

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,  
PROMOSI, DAN PENGETAHUAN TERHADAP  
KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PRODUK  
AL-WADI'AH DI BANK SYARIAH  
(Studi Pada Nasabah di BSI KCP Kedaton Bandar  
Lampung)**

**Skripsi**

**Dwi Susanti  
NPM : 1851020206**



**Program Studi Perbankan Syari'ah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1444 H / 2023 M**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,  
PROMOSI, DAN PENGETAHUAN TERHADAP  
KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PRODUK  
AL-WADI'AH DI BANK SYARIAH  
(Studi Pada Nasabah di BSI KCP Kedaton Bandar  
Lampung)**

**Skripsi**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
(S.E) dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam.**

**Oleh :**

**Dwi Susanti  
NPM : 1851020206  
Jurusan : Perbankan Syariah**

**Pembimbing I : Femei Purnamasari,S.E.M.Si.**

**Pembimbing II : Diah Mukminatul Hasyim,S.E.I.,M.E.Sy**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1444 H / 2023 M**

## ABSTRAK

Masalah pada penelitian ini adalah apakah pengaruh secara parsial dan simultan dari kualitas pelayanan, promosi dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah menabung produk Al-Wadi'ah di bank syariah. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Theory Of Planed Behavior (TPB) fokus teori TPB mengarah pada pada penganalisa kondisi tertentu ketika control diri atas tindakan tidak dimiliki oleh banyak individu.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan sumber data yaitu data primer. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu nasabah BSI yang menggunakan produk tabungan Wadi'ah dan tempat penelitian dilakukan pada BSI KCP Kedaton Bandar Lampung.

Hasil penelitian pada uji t untuk variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 2.919 lebih besar dari nilai t Tabel yaitu 1.988. dan untuk nilai signifikansi memperoleh nilai  $0.04 < 0.05$ , variabel promosi memperoleh nilai t hitung sebesar 1.383 lebih kecil dari nilai T tabel yaitu sebesar 1.988, dan untuk signifikansi memperoleh nilai  $0.170 > 0.05$ , Variabel Pengetahuan memperoleh nilai t hitung sebesar 0.560 lebih kecil dari nilai t tabel yaitu sebesar 1.988, dan untuk signifikansi memperoleh nilai  $0.577 > 0.05$ . Berdasarkan tabel ANOVA diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 4.617 dengan nilai F tabel sebesar 2.699 jadi F hitung  $>$  F tabel ( $4.617 > 2.699$ ) dan dengan ini signifikansi sebesar  $0.05 > 0.05$ .

Dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah, Sedangkan variabel Promosi dan Pengetahuan tidak memiliki pengaruh secara Parsial. Dan Variabel Kualitas Pelayanan Promosi dan Pengetahuan tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung produk Al-Wadi'ah di Bank Syariah.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan**

## ABSTRACT

*The problem in this study is the partial and simultaneous influence of service quality, promotion, and knowledge on customers' decisions to save Al-Wadi'ah products in Islamic banks. The theory used in this study is the Theory of Planned Behavior (TPB).*

*The problem in this study is the partial and simultaneous influence of service quality, promotion, and knowledge on customers' decisions to save Al-Wadi'ah products in Islamic banks. This study uses a type of quantitative research, with data sources namely primary data. The number of samples in this study was 100 respondents, namely BSI customers who used Wadi'ah savings products, and where the research was conducted at BSI KCP Kedaton Bandar Lampung.*

*The results of the research on the t-test for the service quality variable obtained a calculated t value of 2,919 which was greater than the table t value of 1,988. and for the significance value obtained a value of  $0.04 < 0.05$ , the promotion variable obtained a calculated t value of 1.383 which was smaller than the T table value of 1.988, and for significance obtained a value of  $0.170 > 0.05$ , the Knowledge Variable obtained a calculated t value of 0.560 smaller than t value table that is equal to 1.988, and for significance obtain a value of  $0.577 > 0.05$ . Based on the ANOVA table above, it can be seen that the calculated F value is 4,617 with an F table value of 2,699 so F count  $> F$  table ( $4,617 > 2,699$ ), and with this, a significance of  $0.05 > 0.05$ .*

*It can be concluded that the variable Service Quality has a partial influence on customers' decisions to save at Islamic banks, while the Promotion and Knowledge variables have no partial effect. And the Variable Quality of Service Promotion and Knowledge does not have a simultaneous influence on the customer's decision to save Al-Wadi'ah products at Islamic Banks.*

*Keywords: Service Quality, Promotion, and Knowledge*



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Susanti  
NPM : 18510202  
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang produk Al-Wadi’ah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (studi pada nasabah BSI KCP Kedaton Bandar Lampung) ” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk, dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun. Demikian surat pernyataan ini saya buat agar bisa dimaklumi.

Bandar Lampung, 31 Januari 2022



**Dwi Susanti**  
**NPM. 1851020206**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**  
**RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung produk Al-Wadi'ah di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bsi Kcp Kedaton Bandar Lampung)

Nama : Dwi Susanti  
NPM : 1851020206  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqsyah dan dipertahankan dalam sidang munaqsyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Femei Purnamasari, S.E., M.Si.**  
NIP : 198405212015032004

**Pembimbing II**

**Diah Mukminatul Hasvim, M.E.Sy**  
NIK : 201601021990828119

Mengetahui,  
**Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

**Any Eliza, S.E., M.AK., Akt.**  
NIP : 198308152006042004



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat : JL. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung Telp. (0721) 703260*

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung produk Al-Wadi’ah di Bank Syariah (studi pada nasabah BSI KCP Kedaton Bandar Lampung)”**, oleh: Dwi Susanti, NPM: 1851020206, Program Studi: Perbankan Syariah, Telah diujikan dalam sidang Munaqosah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Senin, 27 Februari 2023.

**TIM PENGUJI**

**Ketua : Dr.Asriani, S.H,M.H.**

(.....)

**Sekretaris : Adhe Risky Mayasari, M.Pd.**

(.....)

**Penguji I : Yetri Martika Sari, M.Acc.**

(.....)

**Penguji II : Diah Mukminatul Hasyim, M.E.Sy.**

(.....)

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt, CA**

**NIP. 197009262008011008**

## MOTTO

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

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.  
(QS. An-Nisa':29)*

## PERSEMBAHAN

Puji dan rasa syukur penulis haturkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan nikmat dan hidayah berupa kesehatan, ilmu pengetahuan dan rasa sabar dalam menyelesaikan skripsi guna memenuhi syarat kelulusan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan. Bisnis Islam di UIN Raden Intan Lampung agar dapat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE). Diiringi dengan rasa syukur penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Orang tua Bapak Markus dan Ibu Siti Aminah yang telah mendoakan, menjaga, merawat dan suport hingga sekarang, serta menjadi alas an untuk bertahan. Terimakasih atas segala jasa dan pengorbanan dan materi yang telah diberikan kepada penulis dan tidak dapat dijabarkan dan digantikan satu persatu.
2. Rossi Oktaviana,S.Kom. sebagai saudara kandung penulis yang telah mendoakan dan memberikan support dalam menyelesaikan perkuliahan ini.
3. Terimakasih kepada Dwi Susanti alias diri saya sendiri yang telah berusaha dengan semaksimal melewati berbagai hal dalam menuntut ilmu hingga bisa sampai sejauh ini.
4. Almamater kampus Universitas Negeri Islam Raden Intan Lampung yang saya banggakan.

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Dwi Susanti yang memiliki arti nama anak perempuan kedua rajin, periang dan juga sabar merupakan putri bungsu dari 2 bersaudara yang terlahir dari pasangan bapak Markus dan Ibu Siti Aminah, pada tanggal 11 juni 1998 di Lengkokai kec. Kelumbayan Barat Kab.Tanggamus. Berikut merupakan riwayat pendidikan yang telah diselesaikan oleh penulis:

1. Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 lengkokai, lulus dan mendapatkan ijazah pada tahun 2010.
2. Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Kelumbayan Barat lulus dan mendapatkan ijazah pada tahun 2013
3. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Widya Yahya Gading Rejo lulus dan mendapatkan ijazah pada tahun 2016.
4. Penulis melanjutkan pendidikan tingkat perguuruan tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Program studi perbankan syariahFakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Pada tahun 2018

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena rahmat dan keridhaan-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Tak lupa Shalawat dan salam penulis haturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya.

Atas rahmat dan kehendak Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Produk Al-Wadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Produk Al-Wadiah di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah BSI KCP Kedaton Bandar Lampung)” diajukan untuk menyelesaikan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Lampung (UIN RIL).

Dengan selesainya skripsi ini, penulis tentu membutuhkan banyak pihak untuk memperlancar proses penulisan serta penelitian. Perkenankan penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, ditujukakn kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M, Akt, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Madnasir, S.E, M.S.I. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr. Hanif, S.E, M.M. Selaku Wakil Dekan II fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
4. Bapak Dr. Ali Abdul Wakhid, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
5. Ibu Any Eliza, S.E, M.Ak. Selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah FEBI UIN Raden Intan Lampung beserta jajaranya.
6. Ibu Femei Purnamasari, S.E, M.Si. selaku Pembimbing I dan Ibu Diah Mukminatul Hasyim, S.E.I., M.E Selaku Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing,

memberi arahan, dan memberi motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

7. Seluruh Dosen yang telah memberikan motivasi serta ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan, serta Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
8. Kedua orang tua, mama dan papa yang begitu penulis hormati, hargai dan sayangi. bapak Markus dan ibu Siti Aminah yang senantiasa memberikan support berupa doa yang tiada henti, materi yang tak terhitung jumlahnya, dan nasihat-nasihat yang tak henti diberikan kepada penulis.
9. Rossi Oktaviana, S.com sebagai Kaka Perempuan kandung penulis yang penulis sayangi tiada henti.
10. Teman-teman dekat “geng kosan susan” atau “amigo” yaitu: Ega Ainayah, S.E., Chintya Putrianum, S.E., Elsa Tania Damayanti, S.E., Ayuningtyas, S.E., Griselda Zerlinda, S.E., Eka Puspita Sari, S.E., Eka Ranti Anggraini, S.E., Dewi Utari Apriani, S.E. Calon Orang-orang sukses dan hebat Aamiin.
11. Teruntuk sahabatku Afitul Agustin, Lailatul Fitria, dan Catur Septiani terimakasih selalu mensupport dalam keadaan apapun selalu ada untuk menghibur dan menguatkan penulis.
12. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, khususnya perbankan syariah kelas D.
13. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung.

Semua pihak yang penulis tidak dapat sebutkan namanya satu persatu, terimakasih atas bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini, Terimakasih yang sebesar-besarnya, semoga Allah SWT. mencatat sebagai amal kebaikan dan membalasnya dengan yang lebih baik.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACK .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	3
C. Identifikasi Masalah .....	10
D. Rumusan Masalah .....	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	11
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	12
H. Sistematik Penulisan.....	16
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS</b>	
A. Teori yang Digunakan .....	17
1. Theory Of Planned Behavior .....	17
2. Keputusan Nasabah .....	18
3. Menabung.....	22
4. Bank syariah.....	25
5. Kualitas Pelayanan .....	26
6. Promosi .....	29
7. Pengetahuan .....	34
8. Produk .....	35
9. Al-Wadi'ah.....	36
B. Kerangka Berfikir.....	42
C. Pengajuan Hipotesis .....	43

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	46
B. Pendekatan Dan Jenis Penelitian .....	46
C. Sumber Data.....	46
D. Populasi,Sampel Dan Teknik Pengumpulan Data .....	47
E. Definisi Oprasional Variabel .....	49
F. Instrumen Penelitian .....	50
G. Uji Validitas Dan Realibitas .....	55
H. Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
I. Ujian Hipotesis.....	57

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Data .....	59
B. Analisis dan interprestasi Data .....	67
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	80

### **BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

A. Simpulan .....	86
B. Rekomendasi .....	87

### **DAFTAR RUJUKAN**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Skala Lkert .....	48
Tabel 3.2 Variabel Penelitian .....	51
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia .....	59
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Tabel 4.3 Deskripsi Data Kualitas Pelayanan.....	60
Tabel 4.4 Deskripsi Data Promosi .....	62
Tabel 4.5 Deskripsi Data Pengetahuan Tentang Produk Al-Wadiah .....	64
Tabel 4.6 Deskripsi Data Keputusan Nasabah Menabung Dibank Syariah .....	66
Tabel 4.7 Data Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	68
Tabel 4.8 Data Hasil Uji Validitas Promosi .....	68
Tabel 4.9 Data Hasil Uji Validitas Pengetahuan Tentang Produk Al-Wadiah .....	69
Tabel 4.10 Data Hasil Uji Validitas Keputusan Menabung Dibank Syariah.....	69
Tabel 4.11 Hasil uji Realibilitas Kualitas Pelayanan .....	70
Tabel 4.12 Hasil uji Realibilitas Promosi .....	70
Tabel 4.13 Hasil uji Realibilitas Pengetahuan Tentang Produk Al-Wadi'ah.....	70
Tabel 4.14 Hasil uji Realibilitas Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah .....	70
Tabel 4.15 Uji Normalitas .....	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolineritas .....	72
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	74
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda .....	75
Tabel 4.19 hasil Uji Hipotesis t .....	77
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis F .....	79
Tabel 4.21 Hasil Koefisien Determinan (R Square) .....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	41
------------------------------------	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Penegasan Judul**

Langkah awal untuk memahami judul skripsi ini an terhindar dari kesalah pahaman, maka penulis menjelaskan beberapa kata yang menjadi sub tema dalam judul proposal skripsi ini yaitu, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan Tentang Produk Al-Wadi’ah terhadap keputusan Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah”. Adapun kata-kata yang menjadi sub tema dalam judul proposal skripsi ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah pemberian jasa kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan dikelompokkan kedalam dua kategori, yaitu kualitas teknis dan kualitas fungsional. Kualitas teknis menyangkut apa yang benar-benar di dapatkan pelanggan dari pelayanan yang diberikan, sedangkan kualitas fungsional lebih kepada keprihatinan pada pelayanan.<sup>1</sup>

#### **2. Promosi**

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan serta meningkatkan kualitas penjualan untuk meningkatkan kegiatan pemasaran baik barang maupun jasa.<sup>2</sup>

#### **3. Pengetahuan**

Pengetahuan adalah segala sesuatu yang di ketahui yang diperoleh dari persentuhan panca indera terhadap objek tertentu, pengetahuan pada dasarnya merupakan

---

<sup>1</sup> Erik Sudarso, “Kualitas Layanan, Nilai Fungsional, Nilai Emosional, Dan Kepuasan Konsumen: Sebuah Studi Kasus,” *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan (JEBIK)* 5, no. 3 (2016): 165–178.

