



ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG PADA PT. BSI CABANG PADANGSIDIMPUAN

Ali Hardana*, Jafar Nasution, Arti Damisa
Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan

Abstract

Customer interest is a high-value asset for banks, if customer interest increases, profits also increase. But in fact, customers complain about the services provided by the bank because it is not in accordance with customer expectations. The formulation of the problem in this study is whether there is an effect of product quality and service quality both partially and simultaneously on the interest of customers in PT Bank Syariah Mandiri Branch in Padangsidimpuan. The discussion of this research relating to product quality and service quality to customers is interesting. In connection with that, the approach taken is theories related to product quality, service quality, and customer interest. Service is any action or activity that can be offered by a party to another party, which is basically intangible and does not result in any ownership. This study uses a quantitative research approach, data collection techniques include questionnaires, with as many as 56 respondents as customers. The analysis used in this study is validity test, reliability test, descriptive analysis, normality test, linearity test, determination test (R^2), multiple linear regression, t-test, and f test. The results obtained showed that the value of R Square was 0.785 or 78.5%. The T-test shows there is a significant influence between product quality on the interest of customers to save at PT. Bank Syariah Mandiri Padangsidimpuan Branch. Likewise, there is an influence between the quality of service to the interests of customers saving at PT. Bank Syariah Mandiri Padangsidimpuan Branch. The F test shows that simultaneously

Paper type: Research paper

*Corresponding author: alihardana@iain-padangsidimpuan.ac.id

Received: February 06, 2022; Accepted: June 12, 2022; Available online: August, 23, 2022

Cite this document:

Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. BSI Cabang Padangsidimpuan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 828-838. doi:<http://dx.doi.org/10.30651/jms.v7i2.12324>

Copyright © 2022, Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

product quality and service quality have a significant effect on the interests of customers saving at PT. Bank Syariah Mandiri Padangsidempuan Branch.

Keywords: Product, service, customer interest

A. Pendahuluan

Bank Syariah terdiri dari dua kata yaitu bank dan syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak yaitu pihak yang berkelebihan dan pihak yang berkekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan pembiayaan kegiatan usaha sesuai dengan hukum Islam.

Penggabungan kedua kata dimaksud, menjadi bank syariah. Bank Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana bagi pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.

Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

Minat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan perhatian, kesukaan dan kecendrungan hati. Sehingga minat merupakan sesuatu yang penting bagi seseorang sebagai suatu aspek kejiwaan. Minat tidak saja dapat mewarnai seseorang, tetapi lebih dari itu minat memotivasi orang untuk melakukan kegiatan

Berdasarkan survei awal yang telah peneliti lakukan di Bank Syariah Cabang Padangsidempuan, peneliti melakukan survei pendahuluan terkait variabel penelitian diantaranya: Prosedur yang berbelit-belit dan tidak efisien dengan jumlah keluhan 2 orang; Penjelasan *costomer service* kurang jelas terkesan tidak menguasai dengan tidak ada orang yang mengeluh terkait dengan masalah ini; Adaperbedaan pelayanan antar cabang pembantu dengan jumlah keluhan satu orang; ATM terbatas dengan 4 keluhan;

Biaya administrasi bulannya lebih besar dengan jumlah satu orang yang mengeluh; SMS Banking sering bermasalah dengan 2 keluhan; Modal bank syariah tidak sebesar bank konvensional dengan tidak ada yang mengeluh terkait dengan masalah ini; Penetapan margin lebih tinggi dari bunga bank konvensional dengan jumlah keluhan 2 orang; Kurang puas dengan pelayanan bank syariah dengan jumlah keluhan 3 orang.

Hasil survei awal terhadap 17 responden PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan terdapat 15 keluhan. Permasalahan yang paling banyak dikeluhkan terjadi pada keterbatasan ATM dan kurang baiknya pelayanan di BSM Cabang Pembantu Padangsidempuan dan menyangkut tentang keterbatasan ATM beserta sedikitnya kantor cabang pembantu, hal tersebut merupakan faktor terpenting untuk memberikan minat nasabah menabung. Zaman yang sudah semakin maju dan teknologi yang sudah semakin canggih, menjadikan masyarakat membutuhkan kemudahan dalam transaksi yang mereka lakukan. ATM merupakan hal yang terpenting karena sebagian besar nasabah tidak lagi membawa uang dalam jumlah besar bila sedang bepergian. Mereka perlu membawa kartu kecil kapan dan dimana saja.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan bahan masukan bagi PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan untuk memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik agar menarik minat nasabah menabung, sebagai wawasan dan media pembelajaran bagi peneliti maka peneliti sendiri tertarik untuk mengetahui apakah ada pengaruh dan seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan. Karenanya, penelitian ini diberi judul "Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan".

