri, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. program Studi Manajemen Bisnis, Universitas Putera Batam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11 No. 1 Juli 2022 P - ISSN : 2503-4413
- Maulida, H., Nawawi, M. K., & Hakim, H. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Bank Syariah terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung pada Pengikut Autobase @Collegemenfess. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 176–191. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.607>
- Monica, I., Lucky, A. S., Tamengkel, F., Mukuan, D. D. S., Studi, P., Bisnis, A., & Administrasi, J. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana (Vol. 3, Issue 2).
- Norfai. (2020). *Manajemen Data Menggunakan SPSS*. Universitas Islam Kalimantan Arsyad Al-Banjary.
- Novrianda, H., Fitri, M., & Fuadi, S. (2023). Reputation dan Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty pada Bank Mega Syariah di Kota Bengkulu. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(2).
- Nugroho, R. A., Lubis, N., & Ep, A. (n.d.). Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Tabungan Simpedes di PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Cabang Semarang Pattimura.
- OJK. (2017). *Kebijakan Pengembangan dan Roadmap Perbankan Syariah*. <https://Ojk.Go.Id><https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Kebijakan-Pengembangan-dan-Roadmap-.aspx>

- Permana, M. & Kurdiansyah. (2017). Analisis Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Kalimantan Timur Tahun 2005-2015. Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi Bisnis, 1. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/PROSNMEB>
- Pertiwi, D., Doli, H., & Ritonga, H. (2022). Analisa Minat Menabung Masyarakat pada Bank Muamalat di Kota Kisaran.
- Pontoh, M. B., Kawet, L., & Tumbuan, W. A. (2014). Kualitas Layanan. In Citra... Jurnal EMBA (Vol. 285, Issue 3).
- Priyadi, U., & Hidayat, T. (2016). Analisis Teterminasi Faktor Tabungan. In AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (Vol. 01, Issue 03).
- Ragatirta, L., P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Membeli (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa Surakarta. Vol 7, No 2 (2020); p.143-152 ; <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent>
- Raharjo, S. (2014). *Cara melakukan Uji Validitas Product Moment dengan SPSS*. Wwww.Spssindonesia.Com.
- Ria, R., Hasibuan, A., Alfariqi, I., Pane, R., & Andiranti, S. (2022). Analisis Peran Bank Syariah Dalam Perekonomian Masyarakat: Studi Kasus Masyarakat Kota Binjai. Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 4, 765. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i3.925>
- Rizky, A., S. (2020). Proses Pengambilan Keputusan Kelompok: Fenomenologi Penggunaan Teknik Rasional SDIT Muhammadiyah Pasar Kemis Tangerang. In Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara (Vol. 1, Issue 1). <http://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/jlpn>
- Rohaeni, H. & Marwa N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Universitas BSI Banadung. Jurnal Ecodemica, Vol. 2 No. 2 September 2018
- Romli, S. & Fanani, Z. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Preferensi Menabung Santri di Tabungan Santri Mandiri, Pondok Pesantren Raudlatul Ulum 1, Ganjaran, Gondanglegi, Malang. Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Al-Qolam
- Rusydia, A. S. (2016). Analisa Problem Pengembang Perbankan Syariah di Indonesia. <https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3573>
- Sartika, L., & Kanya, K. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap keputusan Pemiihan Produk Pembiayaan. Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Langlangbuana. Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 3 No. 2/ Agustus2019ISSN 2579-4892 print/ ISSN 2655-8327 online217.

- Siahaan, T., B., U., Zuabaidi, A., & Putra, I. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Brand Image Terhadap Keputusan Anggota LDK UIN Jakarta Menabung di Bank Syariah. Fakultas Ekonomi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Siregar, D. L., Yusran, R. R., & Agustini, T. (2019). Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Studi Kasus pada Bank Syariah di Kota.
- Suawa, A. J., Tumbel, A. L., & Mandagie, Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di New Ayam Bandung Resto Kawasan Megamas Manado. *5195 Jurnal EMBA*, 7(4), 5195–5204.
- Subekti, S. (2017). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Membeli Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air Rute Lampung-Jakarta. *Warta PenelitianPerhubungan*, <https://doi.org/10.25104/warlit.v29i1.276>
- Suliyanto (2006). Metode Riset Bisnis. BPFE, Yogyakarta.
- Sugiyono. (2003). Statiska untuk Penelitian. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Memahami Penelitian Kualitatif. In Bandung, Penerbit : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Suparni, N., A., Hasanah, S., & Ekonomica W. (2024). Analisis Pengaruh Religiusitas, Tingkat Pendapatan, Lingkup Pergaulan dan Reputasi Bank pada Bank Syariah di Kota Semarang. Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Semarang. *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi*. Volume 9 Nomor 2 Edisi Februari 2024.
- Syafrianita, N., Asnawi, M. & Al Firah. (2022). Alisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk pada CV. Syabani di Pusat Pasar Medan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa. *Jurnal Bisnis Corporate* (Vol. 7 No. 2).
- Tika, H., M., P. (2006). Metodologi Riset Bisnis. Bumi angkara. Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2002. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi
- Usvela E, Qomariah, N., & Wibowo, Y., G. (2019). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* (Vol. 5 No.2).
- Utami, W., B. (2015). Perkembangan Perbankan Bagi Hasil Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 01(01).
- Wibisono, D. (2000). Riset Bisnis.

- Widowati, A., S. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Nasabah. *Bank Syariah Dalam Perspekti Sosiologi Bangsa Indonesia* (Vol. 1).
- Zebua, B., J., & Andronicus, M. (2021). Pengaruh Promosi, Serive Quality, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Bank SUMUT. *Fakultas Ekonomi, Universitas Prima Indonesia*
- Zakiah, N. (2020). Analisis Perbandingan Pelayanan Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional. *Universitas Nurul Jadid*.