<sup>2</sup> Edi Cahyono, “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian HP Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta,” *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi* 5, no. 1 (2018): 61–75.

hasil dari proses melihat, mendengar, merasakan dan berfikir yang menjadi dasar manusia yang bersikap dan bertindak.<sup>3</sup>

#### **4. Produk**

Sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau di konsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau semua kebutuhan.<sup>4</sup>

#### **5. AL-Wadiah**

Wadiah menurut UU nomor 21 tentang perbankan syariah akad wadiah adalah titipan barang atau uang antara Nasabah dan pihak bank yang dipercaya untuk melindungi keselamatan, keamanan serta kebutuhan barang atau jasa.<sup>5</sup>

#### **6. Nasabah**

Nasabah adalah orang yang berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan), yang dapat juga diartikan sebagai orang yang menjadi tanggungan asuransi.<sup>6</sup>

#### **7. Menabung**

Menabung adalah menyisihkan sebagian uang yang dimiliki untuk di simpan dalam jangka waktu tertentu.<sup>7</sup>

#### **8. Bank syariah**

Bak syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan.

---

<sup>3</sup> Siti Makhmudah, "Hakikat Ilmu Pengetahuan Dalam Perspektif Modern Dan Islam," *AL-MURABBI: Jurnal Studi Kependidikan dan Keislaman* 4, no. 2 (2018): 202–217.

<sup>4</sup> Nety Susanti And Suradi Suradi, "Pengaruh Produk, Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Brand Arms By Ardiyansah Mega Di Sragen Periode Tahun 2019," *Smooting* 19, no. 3 (2021): 200–206.

<sup>5</sup> Nurlaila Hasanah, "Tabungan Akad Wadiah Dan Mudharabah" (n.d.).

<sup>6</sup> Fetty Rahayu Sri Mulyani, Muhammad Hufron, and Muhammad Khoirul ABS, "Pengaruh Penerapan Marketing Syariah, Kepuasan Nasabah Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bprs Bumi Rinjani Kepanjen Malang," *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 7, no. 01 (2018).

<sup>7</sup> Alim Murtani, "Sosialisasi Gerakan Menabung," *Sindimas* 1, no. 1 (2019): 279–283.

## B. Latar Belakang Masalah

Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat 2 jenis sistem operasional perbankan, yaitu konvensional dan bank syariah<sup>8</sup>. Sebagian masyarakat Indonesia yang hampir sebagian menganut agama Islam dengan kemunculan perbankan syariah yang pengelolannya menerapkan sistem bagi hasil dan prinsip perbankan syariah yang dianggap cocok dengan prinsip Islam, menjadikan perbankan syariah cukup banyak peminatnya.

Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam pengelolaannya. Sedangkan perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan seluruh operasional produknya dengan menggunakan syariat Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis, serta menggunakan kaidah-kaidah fiqh. Selain itu perbankan syariah juga disebut lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan jasa pelayanan dan pembiayaan yang lain.<sup>9</sup>

Bank syariah adalah Bank yang menerapkan sistem bagi hasil dan larangan Riba seperti yang dijelaskan pada Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275 :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ  
الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا  
إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا  
فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ

<sup>8</sup> Andrianto Andrianto and Muhammad Anang Firmansyah, "Manajemen Bank Syariah: Implementansi Teori Dan Praktek" (Qiara Media Pustaka, 2019).

<sup>9</sup> Nur Wahid, Perbankan Syariah: Tinjauan Hukum Normatif Dan Hukum Positif (Prenada Media, 2021).

وَأْمُرُهُمْ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

*Artinya : "Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya." (QS. Al-Baqarah:175).*

Bank syariah muncul di Indonesia sejak tahun 1992, Bank Syariah yang pertama ada di Indonesia adalah bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992-1999 perkembangan bank muamalat masih tergolong stagnan, namun pada tahun 1997 dan 1998 terjadinya krisis moneter yang terjadi di Indonesia para banker melihat bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu kena dampak dari krisis moneter tersebut. Banker menganggap bahwa Bank Muamalat Indonesia adalah satu-satunya bank Syariah di Indonesia yang tahan terhadap krisis moneter. Pada tahun 1999 berdirilah bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari bank Susila Bakti, Bank Susila Bakti adalah bank konvensional yang dibeli oleh bank dagang Negara kemudian dikonversi menjadi Bank Syariah Mandiri dan menjadi Bank Syariah Kedua di Indonesia.

Pada tanggal 27 Januari 2021 Otoritas jasa keuangan telah mengeluarkan surat dengan nomor SR-3/PB.1/2021 tentang pemberian izin penggabungan PT bank Syariah Mandiri dan PT Bank Bni Syariah kedalam PT Bank Bri

Syariah Tbk serta izin perubahan nama dengan menggunakan izin usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai bank hasil penggabungan.<sup>10</sup>

Perbankan Syariah saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat baik dari sisi usaha, masyarakat serta pemberian kredit. Semakin banyaknya bank-bank syariah membuat persaingan dalam mempromosikan produk, jasa dan pelayanan harus semakin baik, supaya masyarakat semakin percaya untuk menggunakan produk yang dimiliki Bank Syariah. Hal tersebut yang memaksa bank harus semakin kreatif dan baik dalam mempromosikan produk yang dimiliki supaya semakin banyak memperoleh sumber-sumber dana baru.<sup>11</sup>

Produk tabungan. Dalam produk tabungan Bank Syariah menerapkan dua akad yaitu akad wadiah dan akad mudharabah<sup>12</sup>. Akad mudharabah adalah produk yang didasarkan atas prinsip bagi hasil, dimana pihak nasabah dan pihak bank akan berbagi keuntungan dan resiko dari hasil investasi tersebut. Sedangkan akad Wadi'ah adalah produk tabungan yang menggunakan prinsip produk penitipan dana dimana nasabah tidak dijanjikan atas suatu imbal hasil, perbedaan dari kedua tabungan tersebut adalah terletak pada tujuan dari nasabah. Jika tabungan Mudharabah tujuannya untuk menginvestasikan uang yang akan disimpan di bank. sedangkan pada tabungan Wadi'ah tujuannya untuk menyimpan dana yang disimpan di bank.

Akad Wadi'ah memiliki banyak keuntungan salah satu keuntungan akad wadiah adalah tidak ada potongan. produk tabungan yang dimiliki bank syariah indonesia yang

---

<sup>10</sup> Hida Alfathin Mila Ulwiya, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang)," *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 3, no. 2 (2021): 142–156.

<sup>11</sup> Kristia Yuliawan, "Pelatihan Smartpls 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif," *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Membangun Negeri* 5, no. 1 (2021): 43–50.

<sup>12</sup> abdullah Syakur Novianto, "Pengaruh Pendatapan Dan Tingkat Bonus Terhadap Tabungan Wadiah Perbankan Syariah Di Indonesia," *Journal Koperasi Dan Manajemen* 2, No. 02 (2021): 53–60.

menggunakan akad Wadiah adalah tabungan EASY Wadi'ah yakni tabungan yang menggunakan mata uang rupiah berdasarkan prinsip wadiah Yad Dhamanah yang penarikan dan setoran dapat dilakukan setiap saat selama jam oprasional di Kantor Bank maupun ATM.

Namun fenomena yang terjadi saat ini masih banyak masyarakat Indonesia yang belum mengetahui tentang produk yang dimiliki bank syariah. khususnya tabungan Wadi'ah, dan lebih memilih bertransaksi di bank Konvensional dari pada di Bank Syariah. kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat muslim Indonesia masih belum sepenuhnya tertarik pada bank syariah.

Masih banyak dari masyarakat yang tidak paham tentang apa yang dimaksud dengan Wadi'ah, bagaimana prosedur untuk menggunakan produk Wadi'ah, Maka dari itu Bank Syariah harus mengenalkan produk-produk yang dimiliki dengan baik kepada masyarakat supaya dapat bertahan dalam persaingan dengan bank lain yang menawarkan produk mereka. Cara yang sering dilakukan oleh bank adalah dengan melakukan promosi. Menurut Kotler promosi adalah "suatu kegiatan yang bertujuan untuk memberitahukan keunggulan barang atau produk yang dihasilkan".<sup>13</sup>

Beberapa faktor menjadi kajian utama dalam penelitian ini, khususnya yang memiliki keterkaitan dengan fenomena dilapangan yang terjadi antara keputusan nasabah menabung produk Al-Waid'ah di BSI KCP Kedaton Bandar Lampung, yaitu faktor kualitas pelayanan, promosi dan pengetahuan. Dari tiga faktor tersebut merupakan sebuah hal yang pokok dalam memberikan pengaruhnya terhadap keputusan nasabah menabung produk al-wadi'ah di BSI KCP Kedaton Bandar Lampung. Sehingga mengacu dari fenomena tersebut maka peneliti menjadikan 3 faktor tersebut sebagai kajian dalam penelitian ini.

---

<sup>13</sup> Rustina Dewi Werdiasih and Esih Jayanti, "Influence of Product Quality, Religiosity and Promotion on Decision to Save in Islamic Bank," *Urecol Journal. Part B: Economics and Business* 1, no. 2 (2021): 84–92.

Sesuai dengan teori yang diangkat dalam penelitian ini, promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir, dimana perusahaan mempromosikan seluruh produk jasa yang dimiliki baik langsung maupun tidak langsung. Promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan memperhatikan konsumen. Salah satu promosi yang biasa dilakukan yaitu dengan menggunakan sosial media untuk menyampaikan informasi mengenai produk yang dimiliki oleh Bank Syariah. Jika sebelumnya nasabah lebih dulu mengetahui keunggulan atau informasi mengenai produk yang akan dia pilih maka akan membuat nasabah semakin yakin untuk menggunakan produk tabungan dari bank syariah, terutama produk Wadi'ah yang memiliki banyak keunggulan dan tidak memberatkan nasabah.<sup>14</sup>

Selain dengan cara promosi untuk membuat masyarakat mau menggunakan produk Bank Syariah ada juga faktor lain yaitu Kualitas pelayanan. Menurut Philip kotler dan keller “kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan untuk suatu kebutuhan“. Guest dan david mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah “sebagai suatu dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan.<sup>15</sup> Di dalam Islam untuk memberikan pelayanan terdapat nilai-nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yaitu professional, jujur dan amanah.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Eky Dwi Juswina and Ambo Asse, “Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Wadi'ah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar,” *Journal of Finance and Business Digital* 1, no. 2 (2022): 71–88.

<sup>15</sup> M Mudavi Al-Haqqi, Tengku Mahesa Khalid, And Lestary Fitriyany, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Mudharabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kc Dumai,” *Jurnal Al-Hisbah* 2, No. 2 (2021): 41–54.

<sup>16</sup> Subhan Subhan, “Analisis Determinan Kualitas Layanan Dan Iklan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Wadiah Yadhomanah Di BRI Syariah Cabang Sipin Kota Jambi,” *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 5, no. 1 (2020): 32–48.

Selain pelayanan yang bisa menarik nasabah yaitu fasilitas yang dimiliki oleh Bank Syariah, karena jika Fasilitas yang diberikan oleh bank baik dan mempermudah nasabah dalam bertransaksi maka nasabah akan merasa nyaman dalam bertransaksi di bank syariah ketika menggunakan produk tersebut.

Faktor yang paling penting yaitu pengetahuan tentang produk Tabungan yang dimiliki oleh Bank Syariah itu sendiri. Pengetahuan merupakan informasi yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman, dan skema interpretasi yang dimiliki. menurut Mowen dan minor pengetahuan merupakan sejumlah pengalamandan informasi mengenai produk atau jasa yang dimiliki oleh seseorang atau konsumen.<sup>17</sup>

Pengetahuan sangat dibutuhkan untuk mengambil keputusan, sedangkan keputusan dibutuhkan adanya minat. pengetahuan akan terlihat ada diri seseorang dapat komitmen atau setia yang akhirnya akan berpengaruh terhadap cara masyarakat berminat menggunakan dan juga jasa pada Bank Syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Yusuf Asrori pada variabel pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.<sup>18</sup> Pada penelitian yang dilakukan oleh Ida Ambarawa hasil penelitiannya yaitu pada variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung mahasiswa jurusan ekonomi syariah di bank mini IAIN Ponorogo.<sup>19</sup> Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Hilmi Musyaffah dan Muhammad Iqbal mendapatkan hasil bahwa tidak ada peparuh antara kualitas pelayanan terhadap

---

<sup>17</sup> Donni Junni, *Perilaku Konsumen* (Bandung:Alfabet, 2017).