B. Kajian Teori

1. Minat Nasabah Menabung

a) Pengertian Minat Nasabah Menabung

Secara sederhana minat diartikan kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak kepada orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat

tersebut terkandung suatu pengertian bahwa didalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha untuk mendekati, mengetahui, memiliki, menguasai, berhubungan dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang dan ada daya penarik dari objek.

b) Pengertian Menabung

Tabungan (*saving deposit*) merupakan jenis simpanan yang sangat populer dilapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota sampai pedesaan.

Menurut Ismail tabungan adalah:

Jenis simpanan yang dilakukan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu sesuai perjanjian pihak bank dan nasabah. Dalam perkembangannya penarikan tabungan dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan sarana penarikan berupa slip penarikan, ATM, surat kuasa, dan sarana lainnya yang dipersamakan dengan itu.

b. **Produk**

1. Pengertian Kualitas

Kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas itu tergantung persepsi seseorang dan selalu berbeda di setiap pemikiran orang, mereka mempunyai pola acuan tentang kualitas yang berbeda-beda mungkin di setiap waktu tergantung dari pengalaman yang telah membekas pada pikiran mereka bahwa produk itulah yang berkualitas.

Kualitas produk adalah produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok. Oleh karena itu produk akan disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil.

2. Pengertian Produk

Menurut Ridwan Nurdin” Produk adalah segala sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen”. Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan sangat bergantung dari kemampuan bank dan jenis bank itu sendiri. Semakin lengkap

produk yang ditawarkan semakin baik, sehingga untuk memperoleh produk bank nasabah cukup mendatangi satu bank saja. Menurut Philip Kotler, produk adalah “Sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk di beli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan”.

Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha pada umumnya berbentuk dua macam, yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud. Masing-masing produk untuk dapat dikatakan berwujud atau tidak berwujud memiliki karakteristik tertentu. Produk yang berwujud berupa barang yang dapat dilihat, dipegang, dan dirasa secara langsung oleh konsumen sebelum membeli. Sementara produk yang tidak berwujud berupa jasa dimana tidak dapat dilihat atau dirasa oleh konsumen sebelum dibeli.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi nasabah. Kualitas pelayanan karyawan sebagai jaminan atas ketersediaan produk, rasa responsivitas, biaya administrasi yang hemat, ketetapan waktu memberikan pelayanan dan waktu tunggu yang lebih pendek, kesempurnaan pelayanan, serta kemampuan menimbulkan kesenangan dan perasaan nyaman pada pelanggan.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan.

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan syarat utama bagi kelangsungan hidup suatu bank, khususnya bank syariah. Pelayanan yang baik serta kenyamanan yang diberikan kepada nasabah dapat menentukan laju pertumbuhan suatu bank.

C. Metode Penelitian

Berdasarkan pendekatan analisis data penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Berdasarkan metode, penelitian ini menggunakan metode *eks post facto*.

Untuk mengetahui analisis data setelah data terkumpul maka metode analisa yang digunakan adalah:

- a. Uji validitas, yaitu suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrument
- b. Uji reliabilitas instrumen, yaitu menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen sudah baik.
- c. Analisis statistik deskriptif, yaitu kegiatan menyimpulkan data mentah dalam jumlah yang besar sehingga hasil dapat ditafsirkan.
- d. Uji normalitas, yaitu merupakan salah satu bagian uji persyaratan analisis data, artinya sebelum melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus di uji kenormalan distribusinya. Uji Kolmogorov Smirnov merupakan pengujian normalitas yang banyak dipakai, terutama setelah adanya banyak program statistik yang beredar.
- e. Uji linieritas, yaitu bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan.
- f. Uji asumsi klasik yang terdiri dari: uji multikolinieritas, auto korelasi, heteroskedastisitas, koefisien determinasi (*R square*) uji regresi linier berganda.
- g. Uji Hipotesis, yaitu pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan: uji t dan uji F .

