
Pengaruh Faktor Pelayanan, Produk, dan Pendidikan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bank Syariah di Indonesia

Muhammad Haris^a, Atina Shofawati^b

^a Universitas Airlangga, muhammad.haris-2019@feb.unair.ac.id

^b Universitas Airlangga, atina-o@feb.unair.ac.id

INFO ARTIKEL

Keywords:

Factors, Customers Interest, Sharia Bank, Multiple Linear Regression.

Kata Kunci:

Faktor, Minat Nasabah, Bank Syariah, Regresi Linear Berganda

ABSTRACT

This study aims to explain the influence of service, product, and educational factors on customer interest in using Islamic banks in Indonesia. The data used in this study are primary data obtained from online questionnaires using a purposive sampling technique. The criteria used to fulfill this research are Islamic bank customers in Indonesia and use wadiah savings products. From the questionnaire and these criteria, it was found that 102 respondents met the requirements which would then be processed using multiple linear regression analysis using the IBM SPSS statistical tool. The results showed that partially service variables did not have a significant effect on customer interest, while product and education variables had a significant effect on customer interest. Simultaneously the service, product, and education variables have a significant influence on customer interest.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh faktor pelayanan, produk, dan pendidikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan bank syariah di Indonesia. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang didapat dari kuesioner secara online dengan teknik purposive sampling. Kriteria yang digunakan untuk memenuhi penelitian ini adalah nasabah bank syariah di Indonesia dan menggunakan produk tabungan wadiah. Dari kuesioner dan kriteria tersebut didapati sebanyak 102 responden yang memenuhi syarat yang kemudian akan dilakukan olah data menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan alat statistik IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah sedangkan variabel produk dan pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Secara simultan variabel pelayanan, produk, dan pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

PENDAHULUAN

Kegiatan perbankan merupakan salah satu usaha ekonomi Islam dalam mencapai maslahahnya. Kegiatan yang ada dalam perbankan adalah menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan jasa penerimaan uang (Sahara, 2020). Perbankan adalah salah satu lembaga keuangan yang memiliki peranan penting untuk meningkatkan perekonomian di suatu negara. Bank syariah memiliki peranan penting dalam membantu nasabah dalam mengelola uangnya, hal ini terdapat dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah (2) yang berbunyi:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

wa ta'awanu 'alal-birri wat-taqwa wa la ta'awanu 'alal-ismi wal-'udwani wattaqullah, innallaha syadadul-'iqab.

Artinya: “Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.” (Kemenag, 2022).

Bank memiliki pengertian menurut UU Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 1 ayat (2) tentang perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan ialah salah satu badan usaha yang memiliki peran mengumpulkan dana dari masyarakat yang berbentuk simpanan serta menyalurkannya baik dalam bentuk kredit maupun lainnya agar meningkatkan kelayakan hidup banyak orang. Di Indonesia sendiri memiliki dua jenis bank, yaitu bank konvensional dan bank syariah (OJK, 1998).

Bank Syariah memiliki keunggulan dalam menjembatani perekonomian, bank syariah menggunakan sistem operasionalnya berdasarkan prinsip Syariah, yaitu dengan mengutamakan nilai-nilai Islam dan atas dasar Al-Quran dan Hadits, yang salah satunya adalah sistem bagi hasil. Bank syariah merupakan salah satu perkembangan dari ekonomi Islam yang kegiatannya melarang penggunaan sistem bunga (riba), karena sistem bunga sangat dilarang oleh agama Islam (Sahara, 2020). Sesuai dengan anjuran Allah SWT didalam Al-Qur'an pada surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Yā ayyuhallazīna āmanū lā ta`kulū amwālakum bainakum bil-bāṭili illā an takūna tijāratan 'an tarāḍim mingkum, wa lā taqtulū anfusakum, innallāha kāna bikum rahīmā

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Kemenag, 2022).

Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia kini memiliki perkembangan yang

cukup signifikan, sudah banyak perusahaan bank konvensional melakukan *merger* ke bank syariah. Gambar 1.1 menunjukkan perkembangan jumlah perbankan yang ada di Indonesia di setiap tahunnya.



Sumber: Data Statistik Perbankan Syariah (OJK, 2018)

Gambar 1. Perkembangan Jumlah Perbankan Syariah di Indonesia pada Tahun 2005 -2018

Berdasarkan Gambar 1. menghasilkan perkembangan yang dialami oleh bank syariah di Indonesia karena diciptakannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah membuat pelaku perbankan syariah di Indonesia semakin yakin karena memiliki landasan hukum yang syahih sehingga memudahkan untuk memajukan perkembangan dan mudah dipercaya masyarakat. Sejak adanya landasan hukum yang syahih, Indonesia mulai serius untuk mengembangkan lembaga keuangan yang berbasis syariah agar bisa membuktikan keunggulannya dalam menguatkan stabilitas sistem keuangan di Indonesia dengan ketentuan yang sudah jelas diatur oleh Al-Qur'an dan hadits (Ayu, 2018).