<sup>18</sup> Yusuf Asrorri, “Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Muamalat Kcp Jombang” (2021).

<sup>19</sup> Ida Ambarwati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pemahaman Pengetahuan Produk Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Mini Iain Ponorogo” (IAIN Ponorogo, 2020).

minat menabung dibank syariah, sedangkan untuk promosi memiliki pengaruh terhadap minat menabung.<sup>20</sup>

Berdasarkan Penjelasan latar Belakang penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini untuk menguji seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tentang produk Al-Wadi'ah terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah. Maka penulis akan melakukan penelitian yang dituangkan dalam laporan akhir ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PROMOSI DAN PENGETAHUAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PRODUK AL-WADI’AH DI BANK SYARIAH (Studi pada Nasabah BSI Di KCP Kedaton Bandar Lampung)”**.

## C. Identifikasi Dan Batasan Masalah

### 1. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, penulis memberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian yaitu Masih banyak masyarakat yang kurang pengetahuan tentang produk tabungan di Bank Syariah. Selain itu juga Masih banyak masyarakat muslim yang menabung di bank konvensional karena informasi tentang bank syariah masih belum banyak diketahui oleh masyarakat, karena kurangnya informasi.

### 2. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis mempunyai batasan-batasan dalam melakukan penelitian supaya tidak keluar dari jalur pembahasan yang telah ditulis dalam rumusan masalah, antara lain: Dalam penelitian ini penulis membahas 4 variabel, 3 variabel bebas yaitu kualitas penelitian, promosi dan pengetahuan tentang produk Al-Wadi'ah. Serta 1 variabel tergantung yaitu keputusan nasabah menabung dibank syariah. Dan Populasi yang

---

<sup>20</sup> Hilmi Musyaffa and Muhammad Iqbal, “Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah,” *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business* 2, no. 2 (2022): 167–177.

diambil dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah yang ada di Bandar Lampung.

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung Produk Al-Wadi'ah Di Bank Syariah?
2. Apakah Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Produk Al-Wadi'ah Di Bank Syariah?
3. Apakah Pengetahuan Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menabung produk Al-wadiah Di Bank Syariah?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Produk Al-Wadi'ah Berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung Produk Al-Wadi'ah di bank syariah?

#### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung Produk Al-Wadi'ah di bank syariah.
2. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung Produk Al-Wadi'ah di bank syariah.
3. Untuk mengetahui apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung Produk Al-Wadi'ah di bank syariah.
4. Untuk Mengetahui Apakah Kualitas Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung Produk Al-Wadi'ah di bank syariah.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang bisa diambil dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang kualitas pelayanan, promosi dan pengetahuan terhadap keputusan menabung Produk Al-Wadi'ah di Bank Syariah.

## 2. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan kepada Bank Syariah untuk lebih meningkatkan Kualitas pelayanan dan promosi sehingga masyarakat semakin banyak yang menabung di Bank Syariah.

## 3. Bagi Masyarakat

Semoga bisa menambah informasi dan pengetahuan masyarakat tentang kualitas pelayanan dan promosi produk tabungan Al-Wadi'ah sehingga masyarakat semakin percaya untuk menabung di Bank Syariah.

## 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai Referensi dan bahan masukan untuk penelitian selanjutnya yang akan membahas mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Produk Al-Wadi'ah Di Bank Syariah.

### **G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Di bawah ini merupakan beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, tujuan penelitian terdahulu adalah sebagai bahan perbandingan dan rujukan serta digunakan untuk menghindari adanya kesamaan dengan penelitian ini. Peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Moh Nasjib Ridwan (2021) mahasiswa dari UIN Satu tulong Agung yang berjudul “Pengaruh Personal Selling,Bagi Hasil Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Lamongan Pasar Babat (Ex. Bni Syariah)”. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda,sumber data diperoleh dengan menyebar kusioner secara langsung kepada responden dengan populasi yang berjumlah 5.000 orang yang terdiri dari nasabah tabungan,pengambilan sampel menggunakan rumus solvin dengan di peroleh 45 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh

- positif terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat.<sup>21</sup>
2. Depril Puradi Rachmatulloh (2020) mahasiswa fakultas ekonomi jurusan perbankan syariah UIN Maulana Malik Ibrahim, dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (studi kasus: Studi pada generasi milenial di Indonesia)”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan data primer menggunakan sampel yaitu 170 responden generasi milenial dengan analisis pengukuran validatif dan reabilitas serta pemenuhan asumsi klasik. Dengan hasil penelitian yang di dapat adalah secara persial kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung.<sup>22</sup>
  3. Enung Nurul Khomisah (2019) merupakan mahasiswa fakultas Agama Islam jurusan Ekonomi Bisnis Universitas Siliwangi dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Promosi, Lokasi, Fasilitas Atm Centre Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Rancah, Kabupaten Ciamis)”, dengan hasil penelitian adalah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah.<sup>23</sup>
  4. Hana Septani (2021) dari jurusan manajemen dan ekonomi islam IAIN Salatiga dengan judul “Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai

---

<sup>21</sup> M O H Nadjib Ridwan, “Pengaruh Personal Selling Bagi Hasil Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Lamongan Pasar Babat (Ex. Bni Syariah)” (2021).

<sup>22</sup> Dhepril Puradi Rachmatulloh, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah: Studi Pada Generasi Milenial Di Indonesia” (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2020).

<sup>23</sup> Enung Nurul Khomisah, “Pengaruh Promosi, Lokasi, Fasilitas Atm Centre Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Rancah, Kabupaten Ciamis)” (Universitas Siliwangi, 2019).

Variabel Moderating” dengan menggunakan analisis uji instrument, uji statistic, uji asumsi klasik, dan moderated regression analysis (MRA). data diperoleh melalui kuesioner dengan diberikan kepada 94 responden nasabah BPRS Suriyah KC Salatiga. Hasil dari penelitian ini adalah promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung.<sup>24</sup>

5. Eko Nur Kholiq (2022) dari UIN SMH Banten dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Tabungan Wadhi’ah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah”, metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner dan teknik pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan santr tentang tabungan wadhi’ah perbankan syariah berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.<sup>25</sup>

**Tabel 1.1**  
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
<b>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah</b>			
1.	Moh Nadjib Ridwan (2021)	X1: Personal Selling X2: Bagi Hasil X3: Kualitas Pelayanan Y: Keputusan nasabah menabung	Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah.
2.	Rachmatullah, Dhepril Puradi	X1: Literasi Keuangan	Secara persial kualitas pelayanan memiliki

<sup>24</sup> Hana Septani, “Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating” (2021).

<sup>25</sup> Eko Nur Kholiq, “Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Tabungan Wadhi’ah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syari’ah” (Uin Smh Banten, 2022).

	(2020)	Syariah X2: Religiusitas X3: Kualitas Pelayanan Y: Keputusan nasabah Menabung	pengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung Di Bank Syariah.
<b>Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah</b>			
3.	Enung Nurul Khomisah (2019)	X1: Promosi X2: Lokasi Fasilitas Atm Centr X3: Literasi Keuangan Y: keputusan nasabah menabung	Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah.
4.	Hana Septhani (2021)	X1: Promosi X2: Lokasi X3: Pengetahuan Y: Keputusan Nasabah Menabung	Promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.
<b>Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk Al-Wadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah.</b>			
5.	Eko nur kholiq (2022)	X1: Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Tabungan Al-Wadiah. Y: Minat menabung di Bank Syariah	Pengetahuam tabungan Al-Wadiah berpengaruh terhadap minat santri menabung di Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat relevansi antar penelitian yaitu dengan meneliti keputusan nasabah menabung di Bank Syariah. Namun, pada hasil yang dijabarkan, penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil penelitian dengan beberapa variabel yang berbeda.

Maka dari itu, peneliti juga melakukan penelitian mengenai keputusan nasabah menabung di bank syariah, untuk melengkapi penelitian terdahulu dengan menggunakan variabel yang telah ada, dan menggabungkan beberapa variabel tersebut dalam satu penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Produk Al-Wadi’ah Di Bank Syariah (Studi Nasabah Di BSI KCP Kedaton Bandar Lampung)”**.

## **H. Sitematik Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini meliputi cover (sampul depan), penegasan judul, alasan memilih judul, latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan serta sistematis penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

Dalam bab ini berisi tentang landasan teori, kerangka pemikiran dan pengajuan hipotesis.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi mengenai metode penelitian apa yang akan dipakai dalam penelitian nanti. Meliputi waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrument penelitian dan metode analisis data

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisi tentang hasil penelitian, pembahasan dan hasil dari analisis data.

### **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan serta saran dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

#### A. Teori yang Digunakan

##### 1. Theory Of Planned Behavior

Teori perilaku terencana atau TPB (Theory Of Planned Behavior) Merupakan pengembangan lebih lanjut dari teori perilaku beralasan (Theory Of Reasoned Action). TPB merupakan kerangka berfikir konseptual yang bertujuan untuk menjelaskan determinan perilaku tertentu, Teori ini di susun menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan secara informasi yang tersedia.<sup>1</sup>

Theory of planned behavior (TPB) memberikan asumsi bahwa banyak perilaku tidak semuanya dibawah Kontrol penuh individual sehingga perlu ditambahkan konsep control perilaku persepsian. Fokus teori TPB mengarah pada penganalisan kondisi tertentu ketika control diri atas perbuatan tidak dimiliki oleh banyak individu.<sup>2</sup> Jadi didalam teori TPB terdapat tiga komponen yaitu :<sup>3</sup>

##### a. Sikap Terhadap Perilaku (*Attitude Towards the Behavior*).

Sikap adalah perasaan positif atau negatif yang dimiliki seseorang ketika harus melakukan perilaku yang akan dilakukan. Sikap terhadap perilaku adalah evaluasi menyeluruh seseorang dalam melakukan suatu perilaku. Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh

---

<sup>1</sup> Novita Mega and Fadli Huda, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Pekalongan: Dibuat Oleh Novita Mega Mentari, Yohani Dan Fadli Huda," *Neraca* 18, no. 1 (2022): 62–89.

<sup>2</sup> Henny Rakhmawati and M Khoiru Rusydi, "Influence of TAM and UTAUT Models of the Use of E-Filing on Tax Compliance," *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)* 9, no. 1 (2020): 106–111.

<sup>3</sup> Icek Ajzen, "'Application of Theory of P Planned Behavior to Leisure Choice,'" *Leisure Research* 24 No.03 (n.d.).

kepercayaan-kepercayaan yang kuat tentang perilakunya disebut dengan istilah kepercayaan-kepercayaan perilaku (behavioral beliefs).

b. Norma Subjektif (*subjective norm*)

Norma Subjektif adalah pandangan seseorang terhadap kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan ataupun tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Kepercayaan-kepercayaan yang mendasari norma subjektif disebut dengan kepercayaan-kepercayaan normative (normative beliefs).

c. Kontrol Perilaku Persepsi (*Perceived Behavioral Control*)

Kontrol perilaku persepsi didefinisikan sebagai kemudahan atau kesulitan persepsi untuk melakukan perilaku. Perlu diperhatikan di dalam teori perilaku rencana jika niat-niat menunjukkan keinginan seseorang untuk mencoba perilaku tertentu.

Kontrol perilaku persepsi (*Perceived Behavioral Control*) ditentukan oleh kepercayaan-kepercayaan control (*control beliefs*). Kepercayaan control didefinisikan sebagai kepercayaan-kepercayaan yang dimiliki oleh individual mengenai sumber-sumber daya dan kesempatan yang dimiliki untuk mengantisipasi halangan yang dihadapi.

Jadi Teori Of Planned Behavior (TPB) adalah suatu teori yang menjelaskan hubungan antara sikap pribadi individu yang akan mempengaruhi niat dan kelakuan mereka.

## 2. Keputusan Nasabah

### a. Pengertian Keputusan Nasabah

Mengambil keputusan erat hubungannya dengan sistem kepemimpinan, seorang pemimpin akan dilihat baik buruknya ketika pemimpin tersebut mengambil keputusan dan kebijakannya. Kebijakan dan mengambil keputusan merupakan dua hal yang saling berhubungan,

kebijakan lebih menekankan pada teori sedangkan jika pengambil keputusan berhubungan dengan praktek. Jika pengambilan keputusan tidak dibarengi dengan teori maka pengambilan keputusan tersebut dianggap kurang sesuai sedangkan jika kebijakan tidak dibarengi dengan pengambilan keputusan sulit untuk mewujudkannya.

Keputusan adalah proses pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih alternatif. Keputusan ini diambil setelah melakukan perhitungan dan pertimbangan, dalam menentukan pemilihan keputusan supaya keputusan yang diambil merupakan keputusan yang terbaik. Pengambilan keputusan adalah sebagai penyelesaian masalah berfokus pada tujuan konsumen (konsekuensi atau nilai yang diharapkan dalam rantai alat atau tujuan) yang ingin diraih atau didapatkan mereka.<sup>4</sup> Sedangkan Nasabah/pelanggan (customer) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta pelayanan. Sedangkan nasabah menurut pasal 1 ayat 17 UU No.10 tahun 1998 adalah pihak yang menggunakan jasa bank.<sup>5</sup>

Pengertian keputusan nasabah dari berbagai ahli tidak jauh berbeda, Hanya tergantung dari sudut mana kita melihatnya. keputusan pelanggan atau keputusan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.<sup>6</sup>

Pengertian lain Keputusan nasabah adalah proses pengkombinasian pengetahuan untuk menyelesaikan terhadap dua pilihan atau lebih agar mendapatkan solusi

---

<sup>4</sup> Fitri Hayati, Riri Zulvira, And Nurhizrah Gistituati, "Lembaga Pendidikan: Kebijakan Dan Pengambilan Keputusan," *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 6, No. 1 (2021): 100–104.

