

## PENGARUH PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGUNAKAN JASA BANK SYARIAH MANDIRI

Erdin Syamsudin<sup>1</sup> Sri Puspita Sari<sup>2</sup>, Adhitya Putri Pratiwi<sup>3</sup>

<sup>12345</sup>Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang

\*E-mail: [Thithasary@gmail.com](mailto:Thithasary@gmail.com)

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Peneliti menguji variabel-variabel tersebut yang diduga berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang memiliki duavariabel independen, yaitu produk dan pelayanan. Dan keputusan sebagai variabel dependen. Data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 responden dengan teknik accidental sampling, sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan. Kemudian teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji statistik dan uji regresi linier berganda. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan, bahwa secara uji individual (uji T test) variabel produk berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah, variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, dan religiusitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan uji statistik menghasilkan bahwa produk dan pelayanan secara bersama-sama (simultan atau F test) memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Produk dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan F hitung 86,942 dengan signifikansi  $0,000$ , lebih kecil dari  $0,05$ . Kemudian hasil dari adjust R square ( $R^2$ ) yang diperoleh  $0,743$  ( $74,3\%$ ). Hal ini berarti produk dan pelayanan berpengaruh positif dan mempengaruhi  $74,3\%$  keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Sedangkan sisanya sebesar  $25,7\%$  dijelaskan variansinya oleh variabel lain di luar model.

Kata Kunci : Produk, Pelayanan, Keputusan

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of products and services on customer decisions to use Islamic banking services. Researchers tested these variables which are thought to influence customer decisions to use Islamic banking services. This research uses quantitative research which has two independent variables, namely product and service. And the decision as the dependent variable. The data used in this study were 90 respondents with accidental sampling technique, while the data collection techniques were carried out using questionnaires and literature study. Then the data analysis techniques used in this study were validity, reliability, classical assumption tests, statistical tests and multiple linear regression tests. From the results of this study, it can be concluded that the individual test (T test) product variables have an effect and are not significant towards customer decisions, service variables have a positive and significant effect on customer decisions, and religiosity also has a positive and significant effect on customer decisions. Based on the statistical test, it shows that the products and services together (simultaneously or F test) have an influence on customer decisions to use Islamic banking services. Products and services evidenced by the F count of  $86,942$  with a significance of  $0.000$ , smaller than  $0.05$ . Then the results of adjust R square ( $R^2$ ) obtained  $0.743$  ( $74.3\%$ ). This means that products and services have a positive effect and affect  $74.3\%$  of customer decisions to use Islamic banking services. While the remaining  $25.7\%$  explained the variance by other variables outside the model.*

*Keywords: Products, Services, Decisions*

## PENDAHULUAN

Dalam Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 1 disebutkan bahwa “Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.” Perbankan syariah adalah ajaran yang mengedepankan nilai-nilai agama dan etika dalam bermuamalah, yang memberikan keuntungan secara adil kepada kedua belah pihak yang bersangkutan tidak memberatkan kepada salah satu pihak saja. Bank syariah tidak hanya berfokus pada tujuan komersial, tetapi perannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat. Hal ini tidak menimbulkan keresahan umat Islam dalam melakukan kegiatan didalamnya tanpa ada rasa khawatir ataupun was-was, karena sudah jelas bahwa perbankan syariah dilarang menggunakan cara-cara yang tidak benar sesuai dengan ajaran Islam. Kehadiran perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya bank Mu’amalat Indonesia. Pendirian bank Mu’amalat menjadi peran penting dalam kehidupan perbankan di Indonesia. Bank Mu’amalat membuktikan mampu bertahan dalam kondisi perekonomian yang sangat parah, saat krisis ekonomi memporak-porandakan bank-bank konvensional. Mardalis dan Zusrony (2009) Kebijakan bunga tinggi yang diterapkan pemerintah Indonesia selama krisis berlangsung telah membuat bank-bank konvensional mengalami negative spread, akibatnya dalam rentang satu tahun 64 bank terlikuidasi dan 45 bank lainnya bermasalah. Karena bank-bank tersebut harus membayar bunga simpanan nasabah yang lebih tinggi dari pada bunga kredit yang diterima debitur. Dengan kondisi ini tidak memberikan pengaruh pada perbankan syariah, sebab bank syariah tidak ada kewajiban untuk membayar bunga simpanan kepada para nasabahnya karena bank syariah menerapkan bagi hasil kepada nasabahnya sesuai dengan margin keuntungan yang diperoleh bank maka dengan adanya sistem yang diterapkan oleh bank syariah ini tentunya tidak mengalami negative spread. Bank Indonesia (2012) berdasarkan laporan perkembangan perbankan syariah tahun 2012 pasca disahkannya Undang-Undang No 21 tahun 2008 tentang perbankan Syariah, Perkembangan perbankan syariah secara nasional, volume usaha perbankan syariah yang terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) meningkat 34,0 % (yoy) dari posisi Rp 149,0 triliun pada tahun 2011, menjadi Rp199,7 triliun pada tahun 2012. Selain itu, kelembagaan jumlah bank

yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah pada tahun 2012 bertambah dengan beroperasinya sejumlah bank syariah baru. Pada tahun 2011 dan 2012 jumlah BUS dan UUS sebanyak 11 BUS dan 24 UUS. Sementara itu jumlah BPRS bertambah dari 155 BPRS menjadi 158 BPRS. 3 Penambahan jumlah BPRS tersebut bersumber dari izin pendirian usaha baru dan 1 izin konversi dari BPR konvensional. Menurut Maski (2010) Perbankan syariah merupakan industri jasa yang relatif baru dimana menerapkan syariah Islam disetiap aktivitas perbankannya. Semakin beratnya persaingan di dunia bisnis jasa bank syariah harus mengetahui strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut. Proses pemasaran sangatlah penting, karena tanpa strategi yang diterapkan oleh pihak bank syariah tentunya tidak dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Bank syariah perlu memperhatikan strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan. Menurut Kotler (2008) pemasaran merupakan proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Perkembangan perbankan semakin meningkat dengan adanya pengetahuan dan kesadaran masyarakat di Indonesia yang mayoritas muslim Salviana (2013). Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Pengaruh produk dapat mempengaruhi masyarakat memilih bank syariah. Produk perbankan yang akan dipilih masyarakat muslim adalah yang bebas dari unsur riba. Untuk itu produk bank syariah merupakan alternatif utama. Menurut Musnaini (2010) prinsip dan produk dalam operasional bank syariah secara umum dikenal dua bentuk utama dalam operasional perbankan syariah yaitu penghimpun dana dan penyaluran dana dimana mekanisme operasional penghimpunan dana perbankan syariah disesuaikan dengan prinsip syariah. Selain kehalalan produk, secara umum calon nasabah yang akan menabung akan memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan (Maski, 2010). Produk sangat bergantung dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank, maka kualitas pelayanan sangat menentukan keunggulan produk Kasmir (2004). Dengan adanya pelayanan yang diberikan secara baik, maka nasabah cepat mengerti dan memahami produk yang disediakan oleh bank syariah dibandingkan produk yang lain. Disamping itu jika pelayanan bersikap keras tidak care terhadap pelanggan maka masyarakat akan menjauh. Upaya yang dilakukan bank syariah, masyarakat memiliki banyak pilihan dalam memilih bank syariah sebagai sarana penyimpanan maupun membantu dalam usaha. Hal ini bank syariah