Berdasarkan data yang diambil, jumlah masyarakat Indonesia yang sudah menjadi nasabah bank syariah pada tahun 2019 sebanyak 19.445.128 nasabah, namun pada tahun 2018 nasabah bank syariah sebanyak 17.909.582 nasabah. Data di atas menunjukkan bahwa nasabah bank syariah memiliki peningkatan di setiap tahunnya sehingga bank syariah memiliki potensi pengembangan yang cukup besar di setiap tahunnya (OJK, 2019).

Nasabah akan berminat menggunakan bank syariah jika dirasa menguntungkan untuk dirinya. Minat adalah suatu kegiatan yang bisa menimbulkan rasa senang seseorang terhadap aktivitas dan situasi yang membuat perhatian lebih atau tindakan yang melibatkan orang (Bakhri dkk., 2020). Minat memiliki ketertarikan khusus dan rasa suka yang lebih pada sesuatu atau kegiatan tanpa adanya paksaan. Minat berkaitan dengan adanya suatu perolehan yang timbul dari pihak luar, jika semakin besar atau semakin jelas perolehan tersebut akan menimbulkan minat yang lebih besar (Slameto, 2010).

Minat nasabah akan muncul jika bank syariah memberikan kualitas pelayanan dan keunggulan produk yang diharapkan oleh nasabah. Pelayanan yang diberikan oleh bank syariah merupakan suatu kepuasan bagi nasabah dalam tetap selalu loyal kepada

bank dalam menggunakan produk dan jasa yang dipasarkan baik berupa produk penghimpunan dana maupun produk penyaluran dana (pembiayaan) (Damayanti, 2017). Kualitas pelayanan menjadi keunggulan yang diinginkan nasabah dalam memenuhi keinginannya. Jika pelayanan yang diterima nasabah sesuai dengan harapannya, maka pelayanan bank syariah tersebut dapat dikatakan ideal, namun jika yang diterima nasabah tidak sesuai dengan harapan, maka pelayanan bank syariah tersebut dapat dikatakan buruk. Maka dari itu, bank syariah harus terus meningkatkan pelayanannya karena tujuan dari kegiatan bank syariah ialah memberikan bantuan yang mengutamakan keberhasilan dan kepercayaan yang akibatnya mempengaruhi tingkat pelayanan yang diberikan menjadi faktor utama dalam keberhasilan usaha tersebut (Munajim dan Anwar, 2016).

Faktor lainnya yang berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan bank syariah adalah keunggulan produk. Keunggulan produk menjadi salah satu pertimbangan seseorang untuk berminat menggunakan bank syariah (Daulay dan Ilhamy, 2016). Produk pada hakikatnya ditujukan untuk pemuasan kebutuhan nasabah di dalam seluruh aktivitas keuangan. Pemasaran syariah, produk merupakan sesuatu yang dapat berguna dan bermanfaat jika digunakan serta dapat menghasilkan sesuai dengan yang diinginkan nasabah (Darmawan dkk., 2019). Seperti produk tabungan wadiah, produk ini merupakan produk unggulan yang diberikan oleh bank umum syariah karena produk tabungan wadiah tidak dipotong biaya administrasi. Berikut ini adalah perbandingan produk tabungan wadiah dan produk tabungan mudharabah.

Tabel 1.1 Perbandingan Produk Tabungan Wadiah dan Mudharabah di BUS Indonesia pada Tahun 2019-2021

Produk	2019	2020	2021
Tabungan Wadiah	1,88%	1,77%	1,77%
Tabungan Mudharabah	1,88%	1,72%	1,42%

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2021

Berdasarkan data Tabel 1.1, pada tahun 2019 produk tabungan wadiah dan mudharabah memiliki jumlah peminat yang sama yaitu 1,88%, namun pada tahun 2020 peminat tabungan wadiah lebih besar 0,05% dibandingkan tabungan mudharabah, dan ditahun 2021 peminat tabungan wadiah lebih besar yaitu 1,77% dan tabungan mudharabah lebih kecil yaitu 1,42% (OJK, 2021). Hasil dari data tersebut membuat peneliti untuk menggunakan produk tabungan wadiah sebagai komponen yang dapat meningkatkan keinginan pelanggan untuk menjadi nasabah bank syariah.

Faktor produk dan pelayanan yang dimiliki bank syariah tidak cukup untuk memenuhi minat nasabah dalam menggunakan bank syariah, tetapi juga faktor yang ada pada nasabah juga menjadi penentu nasabah berminat menggunakan bank syariah yang salah satunya yaitu faktor pendidikan dari nasabah tersebut. Pendidikan

merupakan salah satu faktor individual yang ada di dalam diri nasabah itu sendiri, faktor tersebut menentukan pola atau cara berfikir nasabah tersebut dalam mengambil suatu tindakan sehingga pendidikan bisa menjadi salah satu faktor nasabah untuk menjadi nasabah bank syariah (Desiana dkk., 2018). Pendidikan adalah salah satu usaha seseorang atau kelompok dalam meraih kehidupan yang lebih tinggi atau menjadikan hidup yang lebih memiliki tujuan agar terbentuknya suatu mental (Didin dan Imam, 2013). Wawasan nasabah dalam mengetahui bank syariah tergantung tingkat pendidikan nasabah tersebut, semakin tinggi pendidikan maka semakin mudah dalam menerima dan memahami tentang bank syariah (Saputra dan Ghani, 2016).