<sup>5</sup> Syam Fitri Nur Cahyani and Muhammad Iqbal Fasa, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Pada Masa Pandemi Di Bank Syariah," *Mutanaqishah: Journal of Islamic Banking* 1, no. 2 (2021): 103–114.

<sup>6</sup> Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, n.d.

dari yang dihadapi dalam membeli sesuatu. Suatu proses membeli bukan sekedar mengetahui berbagai faktor yang akan mempengaruhi pembeli, tetapi berdasarkan peranan dalam pembelian dan keputusan untuk membelian.

### **b. Dasar-Dasar Pengambilan Keputusan**

Dasar-dasar dalam pengambilan keputusan bermacam-macam tergantung dari permasalahan. dasar-dasar pengambilan keputusan yang berlaku menurut George R. Terry:

1. Intuisi, pengambilan keputusan yang berdasarkan atas intuisi atau perasaan memiliki sifat subjektif
2. fakta pengambilan, keputusan berdasarkan fakta dapat memberikan keputusan yang sehat, solid dan baik.
3. pengalaman, pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman memiliki manfaat bagi pengetahuan praktis.
4. wewenang, pengambilan keputusan berdasarkan wewenang biasanya dilakukan oleh pimpinan terhadap bawahan atau orang yang lebih tinggi kedudukannya kepada orang yang lebih rendah kedudukannya.
5. rasional, pengambilan keputusan yang berdasarkan rasional keputusan yang dihasilkan bersifat objektif, logis, lebih transparan dan konsisten untuk memaksimalkan hasil atau nilai dalam batas kendala tertentu. Sehingga dapat dikatakan sesuai dengan apa yang diinginkan.<sup>7</sup>

### **c. Alasan Konsumen**

Dalam pengambilan keputusan ada lima hal yang menjadi pertimbangan konsumen yaitu :

---

<sup>7</sup> Yudi Imansyah, "Pengambilan Keputusan Dalam Organisasi Lembaga Pendidikan," *Pengambilan Keputusan* 1, no. 1 (2017): 73–91.

1. Pilihan Produk, Dalam pengambilan keputusan dalam pemilihan produk apa yang akan dibeli oleh konsumen.
2. Pilihan Merek, dalam pengambilan Keputusan dalam pemilihan merek apa yang akan dibeli.
3. Pilihan Saluran Pembelian, konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi, karena setiap konsumen berbeda dalam menentukan penyalur. faktor lokasi terdekat,kenyamanan, keluasan tempat dan lain sebagainya.
4. Pilihan Waktu Pembelian, dalam hal pemilihan waktu pembelian perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan waktu pembelian, Tujuannya supaya perusahaan dapat mengatur produksi dan kegiatan Pemasaran.
5. Jumlah Pembelian, konsumen dapat mengambil keputusan seberapa banyak produk yang akan dibeli, sehingga persahaan harus mempersiapkan berapa banyaknya produk.

#### **d. Indikator Keputusan**

Indikator keputusan yaitu sebagai berikut :

1. Kebutuhan  
Nasabah merasa membutuhkan produk yang dia beli bukan keinginan. nasabah merasakan perbedaan keadaan nyata dan keadaan yang diinginkan.
2. Manfaat  
yaitu tahap pengambilan keputusan pembelian dimana nasabah menggunakan informasi untuk mengevaluasi manfaat.
3. Kepuasan  
Yang dimaksud kepuasan yaitu dimana konsumen akan mengambil tindakan leboh lanjut setelah

membeli berdasarkan kepuasan atau ketidak puasan yang mereka rasakan.<sup>8</sup>

### 3. Menabung

#### a. Pengertian Menabung

Menabung itu sendiri merupakan kegiatan menyisihkan sebagian uang pendapatan yang kita miliki untuk disimpan dengan tujuan untuk dikelola atau untuk keperluan dimasa depan. Ketika kita menjalankan kebiasaan menabung ini dalam waktu yang cukup lama dan rtin dilakukan akan menghasilkan manfaat yang cukup besar untuk masa depan, selain itu tujuan dari menabung juga untuk mengajarkan kita hidup hemat supaya kita tidak mengahmburkan uang untuk keperluan yang tidak terlalu penting.<sup>9</sup>

Tabungan merupakan simpanan yang diperuntukan bagi perseorangan yang dapat disetor setiap saat dan dan dapat diambil setelah setoran awal mengendap minimal satu bulan dan mendapatkan bagi hasil. Menurut pasal 1 Undang-Undang Perbankan Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, simpanan merupakan dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian untuk penyimpan dana dalam bentuk giro, deposito, tabungan maupun bentuk lainnya yang dipersamakan.<sup>10</sup>

Menurut KBBI menabung berasal dari kata dasar tabung, menabung itu memiliki arti kedalam golongan atau kelas kata kerja (verba) sehingga menabung bisa menyatakan sebuah tindakan, keberadaan, pengalaman,

---

<sup>8</sup> Zulkifli Zainudin dkk, "Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah," *journal keuangan dan perbankan* 13 (2016): hlm 59.

<sup>9</sup> Cipi Umbara Et AL., "Membangun Budaya Menabung Sejak Usia Remaja," *Prosiding Dedikasi: Pengabdian Mahasiswa Kepada Masyarakat* 1, No. 1 (2021): 197–204.

<sup>10</sup> Handa Abidin, "Pengertian Simpanan" (diakses, 2013).

atau pengertian dinamis lainnya.<sup>11</sup> Menurut Umbara C untuk bisa menabung memang tidak mudah karena dibutuhkan kesadaran betapa pentingnya (manfaat) menabung dan harus ada penghasilan uang yang lebih. Karena jika penghasilan pas-pasan itu yang membuat susah untuk menabung.

Dalam islam juga dianjurkan untuk menabung karena menabung bearti seorang muslim menyiapkan diri untuk masa depan ketika menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. dalam Al-Qur'an terdapat ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslim untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik. Hal tersebut terdapat dalam Q.S An-Nisa ayat 9 :

وَلِيَحْشَ الْأَٰذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً

ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا

سَدِيدًا

*Artinya : “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang bena”.*

---

<sup>11</sup> Supiani Supiani, Fawza Rahmat, And Fajar Budiman, “Pengaruh Budaya Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah,” Al-Bank: Journal Of Islamic Banking And Finance 1, No. 1 (2021): 49–58.

## **b. Faktor-Faktor Masyarakat Menabung**

Motivasi menabung dari masyarakat berpenghasilan Rendah (MBR) adalah untuk meningkatkan taraf hidupnya. Secara spesifik terdapat tiga faktor :<sup>12</sup>

### 1. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu, pengindraan terjadi melalui panca indra manusia yakni indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba dengan sendiri. sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.

### 2. Pelayanan

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.

### 3. Lokasi

Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. pertimbangan dalam memilih letak lokasi yaitu berdasarkan jenis usaha yang akan dilakukan, kedekatan dengan pasar/konsumen, kemudahan sarana dan prasarana, kemudahan untuk melakukan ekspansi dekat dengan pusat pemerintah dan tersedianya sumber daya yang lain.

## **4. Bank syariah**

### **a. pengertian Bank syariah**

Bank Syariah adalah bank umum seperti yang dimaksud dalam UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan yang saat ini dirubah dengan UU No 10

---

<sup>12</sup> Eka Apriana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Koto Taluk Menabung Di Bank Syariah Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi," *Juhanperak 2*, no. 2 (2021): 434–445.

tahun 1998 yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

Bank syariah atau biasa disebut dengan Islamic banking adalah lembaga keuangan yang berfungsi untuk membantu nasabah yang kelebihan dana untuk disalurkan kepada nasabah yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Bank syariah adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan penyertaan modal dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.<sup>13</sup> Bank syariah dalam menjalankan kegiatannya tidak menggunakan system bunga (Riba), spekulasi (maysir) dan ketidakpastian. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang system operasional dan produknya dikembangkan dengan menggunakan system syariat islam atau Al-Qur'an dan Hadist dan kaidah-kaidah fiqih.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dari segi yuridis ditataran Undang-Undang dimulai pada tahun 1992, Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan mengatur ketentuan-ketentuan yang secara implisit membolehkan pengelolaan bank dengan prinsip bagi hasil. Selanjutnya Undang-Undang nomor 10 tahun 1998 yang merupakan amandemen dari undang-undang nomor 7 tahun 1992 membedakan bank berdasarkan pada pengelolaannya yaitu bank konvensional dan bank syariah. Adanya undang-undang ini juga sekaligus menghapus pasal 6 PP No. 72/1992 yang melarang dual banking system. Setelah dikelurkan undang-undang nomor 19 tahun 1998 perkembangan bank syariah diindonesia semakin besar ditandai dengan

---

<sup>13</sup> muhammad, *Audit Dan Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah*, n.d.

berdirinya bank syariah dengan System Dual Banking..<sup>14</sup>

Dengan demikian, legalisasi kegiatan bank syariah melalui undang-undang No 7 tahun 1992 tentang perbankan dan yang telah diubah dengan undang-undang No 10 tahun 1998, serta undang-undang No.23 tahun 1999 tentang bank Indonesia dan sudah diubah lagi dengan undang-undang No.3 tahun 2004 merupakan jawaban atas permintaan dari masyarakat yang membutuhkan system perbankan yang selain menyediakan jasa perbankan yang sehat juga memenuhi prinsip-prinsip islam.

## **b. Prinsip Operasional Bank Syariah**

### **1. Prinsip Simpanan**

prinsip simpanan merupakan fasilitas yang diberikan bank syariah untuk memberi kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya pada bank syariah. dalam prinsip simpanan terdapat dua akad yaitu Wadi'ah dan Mudharabah.

### **2. Prinsip Bagi Hasil**

Prinsip bagi hasil merupakan sistem dimana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama dalam melakukan kegiatan usaha. didalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat antara kedua belah pihak atau lebih.

## **5. Kualitas Pelayanan**

### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu orang ke orang lain biasanya dilakukan dalam lingkungan usaha ataupun perusahaan tertentu. Pelayanan yang cepat, adil, tepat, dan ramah tamah akan

---

<sup>14</sup> Isra Misra, Muhammad Ragil, and Muhammad Iqbal Fachreza, "Manajemen Perbankan Syariah (Konsep Dan Praktik Perbankan Syariah Di Indonesia)" (K-Media, 2021).

membuat nasabah atau seseorang yang datang ke perusahaan tersebut akan merasa puas. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam bentuk jasa ataupun produk sesuai dengan standar perusahaan dan memberikan produk atau jasa itu sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah.<sup>15</sup>

Kualitas pelayanan sangat penting untuk persaingan usaha, serta menbah keakraban atau mempererat hubungan dengan nasabah-nasabah untuk masa sekarang maupun masa depan. Semakin tinggi kepuasan nasabah maka nasabah akan semakin loyal dalam menjalin kerja sama.<sup>16</sup>

Kualitas pelayanan dapat di ukur baik tidaknya berdasarkan sudut pandang nasabah, bukan berdasarkan penyedia jasa. Meskipun demikian bukan bearti kualitas pelayanan tidak dapat diukur.<sup>17</sup> Datang ke perusahaan dengan baik sehingga nasabah memberikan kepercayaan kepada perusahaan itu sendiri.

Kualitas pelayanan ini sangat penting untuk membuat nasabah percaya dengan perusahaan sehingga memakai atau menggunakan produk dari perusahaan atau bank. Kualitas pelayanan seringkali dikonseptualisasikan sebagai perbandingan antara harapan pelayanan dengan persepsi kinerja aktual, bila tingkat oprasional penelitian pada bidang kajian kualitas pelayanan telah didominasi oleh instrument servquel, yang berdasarkan pada model kesenjangan. kualitas pelayanan bisa didefinisikan sebagai seberapa jauh

---

<sup>15</sup> Rizal Zulkarnain, H E R Taufik, and Agus David Ramdansyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 01 (2020): 87–110.

<sup>16</sup> Titin Agustin Nengsih, Ahmad Syahrizal, and Sellin Fidia Oktafiani, "Evaluasi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia: Studi Empiris Pembayaran UKT Di Jambi," *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 12, no. 2 (2021): 180–185.

<sup>17</sup> Yosep Eka Putra and Nazaruddin Aziz, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang" (2019).

perbedaan antara kenyataan dan harapan pada pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Berdasarkan definisi diatas, kualitas pelayanan bisa diwujudkan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan dari pelanggan diperusahaan.

#### **b. Indikator kualitas pelayanan**

Indikator yang yang menjadi bagian dari kualitas pelayanan yang baik yaitu :

##### 1) Pemimpin Dan Kepemimpinan Bank

Bagian yang paling penting untuk menentukan baik atau buruknya pelayanan dapat dilihat dari pemimpin dan kepemimpinan. Karena manajer suatu bank merupakan cermin dari baik atau buruknya pelayanan bank tersebut, seorang manajer harus mampu memimpin atau membina kariyawannya sedemikian baik supaya pelayanan dan etika kariyawan dalam melayani nasabah baik dan benar.

##### 2) Karyawa Bank

Karyawan bank harus baik dan professional dalam melakukan tugasnya. Sehingga ketika melayani nasabah bisa dilakukan dengan baik dan benar sehingga nasabah puas dan nyaman.<sup>18</sup>

##### 3) Peralatan Bank

Ketika bank memiliki peralatan yang baik dan canggih akan mempermudah pelayanan kepada nasabah. dan nasabah semakin nyaman untuk bertransaksi di bank tersebut, dan pelayanan kepada nasabah juga semakin meningkat dengan adanya alat yang mendukung.