D. Hasil dan Pembahasan

Penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan". Dari analisis data yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22 diketahui bahwa:

1. Hasil Penelitian variabel kualitas produk adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$

adalah 0,222. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Pearson correlation* dan nilai r positif. Begitu juga item pernyataan 1-7 untuk variabel kualitas pelayanan adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ adalah 0,222. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Pearson correlation* dan nilai r positif. Item pernyataan 1-7 untuk variabel minat nasabah adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ adalah 0,222. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Pearson correlation* dan nilai r positif. Hasil di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kualitas Produk 0,785 > 0,600 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel Kualitas Produk (X_1) adalah reliabel. Kemudian *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kualitas Pelayanan 0,760 > 0,600 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel Minat Nasabah 0,787 > 0,600 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel Minat Nasabah (Y_2) adalah reliabel.

2. Hasil uji analisis deskriptif meliputi penyajian data melalui tabel, mean, minimum, maximum dan perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi Berdasarkan keterangan diatas dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk dengan jumlah data (N) sebanyak 56 mempunyai nilai mean sebesar 29,18 dengan nilai minimum 14 dan nilai maksimum 35 dan standar deviasinya sebesar 3.537. Variabel kualitas pelayanan dengan jumlah (N) 56 mempunyai nilai mean sebesar 49.64 dengan nilai minimum 38, nilai maksimumnya 60 dan standar deviasinya sebesar 5.079. Variabel minat nasabah menabung dengan jumlah (N) 56 mempunyai nilai mean sebesar 4.574, nilai minimum sebesar 11, nilai maksimumnya sebesar 34 dan standar deviasinya sebesar 4.574.
3. Hasil uji normalitas penelitian ini menunjukkan bahwa kulaitas produk nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,162 > 0,1 maka variabel Kulaitas Produk (X_1) memenuhi asumsi normalitas. Variabel Kulaitas Pelayanan nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,105 > 0,1 maka variabel Kulaitas Pelayanan (X_2) memenuhi asumsi normalitas. Variabel Minat Nasabah nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,108 > 0,1 maka variabel Minat Nasabah (Y) memenuhi asumsi normalitas.
4. Hasil uji linieritas menunjukkan bahwa hasil uji linieritas dapat dilihat pada output *anova table*, diketahui bahwa nilai *Sig. Deviation From Linearity* sebesar 0,942. Karena nilai *Sig.* 0,942 > 0,1 maka dapat disimpulkan atar variabel terdapat hubungan yang *linier*.
5. Hasil uji multikolinearitas berdasarkan keterangan di atas dapat diketahui nilai *Tolerance* dari variabel Kualitas Produk adalah 0, 580 > 0,1, variabel Kualitas

Pelayanan adalah $0,580 > 0,1$. Dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari kedua variabel di atas lebih besar dari 0,1 sehingga tidak terjadi multikolinieritas.

6. Selanjutnya berdasarkan nilai *VIF* dari variabel Kualitas Produk adalah $1,725 < 10$, variabel Kualitas Pelayanan adalah $1,725 < 10$. Jadi, dapat disimpulkan nilai *VIF* dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi multikolinieritas. Dapat juga disimpulkan bahwa regresi terbebas dari kasus heteroskedastisitas.
7. Persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini $LN = a + b_1 KP + b_2 KP + e$ hasilnya $LN = -6.633 + 0,761 \text{Kualitas Produk} + 0,237 \text{Kualitas Pelayanan} + e$ Nilai konstanta sebesar 6.633 artinya apabila variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dianggap konstan atau 0 Maka loyalitas nasabah nilainya sebesar 6.633. Nilai koefisien variabel kualitas produk adalah 0,761 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1 satuan, maka loyalitas nasabah juga akan meningkat sebesar 0,761 satuan

Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan adalah 0,237 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka loyalitas nasabah juga akan meningkat sebesar 0,237 satuan.

8. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai (R^2) sebesar 0,785 atau 78,5% artinya minat nasabah dipengaruhi kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan kontribusi sebesar 0,785 atau 78,5% sedangkan sisanya 11,5 % dipengaruhi variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
9. Variabel kualitas produk memiliki t_{hitung} sebesar 5,270 dan t_{tabel} sebesar 1,296 sehingga $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} ($5,270 > 1,296$) maka H_a diterima H_0 ditolak. Ada pengaruh kualitas produk terhadap minat nasabah di P.T Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan.
10. Pada variabel kualitas pelayanan memiliki t_{hitung} sebesar 2,356 t_{tabel} sebesar 1,296 sehingga $t_{hitung} >$ t_{tabel} ($2,356 > 1,296$) maka H_a diterima H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat nasabah di P.T Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan.
11. Hasil uji signifikansi simultan (uji F) di atas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 42,618 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,19 sehingga $F_{hitung} >$ F_{tabel} ($42,618 > 2,19$) maka H_a

diterima. Selanjutnya untuk nilai sig 0,000 sehingga nilai sig $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan ada pengaruh antara variabel Kualitas Produk dan variabel kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.