menerapkan strategi pemasaran tujuannya untuk mudah dimengerti dan diterima oleh masyarakat dalam memilih bank syariah. Menurut Zulpahmi (2010) dalam Yupiter (2012) faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah adalah sebagai berikut: tidak adanya bunga (riba), seluruh produk sesuai syariah, sistem bagi hasil yang adil dan menetralkan. Diinvestasikan pada pekerjaan yang halal dan berkah. Diinvestasikan untuk peningkatan ekonomi dhuafa (lemah), pelayanan yang cepat dan efisien, Sumber Daya Manusia yang profesional dan transparan, sikap dan perilaku karyawan yang ramah dan sopan, adanya jaminan keamanan dana nasabah, produk yang beragam, menarik dan inovatif, lokasi yang mudah dijangkau dan strategis, proses bagi hasil yang sama-sama menguntungkan, fasilitas ATM dan cabang mudah ditemukan, pelayanan yang mudah dan tidak berbelit-belit, bangunan dan ruangan bank yang bersih dan nyaman, promosi dari bank, adanya dorongan dari pihak lain, sosialisasi melalui tokoh masyarakat dan ulama, adanya konsep yang saling menguntungkan, suku bunga di bank konvensional tidak tetap. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian “PENGARUH PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH MANDIRI”

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, (field research) yaitu penelitian yang dilakukan dalam ranah kehidupan yang sebenarnya. Selain itu, penulis juga menggunakan penelitian kepustakaan (library research) guna membantu melengkapi data dalam penelitian.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka atau pertanyaan-pertanyaan yang dinilai dan dianalisis dengan analisis statistik (Sugiyono, 2011). dan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

. Produk dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank

syariah. Hal ini dibuktikan dengan Fhitung 86.942 dengan signifikan  $\alpha$  0,000, lebih kecil dari 0,05. Kemudian hasil dari adjust R square ( $R^2$ ) yang diperoleh 0,743 (74,3%). Hal ini berarti produk dan pelayanan berpengaruh positif dan mempengaruhi 74,3% keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Sedangkan sisanya sebesar 25,7% dijelaskan variansinya oleh variabel lain di luar model.

### Uji Validitas Variabel X1 (Produk)

Pertanyaan	R hitung	R Tabel	Kesimpulan
X1.1	0,611	0,17450	Valid
X1.2	0,676	0,17450	Valid
X1.3	0,719	0,17450	Valid
X1.4	0,651	0,17450	Valid
X1.5	0,242	0,17450	Valid

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel X1 dapat dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki nilai rhitung yang lebih besar dari rtabel yaitu sebesar 0,1745.

### Uji Validitas Variabel X2 (Pelayanan)

Pertanyaan	R hitung	R Tabel	Kesimpulan
X2.1	0,574	0,17450	Valid
X2.2	0,689	0,17450	Valid
X2.3	0,465	0,17450	Valid
X2.4	0,366	0,17450	Valid
X2.5	0,532	0,17450	Valid

Berdasarkan tabel diatas, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel X2 dapat dinyatakan valid, karena seluruh item pernyataan memiliki rhitung lebih besar dari rtabel yaitu sebesar 0,1745.

Tabel 3

### Uji Validitas Variabel Y (Keputusan)

Pertanyaan	R hitung	R Tabel	Kesimpulan
Y1.1	0,540	0,1745	Valid

Y1.2	0,512	0,1745	Valid
Y1.3	0,645	0,1745	Valid
Y1.4	0,654	0,1745	Valid
Y1.5	0,285	0,1745	Valid

Berdasarkan tabel diatas, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel Y dapat dinyatakan valid, karena seluruh item pernyataan memiliki rhitung lebih besar dari rtabel yaitu sebesar 0,1745.

#### Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coeficients	Cronbach Alpha	Keterangan
XI (Produk)	5 Items	0,727	Reliabel
X2 (Pelayanan)	5 Items	0,682	Reliabel
Y (Keputusan)	5 Items	0,685	Reliabel

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel, yaitu variabel X1(Produk), X2 (Pelayanan), dan Y (Keputusan) dalam penelitian tersebut reliabel.