---

<sup>18</sup> Soetanto Hadinoto, *Bank Strategi* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2008).

#### 4) Pengembangan Karyawan Bank

Pengembangan pengetahuan dan keterampilan karyawan bank harus dilakukan agar pelayanan terhadap masyarakat dapat meningkat lebih baik lagi.<sup>19</sup>

## 6. Promosi

### a. Pengertian Promosi

Dalam hukum islam istilah promosi dikenal dengan sebutan Al-Hawafiz Al-Muraqhgibibah Fi Al-Shira. Secara bahasa al-bawafiz al-muragbgbibah fi al-shira diartikan sebagai “ segala sesuatu yang mendorong atau menarik minat (membujuk) orang lain untuk membeli.

Promosi memiliki dua makna yang pertama makna umum promosi adalah segala perbuatan yang dilakukan oleh shirkah (perusahaan atau produsen) untuk menambah hasil penjualan. Sedangkan makna promosi secara khusus adalah hubungan komunikatif penjual atau produsen kepada para pembeli dengan maksud untuk memberitahu mereka untuk membeli barang yang kita jual.<sup>20</sup>

Salah satu upaya bank syariah agar masyarakat mengetahui tentang produk-produk yang dimiliki oleh bank syariah maka bank syariah juga melakukan promosi. Bank syariah mempromosikan produk-produknya seluas mungkin supaya lebih banyak lagi masyarakat yang menggunakan produk bank syariah, karena promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik nasabah.

Dalam memasarkan produknya bank syariah harus memberikan informasi yang jelas dan sebaik mungkin tentang produk yang dimiliki kepada masyarakat supaya

---

<sup>19</sup> Melayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2011).

<sup>20</sup> Syabbul Bahri, “Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam,” *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* 8, no. 1 (2013): 135–154.

masyarakat mengetahui dan memahami keunggulan dari produk yang dimiliki bank syariah. Dalam kegiatan memberikan informasi itu sangat dibutuhkan komunikasi yang efektif antara pegawai bank dan masyarakat atau biasa disebut sebagai promosi. Terdapat 4 jenis promosi yaitu: periklanan, promosi penjualan, penjualan personal dan publisitas yang bersama-sama menjadi bagian dari sebuah promosi.

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan produk, harga dan lokasi, dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang di milikinya baik langsung maupun tidak langsung”.<sup>21</sup>

Promosi akan mengalami perubahan perubahan apabila dilakukannya peningkatan maka keputusan nasabah akan meningkat begitupula sebaliknya. Apabila terdapat penurunan maka keputusan nasabah akan mengalami penurunan.

Promosi dalam perdagangan islam merupakan sebuah penyampaian informasi atau komunikasi yang memiliki anjuran atau etika seperti mengutamakan kejujuran dan memenuhi akad yang sudah disepakati. Hal tersebut sudah tertuang dalam Al-Qur’an (QS Al-muddassir ayat 38):<sup>22</sup>



*Artinya : “Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuat” (QS Al-Muddasir:38).*

---

<sup>21</sup> Erik Rif’ad Hendra Putra and Ade Sofyan Mulazid, “Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung Di PT Panin Dubai Syariah Bank,” Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam 3, no. 1 (2019): 1–17.

<sup>22</sup> “Analisis Pengaruh Pembiayaan Mudharabah..., Ahmad Syabani, Ak.-Ibs, 2018” (2018).

Ayat tersebut memiliki makna bahwa seseorang harus bisa bertanggung jawab atas apa yang dilakukan, sehingga dalam hal ini promosi dalam perdagangan harus bisa dilaksanakan dan harus bisa dipertanggung jawabkan. Ada beberapa tujuan dari promosi yang dilakukan bank atau sebuah perusahaan, yaitu:

- a. Karena banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang bank atau perusahaan, maka supaya mereka mengetahui informasi itu jadi dilakukannya promosi.
- b. Supaya penjualan produk bank atau perusahaan semakin meningkat
- c. Supaya masyarakat tau jika perusahaan atau bank ini baik.
- d. Agar masyarakat bisa membedakan kelebihan dan kekurangan perusahaan kita dengan pesaing.

Dari penjelasan diatas mengenai promosi dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Bank Syariah untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk-produk yang dimiliki. Sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan produk yang ada di Bank Syariah, jika semakin banyak masyarakat yang menggunakan produk bank syariah maka itu artinya bank syariah berhasil dalam upaya menggunakan promosi sebagai kegiatan memasarkan produknya.

#### **b. Tujuan dan Fungsi Promosi**

Tujuan dan fungsi dari promosi yaitu :<sup>23</sup>

1. Memberikan Informasi, Informasi yang perlu di sampaikan ketika promosi adalah tentang produk atau jasa yang di jual, harga produk atau informasi yang lain yang diperlukan oleh konsumen sehingga

---

<sup>23</sup> Almira Ratih Renaningtyas, Aulia Dwi Wahyuni, and Lita Oktarina, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen)," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3, no. 5 (2022): 522–529.

konsumen tertarik dengan produk atau jasa yang dipromosikan.

2. Membujuk Atau Mempengaruhi, Membujuk atau memberitahu itu sendiri dengan cara memberikan tahukan kepada konsumen bahwa produk yang dimiliki perusahaan ini lebih baik dari produk lain.
3. Menciptakan Image, Promosi memberikan kesan tersendiri kepada konsumen untuk produk yang diiklankan sehingga pemasar menciptakan promosi terbaiknya.
4. Alat Untuk Mencapai Tujuan, Dengan Promosi tujuan perusahaan untuk menciptakan pertukaran yang menguntungkan melalui komunikasi.

### c. Indikator Promosi

Setelah produk yang sudah siap untuk dipasarkan tersedia maka tugas produsen adalah mempromosikan produk tersebut kepada reseler atau anggota saluran serta membujuk perusahaan yang telah ditentukan untuk membawa produk tersebut. Lalu selanjutnya perusahaan tersebut mempromosikan produknya kepada konsumen. Sehingga konsumen tertarik dan membeli produk yang sudah ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Strategi tarik adalah strategi promosi yang memerlukan pembelajaran yang banyak untuk iklan dan promosi konsumen guna membujuk konsumen untuk membeli produk.<sup>24</sup>

#### 1. Periklanan

Sebagai bagian dari komunikasi pemasaran, periklanan merupakan variabel bauran promosi yang banyak digunakan oleh perusahaan. Untuk mendapatkan hasil yang optimal, manajemen dituntut untuk mengelola kegiatan periklanan dengan baik. Periklanan juga bisa diartikan sebagai suatu proses komunikasi masa yang melibatkan

---

<sup>24</sup> Apri Budianto, "Manajemen Pemasaran," Yogyakarta: Ombak (2015).

sponsor tertentu antara lain, pemasangan iklan, yang membayar jasa sebuah media masa atas penyiaran iklannya.<sup>25</sup>

## 2. Penjualan Personal (personal selling)

penjualan personal adalah presentasi dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar melakukan suatu pembelian. Penjualan personal mempunyai peranan penting dalam pemasaran produk karena interaksi secara personal antara pembeli dan penjual sangat penting. sifat penjualan personal sangat fleksibel karena tenaga penjualan dapat secara langsung menyesuaikan penawaran penjualan dengan kebutuhan masing-masing calon pembeli.<sup>26</sup>

## 3. Informasi dari Mulut Ke Mulut

Konsumen akan berbicara atau memberikan informasi ke pada konsumen lain atau masyarakat tentang pengalaman menggunakan produk atau jasa yang dibelinya. promosi dalam hal ini merupakan referensi dari orang lain yang dilakukan dari mulut ke mulut.

## 4. Pemasaran Secara Langsung

Pemasaran secara langsung merupakan unsur terakhir dalam bauran komunikasi dan promosi. pemasaran langsung ada enam macam yaitu : direct mail, mail order, direct response, direct selling, telemarketing dan digital marketing.

## 5. Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah bentuk perpuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang

---

<sup>25</sup> M Iwu Iyansyah et al., "Literasi Manajemen Komunikasi Pemasaran Dalam Melaksanakan Etika Dan Standar Periklanan," *Jurnal Revolusi Indonesia* 1, no. 10 (2021): 1073–1091.

<sup>26</sup> Zuliatin Zuliatin, "Pengaruh Personal Selling, Direct Selling Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada Bmt Ugt Sidogiri Kcp Kanigoro Blitar," *IAIN Tulungagung Research Collections* 3, no. 1 (2016): 87–104.

dapat diatur untuk meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.

## 7. Pengetahuan

### a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah merupakan hasil dari tahu dan ini setelah orang melakukan penginderaan terhadap obyek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia, yakni indera pendengaran, pengelihatan, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui indera mata dan telinga”.<sup>27</sup>

Pengetahuan adalah hasil kegiatan manusia untuk mencari tahu sesuatu dengan cara-cara dan dengan alat-alat tertentu untuk mengetahuinya. Pengetahuan memiliki bermacam-macam jenis dan sifatnya, ada yang secara langsung dan ada pula yang secara tidak langsung. Untuk mengetahui jenis dan sifat pengetahuan ini tergantung pada tergantung pada sumbernya, cara dan alat apa yang diperoleh untuk mencari pengetahuan itu.<sup>28</sup>

Pengetahuan biasanya sering di kaitkan dengan pendidikan, karena diharapkan orang dengan pendidikan yang tinggi memiliki pengetahuan yang lebih luas dan banyak. Tetapi bukan berarti orang yang berpendidikan rendah tidak bisa memiliki pengetahuan yang luas. Pengetahuan seseorang orang tentang suatu objek memiliki 2 aspek yaitu aspek positif dan aspek negatif, dua aspek ini menentukan sikap seseorang dalam menilai objek itu, jika lebih banyak aspek positif maka objek akan dilihat atau dinilai positif juga tetapi sebaliknya jika objek ini lebih banyak aspek negatifnya

---

<sup>27</sup> Makhmudah, “Hakikat Ilmu Pengetahuan Dalam Perspektif Modern Dan Islam.”

<sup>28</sup> Iis Suwanti and Heti Aprilin, “Studi Korelasi Pengetahuan Keluarga Pasien Tentang Penularan Hepatitis Dengan Perilaku Cuci Tangan,” *Jurnal Keperawatan* 10, no. 2 (2017): 13.

maka objek itu akan dipandang negative juga. Definisi ilmu pengetahuan melibatkan 6 komponen pengetahuan yaitu : Masalah (problem), Sikap (attitude), Metode (method), Aktivitas (activity), Kesimpulan (conclusion), Pengaruh (effects).

Ilmu pengetahuan muncul dari pengembangan suatu permasalahan yang dapat dijadikan sebagai kegelisahan akademik, dari masalah itu para ilmuwan memiliki suatu sikap untuk membangun metode-metode dan kegiatan untuk tujuan menyelesaikan kasus dalam bentuk teori-teori yang memberikan pengaruh baik terhadap masyarakat.

#### **b. Indikator pengetahuan**

Indikator pengetahuan sebagai berikut:

##### 1. Pengetahuan Produk

pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi merek atau fitur produk dan kepercayaan mengenai produk.

##### 2. pengetahuan pembelian

pengetahuan pembelian adalah berbagai macam informasi yang diproses oleh nasabah untuk memperoleh suatu produk. pengetahuan pembelian meliputi pengetahuan tentang dimana membeli produk dan kapan akan membelinya.

##### 3. pengetahuan pemakaian

pengetahuan pemakaian ini mencakup informasi yang tersedia didalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk digunakan dan apa yang diperlukan agar benar-benar menggunakan produk tersebut.

### **8. Produk**

#### **a. Pengertian Produk**

Produk adalah hasil dari suatu perusahaan untuk ditawarkan kepada konsumen atau nasabah juga sebagai alat untuk mewujudkan tujuan dari berdirinya perusahaan atau bank. Istilah lain dari produk adalah

kebutuhan dan keinginan, kebutuhan nasabah atau konsumen yang harus dipenuhi, jadi setiap perusahaan harus memiliki keunggulan dari produk yang mereka buat baik dari segi kualitas, desain, pelayanan, ukuran dan keamanan. Supaya konsumen atau nasabah tertarik dan membeli produk tersebut sehingga perusahaan memiliki pemasukan dan bisa mewujudkan tujuan dari didikannya perusahaan atau bank tersebut.

Salah satunya bank syariah yang memiliki produk-produk yang di tawarkan kepada nasabah diantaranya adalah : produk penghimpun dana, produk penyaluran dana bank syariah dan produk jasa. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu barang atau jasa yang dibuat atau dimiliki oleh suatu perusahaan dengan tujuan untuk ditawarkan kepada konsumen sehingga perusahaan itu bisa mencapai tujuannya.

#### **b. Strategi Produk**

Strategi produk menjelaskan kebutuhan pasar yang ingin dilayani dengan berbagai tawaran produk, Pada umumnya strategi keseluruhan sebuah perusahaan didominasi oleh strategi produk dan strategi pasar. Hal inilah yang kerap menjadi tantangan terbesar dalam pengembangan dan penerapan strategi produk, strategi produk terdiri dari beberapa tahapan yaitu penetapan harga dan pemberian merek produk.

### **9. Al-Wadi'ah**

#### **a. Pengertian Al-Wadi'ah**

Bank syariah memiliki beberapa produk yang sudah banyak digunakan oleh masyarakat, salah satunya produk penghimpun dana. Produk penghimpun dana di bank syariah menerapkan prinsip wadi'ah dan mudharabah, Kedua prinsip tersebut diimplementasikan oleh bank syariah dalam menghimpun dana berupa Giro, Tabungan dan deposito.