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan bank syariah tersebut mengharuskan pihak manajemen bank syariah bisa memahami keadaan nasabah dan juga apa yang diinginkan nasabah dalam memilih menggunakan bank syariah. Menurut (Dubois dan Kotler, 1999) untuk mengetahui bagaimana keinginan nasabah dan mendekati nasabah harus diupayakan melalui menawarkan pelayanan serta produk yang terbaik untuk diberikan ke nasabah. Nasabah memiliki jenis yang berbeda-beda, ada nasabah yang memiliki sifat emosional (psikologis) dan ada juga nasabah yang memiliki sifat rasional, yaitu mengambil keputusan dengan alasan yang logis (Musthofa dan Musfiroh, 2022). Berdasarkan penjelasan di atas terdapat rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan Bank Umum Syariah di Indonesia?
2. Apakah produk memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan Bank Umum Syariah di Indonesia?
3. Apakah pendidikan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan Bank Umum Syariah di Indonesia?

Sedangkan untuk tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan Bank Umum Syariah di Indonesia;
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan Bank Umum Syariah di Indonesia;
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pendidikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan Bank Umum Syariah di Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Bank Syariah

Bank Syariah ialah lembaga keuangan yang menggunakan asas sesuai dengan syariat islam dalam memberikan kredit atau jasa lainnya pada lalu lintas pembayaran dan juga pada saat peredaran uang (Sudarsono, 2008). Pengertian bank syariah Menurut UU Nomor 21 Tahun 2008 adalah lembaga keuangan berdasarkan asas

syariat islam selama menjalankan usahanya dan memiliki struktur yang meliputi kelembagaan, memiliki rencana bisnis, serta prosedur untuk melaksanakannya disesuaikan dengan Bank Pembiayaan Syariah (BPS) dan Bank Umum Syariah.

Peran bank syariah memiliki pengaruh dalam mengembangkan usaha di sektor rill (Mufidah, 2016). Bank Syariah hadir untuk menghindari adanya praktek riba, sebagai lembaga keuangan yang berbasis syariah mengharuskan melakukan segala kegiatannya sesuai dengan prinsip yang tidak menggunakan sistem bunga (Saputra dan Ghani, 2016). Hal itu tercantum didalam surat Hud ayat 86 yang berisi:

بَقِيَّتُ اللَّهِ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ۗ وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِحَفِيظٍ

Baqiyyatullāhi khairul lakum ing kuntum mu`minīn, wa mā ana 'alaikum bihafiz

Artinya: “Apa yang tersisa (dari keuntungan yang halal) yang dianugerahkan Allah lebih baik bagimu jika kamu orang-orang beriman. Aku bukanlah pengawas atas dirimu” (Kemenag, 2022).

Pelayanan

Pelayanan dapat diartikan seperti perbuatan yang diberikan produsen dengan tujuan untuk memenuhi apa yang konsumen butuhkan dan inginkan agar konsumen tersebut merasa puas dan senang. Semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan membuat konsumen melakukan transaksi berulang (Damayanti, 2017). Pelayanan adalah faktor yang sangat penting didalam dunia perbankan, karena fokus usaha perbankan ialah menawarkan jasa sehingga harus mengutamakan pelayanan yang terbaik agar nasabah bisa tertarik untuk menggunkan jasanya (Sumantri, 2014). Sesuai dengan yang dituangkan dalam surat Al-Maidah ayat 1 yang isinya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Yā ayyuhal-lazīna āmanū aufū bil-'uqūd(i)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman penuhilah akad-akad itu” (Kemenag, 2022).

Pada ayat di atas menjelaskan bahwa setiap orang yang beriman untuk selalu mengerjakan apa yang telah ia janjikan dengan akad yang telah ditetapkan baik perakataan ataupun perbuatan. Pelayanan adalah suatu kegiatan yang ditawarkan bank syariah yang tujuannya sebagai memenuhi apa yang nasabah butuhkan (Badri, 2008).

Bank dapat memberikan pelayanan ke nasabah berupa kegiatan yang dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Bentuk pelayanan yang diberikan ke nasabah dapat berupa keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, berwujud, dan empati (Marlina dan Rosdiana, 2020)

Produk

Produk adalah segala sesuatu yang menarik perhatian publik karena bisa didapatkan baik yang berwujud maupun tidak dan berguna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat (Kotler, 2000). Menurut (Malik, 2018) produk

merupakan segala sesuatu yang berbentuk jasa, psikis, atribut fisik, dan lainnya yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat dan diharapkan produk yang diberikan bisa berkembang dan menjauhi dari produk yang kemungkinan gagal. Produk dapat diartikan sebagai suatu hal yang bisa memberikan manfaat ke penggunaannya untuk memenuhi apa yang diinginkan dan butuhkan dalam kegiatan sehari-hari. Produk bisa digunakan untuk melengkapi kegiatan rohani dan juga jasmani (Musthofa dan Musfiroh, 2022). Produk yang ada di bank syariah harus dipahami karakteristiknya karena sangat penting bagi pemasar disaat menawarkan produknya ke pelanggan (Suryani, 2017).