#### Uji Normalitas

##### Hasil Uji Kolmogrov Smirnov

##### One simple Kolmogrov-Smirnov Test

Sampel A	Kolmogrov - Smirnov Z	Signifikansi	Kesimpulan
90 T	0,802	0,540	Normal

Berdasarkan hasil diatas diketahui bahwa nilai signifikan sebesar  $0,540 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

#### Uji Multikolinieritas Hasil Uji Multikolinieritas Coefficientsa

Variabel	Tolerance	VIF
XI (Produk)	0,968	1,033
X2 (Pelayanan)	0,959	1,042
Y (Keputusan)	0,990	1,010

Berdasarkan data *output* diatas diketahui bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,10, sementara nilai VIF lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

#### Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda dan Persamaan Regresi

Variabel	Prediksi	Koefisien	t hitung	Signifikan	Keterangan
(Constant)	-	-4,927	-2,019	0,047	
Produk	-	0,099	1,703	0,092	Ditolak
Pelayanan-	-	0,301	5,164	0,000	Diterima

R = 0.867  
R Square = 0.752  
Adjusted R2 = 0.743  
F hitung = 86.942

#### Hasil Uji F Statistik

ANNOVA					
Model	Sun of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	862,444	4	215,611	86,94	.000b
Residual	210,8	85	2,48		

Total	1.073,2	89			
	2				

Berdasarkan data pada kolom F diatas nilai Fhitung adalah 86.942 sedangkan pada Ftabel diperoleh nilai df 1 (jumlah variabel) atau  $5-1 = 4$  dan df 2 ( $n-k-1$ ) atau  $90 - 4-1 = 85$  dan menghasilkan nilai Ftabel sebesar 2,48 nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai Fhitung > Ftabel sebesar  $86.942 > 2,48$ , Sehingga keputusan Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian secara simultan ketiga variabel independen signifikan mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah.

### Uji T (Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen atau bebas secara individual dalam mengukur variasi variabel dependen terkait. Jika nilai t hitung > dari ttabel maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara individual berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi t hitung lebih kecil dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan thitung = atau - thitung = -ttabel jadi Ho diterima thitung > ttabel atau -thitung < ttabel jadi Ho ditolak. Dalam penelitian ini 113 menggunakan ttabel yang diperoleh dari  $df = n-1$  ( $90-1 = 89$ ) dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh ttabel sebesar 1,662 adapun hasil uji t adalah sebagai berikut.

Variabel	Prediksi	Koefisien	thitung	Signifikansi	Keterangan
(Constant)	-	-4,927	-2.019	0.047	
Produk	-	0.099	1.703	0,092	Ditolak
Pelayanan	-	0,301	5.164	0.000	Diterima

H1 = Produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel produk memiliki nilai t hitung sebesar 1,703 dengan sig 0,092. Hal ini berarti bahwa thitung > ttabel (1,662) maka Ho ditolak sehingga variabel produk

secara statistik dengan  $\alpha = 5\%$  memiliki pengaruh, tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai (sig 0,092 > 0,05).

H2 = Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 5,164 dengan sig 0,000. Hal ini berarti bahwa thitung > ttabel (1,662) maka Ho ditolak sehingga variabel produk secara statistik dengan ( $\alpha$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai (sig 0,000 < 0,05). Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, hal ini berarti variabel produk, pelayanan

### KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan empat hipotesis yang diterima dengan keterangan sebagai berikut:

1. Produk berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung variabel produk sebesar 1,703 dengan taraf signifikansi sebesar 0,092 lebih besar dari 0,05. maka semakin banyak ragam produk tabungan, semakin menarik produk tabungan, dapat memberi kemudahan bagi nasabah dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah, akan semakin tinggi. Dengan demikian, Ho ditolak, dan Ha diterima.
2. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan thitung variabel pelayanan sebesar 5,164 dengan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi juga keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima. Pelayanan ini adalah bentuk jasa yang 138 dilakukan oleh pihak Mandiri Syariah, dengan bentuk pelayanan karyawan yang ramah, sopan, perhatian, sabar, dapat memberikan info yang akurat, cepat tanggap, dan berpenampilan rapi. Produk, Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan Fhitung 86.942 dengan 139 signifikansi 0,000, lebih kecil dari 0,05. Kemudian hasil dari adjust R square (R2) yang diperoleh 0,743