Tabungan menurut UU No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip Syariah, Yang penarikannya hanya bisa dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang telah disepakati diawal.

Wadiah dapat diartikan sebagai titipan murni dari dari satu pihak ke pihak lain baik individu maupun badan hukum yang harus dikembalikan kapan saja dipenitip menghendaki.<sup>29</sup>

Menurut tradisi fiqih islam prinsip simpanan dikenal dengan prinsip Al-wadiah, Al-Wadiah adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain baik individu maupun badan hukum. Yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.<sup>30</sup>

Akad Wadi'ah menurut bahasa adalah barang yang di titipkan orang lain supaya di jaga, sedangkan menurut istilah wadi'ah adalah pemberian otoritas pemilikan suatu barang orang supaya di jaga secara tegas dan jelas. Beberapa ahli telah menjelaskan mengenai wadi'ah, salah satunya adalah "istilah wadi'ah berasal dari kata wada'a yang artinya meninggalkan atau menitipkan barang untuk dijaga". Fatwa Dsn-Mui Mengenai Wadi'ah Telah Dikeluarkan Dalam Fatwa Dsn-Mui No.36/Dsn-Mui/X/2002 Tentang Sertifikat Bank Indonesia (SWBI) Dan Fatwa Dsn-Mui No.63/Dsn-Mui/Xii/2007 Tentang Sertifikat Bank Indonesia Syariah (SBIS).

Akad wadi'ah adalah akad murni yang kapan saja pemiliknya membutuhkan dapat diambil. Dasar hukum wadi'ah tertuang pada QS An-Nisa':29) yaitu :

---

<sup>29</sup> Nurul Huda and Mohamad Heykal, Lembaga Keuangan Islam (Kencana, 2010).

<sup>30</sup> Mega Mustika, "KAJIAN HUKUM TERHADAP PENGELOLAAN DANA MEGGUNAKAN AKAD WADIAH PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM DI BMT," PILAR 12, no. 1 (2021): 13–22.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ  
 بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
 مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ  
 رَحِيمًا

*Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, Kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu [287]; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Surat An-Nisa':29)*

Korelasi Surat an-nissa ayat 29 dengan tabungan bahwa orang yang beriman tidak diperbolehkan memakan harta dengan cara bathil termasuk pada tabungan yang ada di bank syariah harus terhindar dari praktek bathil. Salah satu cara yang bathil dalam tabungan adalah proses pemasaran yang mengatakan keunggulan dari produk yang tidak sebenarnya atau pengenaan tariff tabungan yang berlebihan. Nasabah menitipkan dananya kepada pihak bank dan mempercayakan dana itu disimpan oleh pihak bank syariah, pihak bank syariah harus bisa menjaga kepercayaan yang sudah diberikan oleh nasabah karena kepercayaan nasabah dalam bisnis perbankan syariah merupakan salah satu urat nadi dalam keberlangsungan perkembangan bank syariah. Dimana telah tertuang dalam surat Al-Baqarah ayat 283 yang berbunyi :

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ  
 مَقْبُوضَةً فَإِنْ مِنْ بَعْضِكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي  
 أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُرَ وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُرَ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا  
 الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فإِنَّهٗرَ ءَاثِمٌ قَلْبُهُرَ ۗ وَاللَّهُ  
 بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

*Artinya : maka, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya.(Surat Al-Baqarah ayat 283).*

Menurut Ulama Mazhab Hanafi Rukun akad Wadi'ah adalah ijab dan qabul, yaitu penitip berkata kepada orang lain. Sedangkan menurut Jumhur Ulama, rukun aka dada 4 yaitu dua orang yang melakukan akad yakni orang nitip dan orang yang dititipi,sesuatu atau objek yang dititipkan dan ijab Kabul (sighat). Syarat atau ketentuan tentang tabungan berdasarkan wadi'ah terdapat juga dalam fatwa yaitu sebagai berikut:<sup>31</sup>

- a. Bersifat simpanan
- b. Simpanan bisa diambil kapan saja atau berdasarkan kesepakatan
- c. Tidak ada imbalan yang disyaratkan kecuali dalam bentuk pemberian ('athaya) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

Bank syariah memiliki produk tabungan yaitu Tabungan Easy Wadi'ah. Tabungan Easy Wadi'ah

---

<sup>31</sup> Sherlie Agneza, Jalaludin Jalaludin, and Rinawati Rinawati, "Praktek Tabungan Easy Wadi'ah Bank Syariah Indonesia Dalam Perspektif Fatwa No. 02/DSN-MUI/IV/2000," JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah) 2, no. 1 (2022): 68–82.

adalah tabungan dalam bentuk uang dengan prinsip wadi'ah yad dhamanah dimana uang yang disimpan dapat ditarik dan disetor setiap saat. Tabungan wadi'ah adalah tabungan rupiah yang menggunakan syariah islam dalam pengelolaannya. Menurut fatwa DSN No. 02/BSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan, dijelaskan bahwa tabungan yang dibenarkan secara syariah yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip mudharabah dan wadi'ah. Secara umum terdapat dua jenis wadi'ah yaitu wadi'ah yad al-amanah dan wadi'ah yad adh-dhamanah<sup>32</sup>.

1. Wadi'ah yad al-amanah

Wadi'ah yad al-amanah adalah dimana jika ada kerusakan atau kehilangan barang yang dititipkan akibat kelalaian yang dititipi maka penerima titipan tidak bertanggung jawab. Pihak yang dititipkan tidak diperbolehkan menggunakan barang atau uang yang di titipkan tersebut dan harus menjaganya dengan aman. Untuk biaya penitipan pihak yang dititipkan bisa membebaskan kepada pihak yang menitipkan barang atau uang tersebut.

2. Wadi'ah yad adh-dhamanah

Sedangkan Wadi'ah yad adh-dhamanah adalah dimana penerima titipan tersebut diperbolehkan memanfaatkan barang atau uang yang dititipkan dengan seizing pemiliknya tetapi jika pemilik barang atau uang tersebut menghendaki kapanpun bisa diambil. Pihak penerima titipan tersebut harus bertanggung jawab atas kewanasan barang atau uang yang dititipkan itu jika ada kerusakan sipenerima titipan itu harus bertanggung jawab, dan keuntungan yang dihasilkan dari pemanfaatan barang atau uang tersebut menjadi hak milik penerima titipan. Semua keuntungan yang dihasilkan dari dana tersebut

---

<sup>32</sup> Niken Sania Putri And Havis Aravik, "Analisis Produk Tabungan Wadi'ah Pada Pt. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Falah Banyuasin," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (Jimpa)* 1, No. 1 (2021): 1–10.

seungguhnya mejadi hak milik yang dititipi (Bank Atau lembaga keuangan syariah).

Kelebihan dari produk Al-wadi'ah ini adalah nasabah tidak dibebankan atas biaya tiap bulannya jadi jika tabungan dalam jangka pendek akan menguntungkan karena tabungan tidak akan berkurang diakibatkan dari potongan perbulan. Tetapi selain keuntungan ada juga kerugian dari produk ini jika simpanan dalam jangka panjang produk wadi'ah akan merugikan nasabah karena uang yang disimpan tidak akan bertambah.

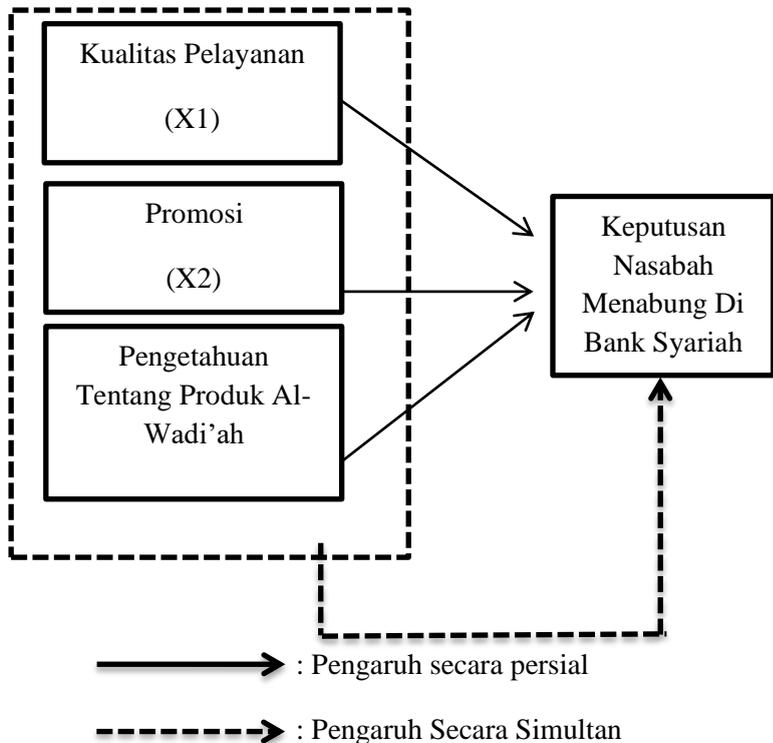
#### **b. Indikator Akad Al-Wadi'ah**

1. penerima simpanan  
penerima simpanan disebut yad al-amanah yang diartikan tangan amanah. Si penyimpan tidak bertanggung jawab atas segala kehilangan dan kerusakan yang terjadi pada pada titipan selama hal itu bukan akibat dari kelalaian keverobohan dalam memelihara barang titipan.
2. pengguna uang  
pengguna uang titipan harus terlebih dahulu meminta izin kepada si pemilik uang dan dengan catatan si pengguna menjamin untuk mengembalikan uang tersebut secara utuh.
3. konsekuensi  
konsekuensi dari diterapkannya prinsip yad adh-dhamanah adalah pihak bank akan menerima seluruh keuntungan dari pengguna uang, tetapi sebaliknya bila mengalami kerugian juga harus ditanggung oleh bank.
4. imbalan  
sebagai imbalan kepada pemilik dana disamping jaminan keamanan uangnya pemilik juga akan mendapatkan fasilitas lainnya seperti intensof atau bonus untuk giro wadi'ah.

## B. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah perpaduan antara asumsi-asumsi teoritis dan asumsi-asumsi logikadalam menjelaskan atau memunculkan variabel-variabel yang diteliti serta bagaimana kaitan dari variabel-variabel tersebut. Berikut merupakan kerangka berfikir dalam penelitian ini.

Gambar 2.1



Keterangan :

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh secara persial terhadap keputusan menabung dibank syariahH

H2 : promosi berpengaruh secara persial terhadap Keputusan Nasabah menabung di bank syariahH

H3 : pengetahuan tentang produk Al-Wadi'ah berpengaruh secara persial terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah

H4 : kualitas pelayanan, promosi dan pengetahuan tentang produk al-wadiah terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.

### C. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau tuduhan bahwa sementara masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah atau belum tentu benar sehingga harus diuji secara empiris. Dalam penelitian diperlukan hipotesis yang benar penulis harus dapat menentukan tehnik dalam menguji hipotesis yang ada<sup>33</sup>. Atau bisa juga di artikan hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang akan di teliti.

1. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah.

Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lain, sedangkan kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai seberapa jauh antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima.<sup>34</sup> penelitian yang dilakukan oleh Rachmatullah, Dhepril Puradi hasilnya menunjukkan bahwa Secara persial kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah. Maka hipotesis dapat di Rumuskan sebagai berikut

**Ho1 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara persial terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.**

**Ha1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh secara persial terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.**

---

<sup>33</sup> Yuliawan, "Pelatihan Smartpls 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif."

<sup>34</sup> Fadhilatul Hasanah, "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah," Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis 4, no. 1 (2019): 485–495.

2. Pengaruh Promosi terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.

Promosi merupakan kegiatan dalam bidang perusahaan yang berfungsi untuk meningkatkan omset penjualan dengan cara mempengaruhi konsumen secara langsung maupun tidak langsung.<sup>35</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Enung Nurul Khomisah hasilnya menunjukkan Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah. Maka hipotesisnya dapat dirumuskan sebagai berikut :

**Ho2 : Promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah.**

**Ha2 : promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.**

3. Pengaruh pengetahuan terhadap keputusan nasabah menabung produk Wadi'ah di Bank Syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Eko nur kholiq hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Pengetahuam tabungan Al-Wadiah berpengaruh terhadap minat santri menabung di Bank Syariah. Dapat dirumuskan Hipotesis nya yaitu sebagai berikut :

**Ho3 : pengetahuan tentang produk Al-Wadiah Tidak Berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah**

**Ho3 : pengetahuan tentang produk Al-Wadiah Berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah.**

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan,Promosi dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Produk Wadi'ah di Bank Syariah.

---

<sup>35</sup> Guspia Ningsih Guspia Ningsih, Muhammad Dayyan, and Nurjanah Nurjanah, "PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT BERINVESTASI LOGAM MULIA DI PEGADAIAN SYARIAH LANGSA BARAT.," Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah 3, no. 1 (2019).

Kualitas pelayanan, promosi dan pengetahuan merupakan beberapa hal yang bisa mempengaruhi nasabah untuk menabung. berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ihza Alfi Dewanti kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara signifikansi terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah<sup>36</sup>. Pada penelitian Septi Farania penghindaran riba, akad wadiah dan pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menabung.<sup>37</sup> Maka hipotesisnya dapat dirumuskan sebagai berikut :

**Ho4 : Kualitas Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tidak Berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung Produk Wadi'ah di Bank Syariah.**

**Ha4 : Kualitas Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung Produk Wadi'ah di Bank Syariah**

---

<sup>36</sup> Ihza Alfi Dewanti, "Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Madiun S Parman" (IAIN Ponorogo, 2021).