Akad wadiah adalah salah satu akad yang digunakan pada produk tabungan bank syariah yang jenisnya sebagai simpanan murni. Akad wadiah berguna sebagai titipan yang wajib untuk dijaga dan dikembalikan lagi tergantung permintaan dari penyimpan. Akad ini biasanya digunakan dari satu pihak ke pihak lain baik yang berbentuk perorangan atau badan hukum. Akad wadiah tepat digunakan untuk melakukan penitipan barang seperti uang, surat berharga, dokumen penting dan sebagainya karena sangat menjaga barang titipan dari pencurian, kehilangan, kerusakan, dan lain sebagainya (Jalaludin, 2015).

Pendidikan

Pendidikan adalah suatu kegiatan yang sedang dikerjakan dan berkaitan dengan mental seseorang atau sekelompok orang yang bertujuan untuk meraih cita-cita yang lebih tinggi (Didin dan Imam, 2013). Menurut Undang – Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 menyebutkan bahwa pendidikan merupakan suatu proses pembelajaran yang sudah direncanakan agar terciptanya pengendalian dalam diri, kecerdasan, memiliki akhlak yang mulia, kepaahaman spiritual dan keterampilan yang berguna untuk diri sendiri maupun negara. Menurut (Manullang, 2008) Pendidikan merupakan suatu proses dalam mengembangkan kemampuan seseorang dengan media pembelajaran, pelatihan, dan pengajaran agar terbentuknya sikap, pengetahuan, keterampilan, dan nilai yang berguna untuk menjalani kehidupan sehari-hari. Pendidikan sangat penting di dunia pekerjaan karena untuk mengambil tindakan dibutuhkan wawasan yang luas dan kepandaian sesuai dengan bidang pekerjaan yang dilakukan.

Pada buku yang ditulis oleh (Sastrawijaya, 1991) menyebutkan bahwa pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam membangun bidang sosial dan ekonomi di suatu negara serta pendidikan bisa membuat tingkat literasi dan keterampilan masyarakat meningkat, sehingga memudahkan untuk mendapatkan kesempatan kerja, produktivitas dan pertumbuhan ekonomi. Selain itu, pendidikan membuat seseorang menjadi lebih terbuka, toleran, inklusi, dan mengembangkan derajat hidup yang lebih baik lagi.

Minat

Minat adalah suatu keinginan yang besar untuk mencapai sesuatu. Minat muncul

karena aspek kejiwaan seseorang agar melakukan apapun karena merasa adanya dorongan dan ingin mengetahui agar terpenuhi kebutuhannya. Minat juga akan muncul pada seseorang tanpa adanya paksaan dari orang lain, karena adanya rasa ketertarikan pada objek atau aktivitas yang di rasa bisa membuat dirinya senang (Dasopang dan Rokan, 2022). Menurut (Hasibuan dan Wahyuni, 2020) minat yaitu suatu dorongan seseorang untuk melakukan apa saja dalam mengejar keinginannya, semua yang diinginkan akan menimbulkan suatu kebutuhan. Minat akan terbentuk jika berkaitan dengan suatu objek, sehingga seseorang dapat terbentuk minatnya karena melihat tindakan orang lain. Dalam dunia perbankan, nasabah mengukur minatnya dalam keuangan syariah dengan mempertimbangkan bagaimana orang lain menggunakan produk dan jasa bank syariah serta menentukan suatu tindakan disaat menggunakannya (Marlina dan Rosdiana, 2020).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Nasabah

Pelayanan adalah suatu tindakan produsen yang terjadi pada saat sesudah dan sebelum adanya kesepakatan baik berbentuk barang maupun jasa yang ditujukan ke konsumen untuk melengkapi harapan dan keperluan konsumen sehingga konsumen akan merasa puas dengan apa yang telah diterimanya (Kotler, 2002). Menurut penelitian yang dikerjakan oleh (Damayanti, 2017) menghasilkan jika variabel pelayanan berpengaruh signifikan. Baik atau buruknya pelayanan yang diberikan karyawan bank syariah akan bernilai bagi kepuasan dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan bank syariah. Dengan memberikan respon yang cepat dan jelas maka permasalahan nasabah akan cepat terselesaikan.

H1: Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan bank syariah

Pengaruh Produk Terhadap Minat Nasabah

Penelitian yang diteliti oleh (Sumantri, 2014) jika variabel produk memiliki pengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, Nasabah akan semakin sering menggunakan bank syariah jika mengemahami persepsi produk yang diberikan bank syariah. Menurut (Maharani dkk., 2021) bahwa variabel produk memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah, hal ini karena pemahannya cara penggunaan dan manfaat yang didapatkan jika bertransaksi dengan produk yang ada di bank syariah. Berbeda dengan penelitian (Darmawan dkk., 2019), karena hasil dari penelitiannya menunjukkan jika variabel produk memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat nasabah karena kurangnya pengenalan produk yang diberikan bank syariah yang membuat nasabah kurang memahami keuntungan dari produk tersebut. Terdapat penelitian dengan hasil serupa dari (Romdhoni dan Sari, 2018) jika variabel produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