(74,3%). Hal ini berarti produk, pelayanan, berpengaruh positif dan mempengaruhi 74,3% keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Sedangkan sisanya sebesar 25,7% dijelaskan variansinya oleh variabel lain di luar model.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin. *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Antonio, Muhammad Syafii. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: GemaInsani, 2016.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi revisi Jakarta: Rineka Cipta, 2010
- Basrowi dan Suwandi. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008
- Cooper dan Schinder. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Rineka Cipta, 2011
- Depag RI, *Al- Qur'an Tajwid dan Terjemah*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro 2012.
- Dewan Pengurus Nasional FORDEBI dan ADESY. *Ekonomi dan Bisnis Islam seri konsep dan aplikasi ekonomi dan bisnis Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2009.
- Glock dan Stark, dkk. *Psikologi Terapan, Mengupas Dinamika Kehidupan Umat Manusia* (Yogyakarta: Darussalam, 2004)
- Hakim, Lukman. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Penerbit Erlangga, 2012
- Kasmir. *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005
- . *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2005
- Kotler, Philp. *Dasar-Dasar Pemasaran jilid 2*, Jakarta: Prenhallindo, 1997.
- Lupioadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba empat, 2000
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: AMPYKPN, 2002.
- Naf'an. *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014
- Nurul Huda, Mohamad Heykal. *Lembaga Keuangan Islam, tinjauan teoritis dan praktis*, Jakarta: Kencana. Mei 2010.
- Priyatno, Duwi. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis dan Penelitian SPSS*, Yogyakarta: Gava Media, 2010.
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta 2013. -----, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2008
- Suharsaputra, Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan tindakan*, Bandung Refika A 2014
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metode Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian* Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, konsep, strategi dan kasus* Yogyakarta: Caps, 2012.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Rosda, 2002.
- Tika, Moh. Pabundu. *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Tjiptono, Fendi. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Bayumedia, 2011.
- Yusanto, Muhammad Ismail. Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

#### JURNAL

- Alfi Mulikhah Lestari. “Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah”. *Jurnal Ilmiah*, (Malang, 2015).
- Asraf. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menyimpan Dana di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaraman Barat Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator, e-journal apresisasi ekonomi volume 2 nomor 1 Januari 2014.
- Bagja Sumantri. “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah”, *jurnal economia*, Vol 10 nomor 2 (Oktober, 2014).

- Dewi Nur Ika. Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah pada BRI cabang Malang, Malang, 2013.
- EL-JIZYA, Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto, jurnal Ekonomi Islam, volume 4 nomor 1 Juni 2016
- Faridah Nur Azizah. “Pengaruh Religiusitas, Pemahaman Produk ,dan Pelayanan Terhadap Permintaan Pembiayaan di KSU Ja’far Medika Syariah”, skripsi(2017).
- Ghozali Maski.“ Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik, Studi pada Bank Syariah Malang”, Jounal of Indonesia Applied Economics, Vol 4 No. 1 ( Mei. 2010). Jabnour, Naceur. Islam and Management, Riyadh:International Islamic Publishing Publishing House, 2005.
- Misbach Irwan. Perbandingan Kualitas Layanan Bank Syariah dan Bank Konvensional (pendekatan model PBZ), Jurnal Keuangan dan Perbankan, volume 20 nomor 1 Januari2016.
- Nidaul Chusnah. “Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang PembantuMagelang”, skripsi (2016).
- Toni Prasetyo Utomo. “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah”, Artikel jurnal,( Malang, 2014).
- Trisera Reny Hapsari, Pengaruh Kualitas Produk dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Muamalat Indonesia, studi kasus pada kantor kas Baiturrahman Bank Muamalat Indonesia.
- Yoiz Shofwa. “ Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto”,Jurnal Ekonomi Islam, El-Jizya,Vol 4 nomor 1 ( januari - Juni, 2016).