<sup>37</sup> Septi Farania, "Pengaruh Motivasi Penghindaraan Riba, Pengetahuan Akad Wadiah, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Jakarta Timur)" (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, 2022).

## BAB V

### SIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dipaparkan dalam bab sebelumnya, didapatkan kesimpulan pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Produk Al-Wadi’ah Dibank Syariah (Studi Pada Nasabah di BSI KCP Kedaton Bandar Lampung) sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel uji t diatas diperoleh nilai t Hitung variabel kualitas pelayanan sebesar sebesar 2.919 lebih besar dari nilai T tabel yaitu 1.988. dan untuk nilai signifikansi memperoleh nilai  $0.04 < 0.05$  yang berarti bahwa  $H_0$  Ditolak dan  $H_1$  Diterima. maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung Produk Al-Wadi’ah di Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula keputusan nasabah menabung di Bank Syariah.
2. Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t hitung variabel promosi adalah sebesar 1.383 lebih kecil dari nilai T tabel yaitu sebesar 1.988, dan untuk signifikansi memperoleh nilai  $0.170 > 0.05$  yang berarti bahwa nilai  $H_0$  diterima dan  $H_1$  Ditolak. Maka dapat disimpulkan variabel Promosi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung Produk Al-Wadi’ah di Bank Syariah. Hal ini menjukan bahwa tinggi rendahnya promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah.
3. Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t hitung variabel Pengetahuan adalah sebesar 0.797 lebih kecil dari nilai T tabel yaitu sebesar sebesar 0.560 lebih kecil dari nilai T tabel yaitu sebesar 1.988, dan untuk signifikansi memperoleh nilai  $0.577 > 0.05$  yang berarti bahwa nilai  $H_0$  diterima dan  $H_1$  Ditolak.

Maka dapat disimpulkan variabel Pengetahuan tentang produk Al-Wadi'ah tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah. Hal ini menunjukkan tinggi rendahnya pengetahuan tidak mempengaruhi keputusan nasabah menabung Produk Al-Wadi'ah di Bank Syariah.

4. Berdasarkan tabel ANOVA diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 4.617 dengan nilai F tabel sebesar 2.699 jadi  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $4.617 > 2.699$ ) dan dengan ini signifikansi sebesar  $0.05 > 0.05$ . Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Sehingga variabel kualitas pelayanan, promosi, pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung Produk Al-Wadi'ah dibank syariah. Hal ini menjukan tinggi rendahnya nilai kualitas pelayanan, promosi, pengetahuan tentang produk Al-Waidah tidak mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank Syariah.

## **B. Rekomendasi**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi BSI KCP Kedaton Bandar Lampung diharapkan lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan dan promosi terhadap produk tabungangan yang dimiliki oleh BSI KCP Kedaton Bandar Lampung supaya lebih baik lagi kedepannya, Sehingga semakin meningkatnya minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai penambahan wawasan mengenai keputusan menabung dibank syariah. Bagi peneliti selanjutnya bisa memperbanyak atau menambahkan variabel yang digunakan seperti variabel lokasi, kualitas produk atau yang lainnya. Sehingga bisa memperluas lagi informasi yang akan didapatkan untuk mengetahui variabel lain yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah.

3. Untuk Akademik penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dibidang Pebankan syariah mengenai Kualitas Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang produk Al-Wadiah Terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Serta bermanfaat sebagai tambahan sumbangsi teori dan bahan rujukan pada perpustakaan UIN Raden Intan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abidin, Handa. "Pengertian Simpanan." diakses, 2013.
- Agneza, Sherlie, Jalaludin Jalaludin, and Rinawati Rinawati. "Praktek Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia Dalam Perspektif Fatwa No. 02/DSN-MUI/IV/2000." *Jammiah (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)* 2, no. 1 (2022): 68–82.
- Ajzen, Icek. "Application of Theory of P Planned Behavior to Leisure Choice." *Leisure Research* 24 No.03 (n.d.).
- Al-Haqqi, M Mudavi, Tengku Mahesa Khalid, and Lestary Fitriayany. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Mudharabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Dumai." *JURNAL AL-HISBAH* 2, no. 2 (2021): 41–54.
- Ambarwati, Ida. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pemahaman Pengetahuan Produk Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Mini Iain Ponorogo." IAIN Ponorogo, 2020.
- Andrianto, Andrianto, and Muhammad Anang Firmansyah. "Manajemen Bank Syariah: Implementansi Teori Dan Praktek." Qiara Media Pustaka, 2019.
- Apriana, Eka. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Koto Taluk Menabung Di Bank Syariah Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi." *Juhanperak* 2, no. 2 (2021): 434–445.
- Arwin, Arwin, Yuliana Yuliana, and Elika Elika. "Dampak Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada PT Teguh Jaya Mandiri): Impact of Leadership and Work Environment on Employee Performance (Case Study at PT Teguh Jaya Mandiri)." *Bisma Cendekia* 1, no. 2 (2021): 60–66.

- ASRORRI, YUSUF. “Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Muamalat Kcp Jombang” (2021).
- Bahri, Syabbul. “Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam.” *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* 8, no. 1 (2013): 135–154.
- Budianto, Apri. “Manajemen Pemasaran.” *Yogyakarta: Ombak* (2015).
- Cahyani, Syam Fitri Nur, and Muhammad Iqbal Fasa. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Pada Masa Pandemi Di Bank Syariah.” *Mutanaqishah: Journal of Islamic Banking* 1, no. 2 (2021): 103–114.
- Cahyono, Edi. “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian HP Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.” *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi* 5, no. 1 (2018): 61–75.
- Chotimah, Chusnul. “Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta.” Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia, 2021.
- Devy, Nurul Azizah Aunillah, and Khusnul Fikriyah. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro.” *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* 2, no. 1 (2022): 1386–1398.

- Dewanti, Ihza Alfi. “Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Madiun S Parman.” IAIN Ponorogo, 2021.
- Donni Junni. *Perilaku Konsumen*. Bandung:Alfabeta, 2017.
- Farania, Septi. “Pengaruh Motivasi Penghindaraan Riba, Pengetahuan Akad Wadiah, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Jakarta Timur).” Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, 2022.
- Hamali, Arif Yusuf. “Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia Strategi Mengelola Karyawan.” *Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)* (2016).
- Hasanah, Fadhilatul. “Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah.” *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis* 4, no. 1 (2019): 485–495.
- Hasanah, Nurlaila. “Tabungan Akad Wadiah Dan Mudharabah” (n.d.).
- Hayati, Fitri, Riri Zulvira, and Nurhizrah Gistituati. “Lembaga Pendidikan: Kebijakan Dan Pengambilan Keputusan.” *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 6, no. 1 (2021): 100–104.
- Hidayat, Aziz Alimul. *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books Publishing, 2021.
- Huda, Nurul, and Mohamad Heykal. *Lembaga Keuangan Islam*. Kencana, 2010.
- Imansyah, Yudi. “Pengambilan Keputusan Dalam Organisasi Lembaga Pendidikan.” *Pengambilan Keputusan* 1, no. 1 (2017): 73–91.

- Iyansyah, M Iwu, Shintia Sari, Syahrial Shaddiq, and H M Zainul. "Literasi Manajemen Komunikasi Pemasaran Dalam Melaksanakan Etika Dan Standar Periklanan." *Jurnal Revolusi Indonesia* 1, no. 10 (2021): 1073–1091.
- Juswina, Eky Dwi, and Ambo Asse. "Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Wadi'ah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar." *Journal of Finance and Business Digital* 1, no. 2 (2022): 71–88.
- Kholiq, Eko Nur. "Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Tabungan Wadhi'ah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syari'ah." UIN SMH BANTEN, 2022.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*, n.d.
- Krisnawati, Silvia Nila. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU No. 64.751. 15 Samarinda." *e Journal Administrasi Bisnis* (2016).
- Kurniawan, Heru. *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Deepublish, 2021.
- Makhmudah, Siti. "Hakikat Ilmu Pengetahuan Dalam Perspektif Modern Dan Islam." *AL-MURABBI: Jurnal Studi Kependidikan dan Keislaman* 4, no. 2 (2018): 202–217.
- Mega, Novita, and Fadli Hudaya. "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Pekalongan: Dibuat Oleh Novita Mega Mentari, Yohani Dan Fadli Hudaya." *Neraca* 18, no. 1 (2022): 62–89.
- Melayu S.P. Hasibuan. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta : PT Bumi Aksara, 2011.
- Misra, Isra, Muhammad Ragil, and Muhammad Iqbal Fachreza. "Manajemen Perbankan Syariah (Konsep Dan Praktik Perbankan Syariah Di Indonesia)." K-Media, 2021.

- muhammad. *Audit Dan Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah*, n.d.
- Mulyani, Fetty Rahayu Sri, Muhammad Hufron, and Muhammad Khoirul ABS. “Pengaruh Penerapan Marketing Syariah, Kepuasan Nasabah Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bprs Bumi Rinjani Kepanjen Malang.” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 7, no. 01 (2018).
- Murtani, Alim. “Sosialisasi Gerakan Menabung.” *Sindimas* 1, no. 1 (2019): 279–283.
- Musa, Fandy Nugroho Hardiknasiono, Altje Tumbel, and Magdalena Wullur. “Discipline Analysis Of Work, Motivation And Loyalty Towards Employee Performance (Case Study At Gorontalo State University).” *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 7, no. 2 (2021): 449–462.
- Mustika, Mega. “Kajian Hukum Terhadap Pengelolaan Dana Menggunakan Akad Wadiah Pada Koperasi Simpan Pinjam Di Bmt.” *PILAR* 12, no. 1 (2021): 13–22.
- Musyaffa, Hilmi, and Muhammad Iqbal. “Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.” *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business* 2, no. 2 (2022): 167–177.
- Nalle, Frederic Winston, Sirilius Seran, and Fransiskus Bria. “Analisis Determinan Kemiskinan Propinsi Nusa Tenggara Timur.” *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 13, no. 2 (2022): 206–220.
- Nengsih, Titin Agustin, Ahmad Syahrizal, and Sellin Fidia Oktafiani. “Evaluasi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia: Studi Empiris Pembayaran UKT Di Jambi.” *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 12, no. 2 (2021): 180–185.

- Ningsih, Guspia Ningsih Guspia, Muhammad Dayyan, and Nurjanah Nurjanah. "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia Di Pegadaian Syariah Langsa Barat." *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2019).
- Novianto, Abdullah Syakur. "Pengaruh Pendatapan Dan Tingkat Bonus Terhadap Tabungan Wadiah Perbankan Syariah Di Indonesia." *JOURNAL KOPERASI DAN MANAJEMEN* 2, no. 02 (2021): 53–60.
- Nugroho, Untung. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Pendidikan Jasmani*. Penerbit CV. Sarnu Untung, 2018.
- Nurul Khomisah, Enung. "Pengaruh Promosi, Lokasi, Fasilitas Atm Centre Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Rancah, Kabupaten Ciamis)." Universitas Siliwangi, 2019.
- Purba, Elidawaty, Bonaraja Purba, Ahmad Syafii, Fastabiqul Khairad, Darwin Damanik, Valentine Siagian, Ari Mulianta Ginting, Hery Pandapotan Silitonga, Nurma Fitrianna, and S N Arfandi. *Metode Penelitian Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Putra, Erik Rif'ad Hendra, and Ade Sofyan Mulazid. "Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung Di PT Panin Dubai Syariah Bank." *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2019): 1–17.
- Putra, Yosep Eka, and Nazaruddin Aziz. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang" (2019).
- Putri, Niken Sania, and Havis Aravik. "Analisis Produk Tabungan Wadi'ah Pada Pt. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Falah Banyuasin." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 1, no. 1 (2021): 1–10.

- Rachmatulloh, Dhepril Puradi. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah: Studi Pada Generasi Milenial Di Indonesia.” Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2020.
- Rakhmawati, Henny, and M Khoiru Rusydi. “Influence of TAM and UTAUT Models of the Use of E-Filing on Tax Compliance.” *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478) 9, no. 1 (2020): 106–111.
- Renaningtyas, Almira Ratih, Aulia Dwi Wahyuni, and Lita Oktarina. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen).” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3, no. 5 (2022): 522–529.
- Ridwan, M O H Nadjib. “Pengaruh Personal Selling Bagi Hasil Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Lamongan Pasar Babat (Ex. Bni Syariah)” (2021).
- Septani, Hana. “Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating” (2021).
- Soetanto Hadinoto. *Bank Strategi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008.
- Subhan, Subhan. “Analisis Determinan Kualitas Layanan Dan Iklan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Wadiah Yadhomanah di BRI Syariah Cabang Sipin Kota Jambi.” *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 5, no. 1 (2020): 32–48.
- Sudarso A. *Manajemen Pemasaran Perhotelan (Dilengkapi Hasil Riset Di Hotel Berbintang Di Sumtra Utara)*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.

- Sudarso, Erik. "Kualitas Layanan, Nilai Fungsional, Nilai Emosional, Dan Kepuasan Konsumen: Sebuah Studi Kasus." *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan (JEBIK)* 5, no. 3 (2016): 165–178.
- Sujarweni, V Wiratna. "Panduan Mudah Olah Data Struktural Equation Modeling (SEM) Dengan Lisrel" (2018).
- Supiani, Supiani, Fawza Rahmat, and Fajar Budiman. "Pengaruh Budaya Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah." *Al-bank: Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no. 1 (2021): 49–58.
- Susanti, Nety, and Suradi Suradi. "Pengaruh Produk, Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Brand Arms By Ardiyansah Mega Di Sragen Periode Tahun 2019." *Smooting* 19, no. 3 (2021): 200–206.
- Suwanti, Iis, and Heti Aprilin. "Studi Korelasi Pengetahuan Keluarga Pasien Tentang Penularan Hepatitis Dengan Perilaku Cuci Tangan." *Jurnal Keperawatan* 10, no. 2 (2017): 13.
- Ulwiya, Hida Alfathin Mila. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang)." *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 3, no. 2 (2021): 142–156.
- Umbara, Cepi, Novia Kumalasari, Rikha Amalia, Sudarman Sudarman, and Nurhayati Nurhayati. "Membangun Budaya Menabung Sejak Usia Remaja." *Prosiding Dedikasi: Pengabdian Mahasiswa Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2021): 197–204.
- Wahid, Nur. *Perbankan Syariah: Tinjauan Hukum Normatif Dan Hukum Positif*. Prenada Media, 2021.