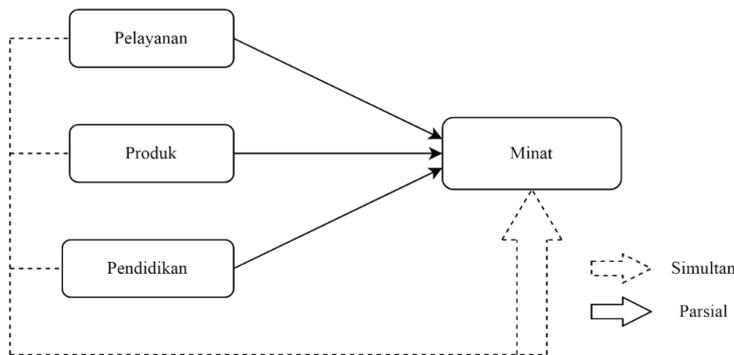
H2: Produk berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan bank syariah

Pengaruh Pendidikan Terhadap Minat Nasabah

Penelitian (Mustajib, 2019) menunjukkan jika tingkat pendidikan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Menurut penelitian (Romdhoni dan Sari, 2018) menghasilkan jika variabel pendidikan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah karena tingkat pendidikan nasabah akan mempengaruhi pemikiran seseorang untuk mengambil suatu tindakan disaat terjadinya masalah, nasabah yang memiliki pendidikan tinggi akan berbeda pendapat dengan nasabah yang tingkat pendidikannya rendah. Penelitian (Nurudin dkk., 2021) menunjukkan jika variabel pendidikan terhadap minat menabung santri tidak memiliki pengaruh karena faktor latar belakang pendidikan yang berdasarkan agama masih berpendapat jika bank syariah sama seperti bank konvensional.

H3: Pendidikan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan bank syariah

METODE PENELITIAN



Sumber: Peneliti

Gambar 2. Metode Empiris

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian metode kuantitatif. Pengertian penelitian kuantitatif menurut (Ahyar dkk., 2020) adalah suatu penelitian yang menyatakan adanya petunjuk bersifat holistik-konsektual dengan melakukan penyatuan dari berbagai data yang memiliki latar alami serta menggunakan seorang peneliti sebagai perangkat penting. Penelitian kuantitatif lebih berfokus pada pengukuran dan analisis yang terdapat adanya hubungan sebab-akibat dari berbagai variabel yang digunakan dan penelitian dikatakan memiliki bentuk yang bebas. Uji hipotesis yang digunakan ialah metode regresi linear berganda serta uji asumsi klasik sebagai standar pemenuhan pengujian agar memperoleh model regresi yang terbaik.

Alat yang digunakan untuk menganalisis statistik yaitu IBM SPSS 26 dengan menganalisa Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Statistik.

Sumber dan Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara *online* yang ditujukan ke nasabah bank syariah di Indonesia dan pemilik tabungan wadiah. Perhitungan kuesioner diukur menggunakan skala *Likert* dengan poin 1 – 5, untuk poin 1 “sangat tidak setuju” dan poin 5 “sangat setuju” dengan pertanyaan yang diberikan.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini tidak mengetahui secara rinci berapa banyak nasabah yang menggunakan bank syariah, sehingga penelitian ini dilaksanakan secara *sampling*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* (Sugiyono, 2013) adalah salah satu teknik yang pengambilan sampelnya tidak memberikan peluang/harapan yang sama untuk masing-masing unsur atau bagian populasi yang digunakan sebagai sampel.

Teknik pengambilan data yang dipilih menggunakan *Purposive sampling* yang artinya sampel yang digunakan setelah dilakukannya penilaian tertentu. Kriteria responden yang digunakan pada penelitian ini adalah nasabah Bank Umum Syariah dan pengguna produk tabungan Wadiah (Hair, 1998) berpendapat jika jumlah sampel yang digunakan pada teknik analisis regresi minimal 15-20 kali jumlah variabel yang dipakai pada penelitian. Penelitian ini memiliki empat variabel, sehingga jumlah sampel yang harus dipenuhi sebanyak 80 responden.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Nilai konstanta menunjukkan nilai yang positif sebesar 6,623. Dapat disimpulkan adanya minat nasabah bank syariah pada Pelayanan (X_1), Produk (X_2), dan Pendidikan (X_3) meskipun bernilai nol (0) terhadap Y .

Nilai koefisien regresi pada variabel Pelayanan (X_1) terdapat hasil yang negatif sebesar -0,506. Dapat disimpulkan jika terdapat penambahan satu satuan skor Pelayanan (X_1) maka akan mengalami penurunan terhadap skor minat nasabah bank syariah, sehingga menurunkan minat nasabah dalam menggunakan bank syariah.

Nilai koefisien regresi pada variabel Produk (X_2) mendapatkan hasil yang positif sebesar 0,638. Dapat disimpulkan jika terdapat penambahan satu satuan skor Produk (X_2) maka akan menambah skor minat nasabah bank syariah, sehingga meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan bank syariah.

Nilai koefisien regresi pada variabel Pendidikan (X_3) mendapatkan hasil yang positif sebesar 0,405. Dapat disimpulkan jika terdapat penambahan satu satuan skor

Pendidikan (X_3) maka akan menambah skor minat nasabah bank syariah, sehingga meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan bank syariah.