E. Kesimpulan

Berdasarkan variabel kualitas produk memiliki t_{hitung} sebesar 5,270 dan t_{tabel} sebesar 1,296 sehingga $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} ($5,270 > 1,296$) maka H_a diterima H_0 ditolak. Ada pengaruh kualitas produk terhadap minat nasabah di P.T Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.

- a. Kualitas pelayanan memiliki t_{hitung} sebesar 2,356 t_{tabel} sebesar 1,296 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,356 > 1,296$) maka H_a diterima H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat nasabah di P.T Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.
- b. Hasil uji signifikansi simultan (uji F) diatas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 42,618 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,19 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($42,618 > 2,19$) maka H_a diterima. Selanjutnya untuk nilai sig 0,000 sehingga nilai sig $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan ada pengaruh antara variabel Kualitas Produk dan variabel kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.

DAFTAR RUJUKAN

- Ali Zainuddin, Hukum Perbankan Syariah (Jakarta: Sinar Grapika, 2008)
Anwar, Dessy, Kamus Bahasa Indonesia (Surabaya: Karya Abditama, 2001)
- Arikunto, Suharsimi, Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- Assauri, Sofjan, Manajemen Pemasaran (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014) Atika, Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di PT. BNI Syari'ah CAPEM Plered (IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2017)
- Al Arif , M. Nur Rianto, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah (Bandung: Alfabeta, 2012).
- Fahrian, Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah

Bank BNI 46 Malang (Studi Pada Nasabah BNI 46 Malang Kantor Cabang Pembantu Universitas Negeri Malang), (UIN Malang)

Fadhilah, Layla Nasution, Skripsi (Epektifitas Payment Point dalam menarik Minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan, 2016)

Hasan, Ali, Marketing Bank Syariah (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010)

Ismail, Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi Edisi Pertama, (Jakarta: Kasmir, Pemasaran Bank (Jakarta :Kencana, 2010)

Karunia Eka Lestari dan Mumammad Ridwan Yuda Negara, Penelitian Pendidikan Matematika (Bandung: Refika Aditama, 2015)

Kasmir, Pemasaran Bank (Jakarta : Kencana, 2010).

Kuncoro, Mudrajad, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2014).

Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013)

Maya, *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan*, (IAIN Padangsidimpuan, 2017)

Melayu S.P. Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009).

Nurdin, Ridwan, *Akad-Akad Fiqh Pada Perbankan Syariah di Indonesia Sejarah Konsep dan Perkembangannya*, (Banda Aceh: Yayasan Pena, 2010)

Nasution M.N, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004).

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2000).

Rafsanjani, H. (2022). Confirmatory Factor Analysis (CFA) untuk Mengukur Unidimensional Indikator Pilar Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2).

Rafsanjani, H. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non-Performing Financing: Studi Kasus Pada Bank Dan BPR Syariah Di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 149-167.

Rafsanjani, H., & Sukmana, R. (2014). Pengaruh perbankan atas pertumbuhan ekonomi: studi kasus bank konvensional dan bank syariah di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12(3), 492-502.

Rusdianto, Hutomo” *Pengaruh Bank Syariah Terhadap Minat menabung*

Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating di Pati dalam Jurnal *Equilibrium*, Volume 4, Nomor 1, Juni 2016.

Saleh, Abdul rahman dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu pengantar dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004).

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2013).

Sumantri, Bogja "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah*" dalam Jurnal *Ekonomia*, Volume 10, Nomor 2, Oktober 2014.

Trisnadi, Dedy, "*Pengaruh kualitas Produk Dan Kualitas layanan Terhadap Minat Menabung Kembali di CIMB Niaga*", Jurnal *MIX*, Volume, 6. No.3 Oktober (2013).

Wirdayani Wahab, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru*," dalam Jurnal *Maqdis :Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Volume 2, No. 1 , Januari-Juni 2017 www.Syriamandiri.co.id

www.Teropong.