Uji Instrumen

Hasil uji validitas setelah dilakukannya eliminasi terhadap indikator yang tidak valid memiliki perubahan nilai yang berbeda, sesuai dengan kriteria pengujian dengan taraf signifikansi (α) = 0,05 dan nilai r tabel sebesar 0,195, maka data di atas dapat dikatakan valid, karena nilai r hitung atau *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai r tabel. Dapat disimpulkan jika hasil ini dapat mengikuti uji-uji selanjutnya.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan jika *Cronbach's Alpha* mendapatkan angka sebesar 0,893 yang dimana angka tersebut lebih dari 0,70. Data ini dapat disimpulkan jika kuesioner yang digunakan untuk melakukan penelitian tersebut *reliable*.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas menunjukkan jika nilai residual berdistribusi normal dikarenakan garis (titik-titik) yang terdapat pada gambar *Normal Probability Plot* menggambarkan data sebenarnya mengikuti ke garis diagonalnya.

Hasil Uji Multikolinearitas menunjukkan jika nilai *Tolerance* untuk variabel Pelayanan (X_1) mendapatkan nilai 0,343, variabel Produk (X_2) dengan angka 0,322, dan variabel Pendidikan (X_3) sebesar 0,899. Hal ini membuktikan jika nilai *Tolerance* pada setiap variabel lebih besar dari 0,10. Sedangkan untuk nilai VIF pada variabel Pelayanan (X_1) memperoleh nilai sebesar 2,913, variabel Produk (X_2) dengan angka 3,101, dan variabel Pendidikan (X_3) sebesar 1,112. Nilai VIF dari setiap variabel lebih kecil dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan jika Uji Multikolinearitas di setiap variabel pada penelitian ini tidak adanya gejala multikolinearitas.

Hasil uji *heteroskedastisitas* dengan uji glejser yaitu nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Pelayanan (X_1) adalah 0,618, untuk variabel Produk (X_2) adalah 0,380, dan untuk variabel Pendidikan sebesar 0,093. Hasil nilai ini dapat dikatakan jika ketiga variabel di atas lebih besar dari 0,05 atau 5%, sehingga nilai tersebut terindikasi tidak terjadi gejala *heteroskedastisitas* (Ghozali, 2009).

Uji Statistik

Hasil dari uji parsial (uji t) menyatakan jika nilai t_{tabel} sebesar 1,987, hasil ini menyimpulkan jika variabel Pelayanan (X_1) pada Tabel di atas menunjukkan jika nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ dan t_{tabel} sebesar -2,858. Dikarenakan nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, yaitu $-2,858 < 1,987$. Dapat disimpulkan jika variabel Pelayanan (X_1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Minat (Y). Untuk variabel produk (X_2) pada Tabel di atas menunjukkan jika nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 3,743. Dikarenakan nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, yaitu $3,743 > 1,987$. Artinya variabel Produk (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Minat (Y). Untuk variabel pendidikan (X_3) pada Tabel di atas menunjukkan jika nilai signifikansi sebesar

$0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 3,897. Dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu 3,897 $> 1,987$. Dapat disimpulkan jika variabel Pendidikan (X_3) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Minat (Y).

Hasil dari uji simultan (uji F) menunjukkan jika nilai F_{tabel} sebesar 2,70, nilai ini didapatkan dari rumus F_{tabel} dengan signifikansi 5% dan disesuaikan dengan distribusi nilai F_{tabel} . Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu sebesar 13,894 $> 2,70$, sehingga hipotesis diterima. Sehingga variabel independen yang berupa pelayanan, produk, dan pendidikan secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat.

Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan jika nilai *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi sebesar 0,277 atau 27,7%. Hasil tersebut menunjukkan jika variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 27,7%, yang dimana sisanya ($100\% - 27,7\% = 72,3\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang sedang tidak diteliti. Sedangkan untuk perhitungan nilai error, yang dimana jika nilai R Square semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen dengan variabel dependen semakin kuat. Sehingga dapat disimpulkan jika hasil dari tabel di atas menunjukkan variabel Pelayanan (X_1), Produk (X_2), dan Pendidikan (X_3) memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap variabel dependen yaitu Minat (Y).

Pembahasan

Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Nasabah

Hasil dari pengujian yang didapat dalam penelitian ini, membuktikan jika variabel pelayanan tidak memiliki pengaruh positif terhadap variabel minat. Hasil ini dibuktikan setelah dilakukannya uji *coefficient* yang mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar -2,858 dan t_{tabel} sebesar 1,987 yang artinya $-2,858 < 1,987$. Sehingga hasil hipotesis ini tidak memiliki pengaruh atau ditolak. Hasil penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang diteliti oleh (Maharani dkk., 2021) jika variabel pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dikarenakan pelayanan yang diberikan masih dalam tahap pengembangan kinerja ke seluruh pegawai bank.

Setelah dilakukannya uji yang didasarkan pada Tabel 4.8 menyatakan jika tanggapan yang diberikan responden terhadap variabel pelayanan setelah diukur melalui lima indikator mendapatkan rata-rata sebesar 4,70 sehingga mendapatkan kategori sangat setuju. Hasil tersebut menunjukkan jika responden sangat setuju jika variabel pelayanan dapat meningkatkan minat dalam menggunakan bank syariah. Responden sangat setuju dengan indikator merasa senang jika kebersihan dan kerapihan bank syariah terjaga, jika kebersihan terjaga maka akan mewujudkan kesehatan dan bisa membuat hidup yang sehat dan nyaman. Kerapihan juga akan membuat seseorang memiliki kesan yang nyaman dikarenakan apa yang dipandang terlihat teratur dan bersih (Tuloh, 2021).

Pengaruh Produk Terhadap Minat Nasabah

Penelitian ini menemukan jika peran produk berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan bank syariah. Hasil uji yang dilakukan dengan melakukan uji Parsial (uji t) yang dimana menggunakan tabel *coefficient* untuk menentukan dasar pengambilan keputusan. Hasil tersebut menunjukkan jika nilai t_{hitung} sebesar 3,743, untuk t_{tabel} sebesar 1,987, dari nilai tersebut menyatakan $3,743 > 1,987$. Lalu untuk perhitungan nilai Signifikansi dengan probabilitas 0,05 menghasilkan jika nilai signifikansi sebesar 0,000, sehingga dapat dinyatakan $0,000 < 0,05$. Hasil temuan ini sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh (Sumantri, 2014) yang menyatakan jika produk bank syariah memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah. Hal ini dikarenakan semakin besar nasabah mengetahui produk bank syariah maka semakin besar juga minat untuk menjadi nasabah. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian (Maharani dkk., 2021) yang menyatakan jika produk berpengaruh terhadap minat nasabah. Pengaruh signifikan ini dikarenakan adanya pemahaman nasabah mengenai penggunaan dan manfaat yang didapatkan ketika bertransaksi menggunakan produk tersebut

Hasil temuan ini menyatakan jika produk menjadi salah satu pengaruh minat nasabah dalam menggunakan bank syariah. Nasabah akan semakin senang jika kualitas produk tabungan wadiah sesuai dengan apa yang nasabah inginkan. Tentunya kualitas adalah hal yang paling diperhatikan, karena bisa menentukan tujuan dari apa yang diinginkan. Jika kualitas itu dilihat baik, maka akan memungkinkan hasil yang diinginkan tercapai, namun jika kualitas itu buruk, maka akan memungkinkan hasil yang diinginkan tidak sesuai dengan keinginan. (Zeithaml dan Bitner, 1996) menyatakan jika suatu produk dapat dikatakan bernilai ketika memiliki manfaat dan kualitas yang dirasakan oleh konsumen.

Pengaruh Pendidikan Terhadap Minat Nasabah

Setelah dilakukannya pengujian, terdapat pengaruh pendidikan terhadap minat nasabah. Pengujian ini dilakukan menggunakan uji parsial (uji t) yang menghasilkan jika pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan bank syariah. Dimana uji ini memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,897 dan memiliki t_{tabel} sebesar 1,987, sehingga hasil ini dapat dikatakan jika 3,897 lebih besar dari 1,987. Untuk perhitungan nilai signifikansi dengan probabilitas 0,05 menghasilkan jika nilai signifikansinya sebesar 0,000, sehingga hasil ini dapat dikatakan jika 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang diteliti oleh (Mustajib, 2019) yang menyatakan jika pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat. Pendidikan memiliki pengaruh seseorang untuk memikirkan suatu masalah sebelum mengambil tindakan. Seseorang yang memiliki pendidikan lebih tinggi akan memiliki cara yang berbeda untuk menilai suatu tindakan dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pendidikan yang rendah.

Hasil di atas menunjukkan bahwa nasabah sangat setuju jika pendidikan dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan bank syariah. Nasabah percaya jika menggunakan bank syariah, akan menjauhkan diri dari dosa, hal ini dilihat dari indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi. Dengan menggunakan bank syariah, nasabah bisa menjauhi larangan yang ditekankan dalam Islam, yaitu riba dan gharar. Riba dan gharar sangat dilarang dikarenakan bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam (Nur, 2015).

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Dapat disimpulkan jika hasil penelitian untuk variabel pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan bank syariah. Hal ini dikarenakan nasabah sudah mengetahui jika pada dasarnya tujuan bank syariah adalah mematuhi syariat Islam dan seharusnya bank syariah memberikan pelayanan yang sesuai dengan syariat Islam, sehingga nasabah tidak perlu meragukan pelayanan bank syariah. Variabel produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan bank syariah. Hal ini dikarenakan nasabah belum mengetahui produk apa saja yang terdapat pada bank syariah, sehingga semakin besar nasabah mengetahui produk bank syariah, maka semakin besar juga minat nasabah dalam menggunakan bank syariah. Variabel pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan bank syariah. Hal ini dikarenakan semakin tinggi pendidikan nasabah, maka akan mempengaruhi akan pentingnya menggunakan bank syariah.

Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk menambah wawasan pembaca dan bank syariah yang ingin menambah jumlah nasabah. Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dimana ruang lingkup yang digunakan hanya nasabah yang menggunakan produk tabungan wadiah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Juliana Sukmana, D., Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.)). CV. Pustaka Ilmu Group. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Ayu, W. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung. *UIN Raden Intan Lampung*.
- Badri, M. A. (2008). *Sifat Perniagaan Nabi*. Darul Ilmi.
- Bakhri, S., Aziz, A., & Sarinah, R. (2020). Pengetahuan dan Motivasi untuk Menumbuhkan Minat Berinvestasi pada Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 60–73.

- Damayanti, S. (2017). PENGARUH Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri CabangX. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Data*, 9(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.25105/jmpj.v9i1.1412>
- Darmawan, A., Dewi Indahsari, N., Rejeki, S., Rizqie Aris, M., Yasin, R., Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto, P., & Studi Ekonomi Syariah Pasca Sarjana IAIN Purwokerto, P. (2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MENABUNG DI BANK JATENG SYARIAH. *Jurnal Fokus Bisnis*, 18(01). <https://doi.org/https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v18i1.296>
- Dasopang, K. H., & Rokan, M. K. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK PEMBIAYAAN TERHADAP MINAT DAN KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP. KOTAPINANG. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(6), 755–762. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i6.89>
- Daulay, A. N., & Ilhamy, M. L. (2016). Manajemen Perbankan Syariah: Pemasaran Bank Syariah. *FEBI UIN-SU Press*.
- Desiana, D., Susilowati, D., & Putri, N. K. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya. *Akuntabilitas*, 11(1). <https://doi.org/10.15408/akt.v11i1.8135>
- Didin, K., & Imam, M. (2013). *Manajemen Pendidikan Konsep dan Prinsip Pengelolaan dan Pendidikan*. Ruzz Media.
- Dubois, B., & Kotler, P. (1999). *Marketing management*. Publi Union.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi analisis multivariate dengan program spss*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. R. jr. . R. E. A. R. L. T. and W. C. B. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). Prentice Hall International, Upper Saddle River.
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 22–23.
- Jalaludin, A. (2015). PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN MENGENAI PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH TABUNGAN WADIAH. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1).
- Kemenag. (2022). *quran kemenag*. <https://quran.kemenag.go.id/>
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2002). *Marketing Places*. Pearson Education.
- Maharani, R., Supriyanto, T., & Rahmi, M. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA BSI EX BSM) FACTORS AFFECTING READABILITY IN SAVING IN SHARIA BANK (CASE STUDY ON BSI EX BSM). In *Jurnal Syarikah P* (Vol. 7, Issue 2). www.bankbsi.co.id
- Malik, J. A. (2018). Pengaruh Produk, Promosi, dan Service Excellence Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus BPRS Syariah KC Salatiga). *IAIN Salatiga*.
- Manullang. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen*. Ghalia Indonesia.
- Marlina, L., & Rosdiana, G. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NON MUSLIM MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI TASIKMALAYA. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 33–40. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i1.110>
- Mufidah, H. (2016). Pengaruh Pembiayaan Sektor Ekonomi Primer, Sektor Ekonomi Sekunder, dan Sektor Ekonomi Tersier Terhadap Non Performing Financing (NPF) Pada Perbankan Syariah di Indonesia 2010-2015 (Maret). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan (JESIT)*, 3, 402–417.
- Munajim, A., & Anwar, S. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah

- Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Indonesia*.
- Mustajib, A. (2019). PENGARUH LITERASI KONSUMEN DAN TINGKAT PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA BANK SYARIAH. *Islamic Economic Studies*, 3(1). <http://riset-iaid.net/index.php/SE>
- Musthofa, M. A., & Musfiroh, M. F. S. (2022). Pengaruh Produk, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2.
- Nur, E. R. (2015). Riba dan Gharar: Suatu Tinjauan Hukum dan Etika Dalam Transaksi Bisnis Modern. *Al-'Adalah*, 12(1).
- Nurudin, Arifin, J., & Ma'ruf, A. (2021). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, Dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1). <http://e-journal.iainfmpapua.ac.id/index.php/eludhorib>
- OJK. (1998). OJK. ojk.go.id
- OJK. (2018). OJK.
- OJK. (2019). *Statistik Perbankan Syariah*. www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Staristik-Perbankan-Syariah---Desember-2019.aspx
- OJK. (2021). *Statistik Perbankan Syariah*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2021.aspx>
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Sahara, E. (2020). Pengharaman Riba Dalam Islam. *Jurnal Ilmiah Al-Hadi*.
- Saputra, D. A., & Ghani, A. (2016). ANALISIS PENGARUH PENDIDIKAN DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP PENGETAHUAN MASYARAKAT TENTANG BANK SYARIAH (STUDI KASUS DI DUSUN PANDEAN PUNDUNG WUKIRSARI IMO GIRI BANTUL). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesiam*, VI(1), 12–22.
- Sastrawijaya, A. T. (1991). *Pengembangan Program Pembelajaran*. Rineka Cipta.
- Slameto. (2010). *Ekonomi Syariah*. Rineka Cipta.
- Sudarsono, H. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi dan Ilustrasi*. Ekonisia.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D* (19th ed.). Alfabeta.
- Sumantri, B. (2014). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK PEMBIAYAAN TERHADAP MINAT DAN KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH. *Jurnal Economia*, 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/economia.v10i2.7540>
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategi Bank di Era Global*. Prenada Media.
- Tuloh, S. H. (2021). Upaya Meningkatkan Profesionalisme Room Attendant Untuk Menunjang Kebersihan dan Kerapihan Kamar di Hotel Hyatt Regency Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 16(2), 45–55.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (1996). *Service Marketing*. McGraw-Hill Companies Inc.