- Werdiasih, Rustina Dewi, and Esih Jayanti. "Influence of Product Quality, Religiosity and Promotion on Decision to Save in Islamic Bank." *Urecol Journal. Part B: Economics and Business* 1, no. 2 (2021): 84–92.
- WWW.bankbsi.co.id. "Masuk Peringkat 5 Besar Di Perbankan Nasional BSI Catat Pertumbuhan Tabungan," n.d.
- Yuliawan, Kristia. "Pelatihan Smartpls 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif." *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI* 5, no. 1 (2021): 43–50.
- Zuliatin, Zuliatin. "Pengaruh Personal Selling, Direct Selling Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada Bmt Ugt Sidogiri Kcp Kanigoro Blitar." *IAIN Tulungagung Research Collections* 3, no. 1 (2016): 87–104.
- Zulkarnain, Rizal, H E R Taufik, and Agus David Ramdansyah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 01 (2020): 87–110.
- Zulkifli Zainudin dkk. "Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah." *journal keuangan dan perbankan* 13 (2016): hlm 59.
- "Analisis Pengaruh Pembiayaan Mudharabah..., Ahmad Syabani, Ak.-Ibs, 2018" (2018).

# **LAMPIRAN**

## Lampiran 1 Kusioner penelitian

### KUSIONER PENELITIAN

Salam sejahtera, Saya Dwi Susanti Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Disini saya sedang melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Pengetahuan Tentang Produk Al-Wadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Dibank Syariah”**. Agar penelitian ini bisa berlangsung dengan baik, saya memohon kesediaan dan bantuan untuk mengisi kusioner ini dengan sebaik-baiknya, Atas perhatian dan waktunya saya mengucapkan terimakasih.

### IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :

### DAFTAR KUSIONER

Mohon untuk meberikan tanda (√) pada setiap jawaban yang dipilih.

#### Keterangan :

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. RG : Ragu-Ragu
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

#### Kualitas Pelayanan (X1)

NO	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
X1.1	Saya menabung di bank syariah karena Etika karyawan bank syariah baik dalam melayani Nasabah.					

X1.2	Saya menabung di bank syariah karena karyawannya sangat ramah dan telaten.					
X1.3	Saya menabung dibank Syariah karena karyawannya selalu Profesional Ketika melayani Nasabah					
X1.4	Saya menabung dibank syariah karena peralatan yang dimiliki bank syariah Bagus serta sudah menggunakan alat yang modern.					
X1.5	saya menabung dibank syariah karena bank syariah memiliki mesin ATM 24 jam Sehingga mempermudah nasabah dalam bertransaksi.					
X1.6	Saya menabung dibank syariah karna pengetahuan dan keterampilan karyawannya selalu baik untuk melayani nasabah					
X1.7	Saya menabung dibank syariah karena karyawan bank syariah cepat dalam merespon nasabah yang datang.					

### **Promosi (X2)**

<b>NO</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>RG</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<b>X2.1</b>	Saya menabung di bank syariah karena melihat iklan bank syariah yang ada dimedia Sosial					
<b>X2.2</b>	Saya mengetahui produk tabungan bank syariah dari promosi yang dilakukan secara					

	personal dan menjelaskan tentang produk tabungan.					
<b>X2.3</b>	Saya menabung dibank syariah karena informasi dari orang lain (pihak ke tiga).					
<b>X2.4</b>	Saya menabung dibank syariah karena tertarik dengan pemasaran yang dilakukan dengan secara langsung.					
<b>X2.5</b>	Saya mengetahui produk tabungan Bank Syariah dari media cetak, seperti brosur/Poster.					

### **Pengetahuan Tentang Produk Al-Wadiah (X3)**

<b>NO</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>RG</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<b>X3.1</b>	Saya Mengetahui kelebihan dan kekurangan Produk tabungan Wadi'ah yang Dimiliki Bank Syariah					
<b>X3.2</b>	saya mengetahui produk Wadi'ah bebas dari Riba					
<b>X3.3</b>	saya mengetahui syarat membuat tabungan Wadi'ah dibank syariah.					
<b>X3.4</b>	Saya mengetahui setoran awal pembukaan Tabungan Wadi'ah.					
<b>X3.5</b>	saya mengetahui jika banyak kemudahan dalam menggunakan tabungan Wadi'ah.					
<b>X3.6</b>	Saya mengetahui Tabungan Wadi'ah bisa digunakan dengan mudah melalui BSI Mobile.					

**Keputusan menabung dibank syariah (y)**

<b>NO</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>RG</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<b>Y.1</b>	Saya menabung Dibank Syariah karena kebutuhan pekerjaan/kuliah					
<b>Y.2</b>	Saya menabung dibank syariah karena membutuhkan tempat menabung yang aman.					
<b>Y.3</b>	Saya menabung Dibank Syariah karena saya mendapatkan banyak manfaat					
<b>Y.4</b>	Saya untuk menabung Dibank Syariah karena bank syariah lebih aman dalam mengelola dana nasabah					
<b>Y.5</b>	Saya menabung di Bank Syariah karena pelayanannya memuaskan sesuai dengan apa yang saya harapkan					

## Lampiran 2. Tabulasi Data Hasil Penelitian

### Kualitas Pelayanan X1

No	Kualitas Pelayanan							Total
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	4	4	4	4	4	4	4	28
3	4	4	4	3	4	4	2	25
4	4	4	4	4	3	5	5	29
5	4	4	4	3	4	4	5	28
6	5	5	4	3	3	4	4	28
7	4	4	4	3	4	4	4	27
8	4	4	4	4	4	4	4	28
9	4	4	4	4	4	4	3	27
10	4	4	4	4	3	4	4	27
11	4	4	4	5	4	4	4	29
12	4	4	4	4	4	4	4	28
13	4	4	4	3	5	4	4	28
14	4	4	4	4	5	4	4	29
15	4	4	4	4	5	4	4	29
16	4	4	5	4	4	4	4	29
17	4	4	4	3	4	5	4	28
18	4	4	3	3	4	4	4	26
19	4	4	4	3	4	4	4	27
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	4	4	4	4	3	4	4	27
22	4	4	4	4	3	4	4	27
23	4	4	4	4	4	4	4	28
24	4	4	4	3	3	5	5	28
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	4	4	4	4	3	4	4	27
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	4	4	4	4	4	3	4	27

29	5	4	4	5	4	4	4	30
30	4	4	4	4	4	4	4	28
31	4	3	4	4	4	4	4	27
32	5	5	4	4	4	4	3	29
33	4	4	4	5	4	4	4	29
34	5	4	4	4	4	4	4	29
35	4	5	4	4	4	5	4	30
36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	4	4	4	4	4	4	4	28
38	4	4	4	4	4	4	4	28
39	3	4	3	4	4	4	4	26
40	3	4	4	4	4	5	5	29
41	4	4	4	4	5	4	4	29
42	4	4	4	4	3	4	4	27
43	4	4	4	4	4	4	4	28
44	3	3	4	4	4	3	3	24
45	4	4	4	4	4	4	4	28
46	4	4	4	4	4	4	5	29
47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	4	4	4	3	5	4	5	29
50	4	3	4	4	4	4	4	27
51	4	4	4	3	5	4	5	29
52	4	4	4	4	4	4	4	28
53	5	4	4	3	4	4	4	28
54	4	4	4	4	4	4	4	28
55	4	4	4	3	4	4	4	27
56	4	4	4	4	4	4	4	28
57	4	3	4	4	4	4	5	28
58	4	4	4	4	3	4	4	27
59	4	4	4	4	3	4	4	27
60	3	3	4	5	5	4	5	29
61	4	4	5	4	4	5	4	30

62	4	4	4	3	4	4	4	27
63	4	4	4	4	4	4	4	28
64	4	4	4	4	3	5	5	29
65	4	4	3	3	4	4	5	27
66	4	4	4	3	4	4	4	27
67	5	4	4	4	4	4	4	29
68	4	4	3	4	4	4	4	27
69	4	4	4	3	4	4	4	27
70	4	4	4	3	3	4	5	27
71	4	4	4	4	3	4	4	27
72	4	4	4	4	4	4	4	28
73	4	4	4	4	4	4	5	29
74	4	4	4	3	3	5	4	27
75	4	4	4	3	3	4	4	26
76	4	4	4	4	4	4	4	28
77	4	4	4	4	4	4	4	28
78	4	4	4	4	3	4	4	27
79	4	4	4	4	4	4	4	28
80	4	4	4	4	4	4	4	28
81	4	4	4	3	3	4	4	26
82	4	4	4	3	3	4	4	26
83	4	4	3	3	3	4	4	25
84	4	4	4	4	3	4	4	27
85	4	4	4	3	3	4	4	26
86	4	4	4	4	4	4	4	28
87	4	5	4	3	3	4	3	26
88	4	4	4	3	3	4	4	26
89	4	4	4	3	4	4	4	27
90	4	4	4	3	4	4	4	27
91	4	4	3	4	5	4	4	28
92	4	4	4	4	4	4	4	28
93	4	4	4	5	3	4	4	28
94	4	4	5	3	2	4	4	26

95	4	4	4	4	4	4	4	28
96	4	4	4	5	5	4	5	31
97	4	4	4	4	3	4	3	26
98	4	4	4	4	4	4	4	28
99	4	4	4	3	3	4	4	26
100	4	4	4	4	4	3	4	27

### Promosi X2

NO	Promosi					Total
	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	
1	4	4	4	3	4	19
2	4	4	3	4	4	19
3	2	2	5	4	5	18
4	4	5	1	4	4	18
5	3	4	4	3	4	18
6	3	4	5	3	4	19
7	4	3	4	3	4	18
8	4	4	4	4	4	20
9	3	4	4	3	3	17
10	3	4	4	4	4	19
11	4	4	4	3	3	18
12	4	2	3	2	3	14
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	4	20
15	3	4	2	4	3	16
16	5	4	4	4	4	21
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	4	4	20
19	3	4	4	3	4	18
20	2	4	4	3	2	15
21	2	4	4	2	4	16
22	3	3	4	3	3	16
23	4	5	5	5	4	23

24	4	3	4	4	4	19
25	3	4	4	4	3	18
26	4	3	5	4	4	20
27	3	4	4	4	4	19
28	5	5	5	5	4	24
29	4	4	5	4	4	21
30	4	4	4	4	4	20
31	2	2	4	3	3	14
32	3	2	2	3	2	12
33	4	3	3	4	3	17
34	4	2	2	4	2	14
35	2	2	4	3	3	14
36	2	2	4	3	2	13
37	4	4	4	4	4	20
38	3	2	4	2	2	13
39	2	4	1	4	3	14
40	2	5	5	5	2	19
41	4	4	4	5	5	22
42	4	4	2	4	4	18
43	3	3	4	3	3	16
44	4	4	2	3	3	16
45	4	4	5	4	4	21
46	3	4	4	4	4	19
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	20
49	5	5	4	5	4	23
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	3	4	4	19
54	3	5	5	5	5	23
55	3	3	4	4	4	18
56	3	4	4	4	4	19

57	3	4	4	3	3	17
58	5	5	4	5	4	23
59	3	3	4	4	4	18
60	5	5	5	5	4	24
61	2	4	4	4	2	16
62	2	4	4	4	3	17
63	3	4	4	4	3	18
64	3	5	5	5	3	21
65	4	4	4	4	3	19
66	2	3	4	4	3	16
67	2	4	2	4	2	14
68	2	4	4	4	2	16
69	4	4	4	4	3	19
70	3	5	5	5	5	23
71	4	4	2	2	2	14
72	2	4	2	4	4	16
73	4	4	3	4	4	19
74	4	5	3	5	4	21
75	2	2	4	4	2	14
76	4	4	2	2	2	14
77	2	4	3	4	2	15
78	2	4	2	4	2	14
79	2	4	2	4	2	14
80	2	2	4	2	2	12
81	2	4	2	4	2	14
82	2	2	4	4	2	14
83	2	4	2	4	2	14
84	2	4	4	5	4	19
85	2	2	4	2	2	12
86	2	4	2	4	2	14
87	2	2	4	2	2	12
88	3	3	4	4	3	17
89	4	4	4	4	4	20

90	4	5	2	5	4	20
91	2	4	2	4	4	16
92	5	2	5	5	5	22
93	2	4	2	4	2	14
94	4	4	2	4	4	18
95	4	4	4	3	3	18
96	2	4	2	4	2	14
97	3	4	4	4	4	19
98	3	4	4	4	3	18
99	2	5	4	5	4	20
100	2	4	4	3	4	17

### Pengetahuan Tentang Produk Al-Waidah X3

No	Pengetahuan Tentang Produk Al-Waidah						Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X.5	X.6	
1	4	4	3	4	4	4	23
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	4	5	26
5	4	5	3	4	4	5	25
6	4	4	4	4	4	4	24
7	3	4	3	3	4	3	20
8	3	4	3	3	3	3	19
9	3	4	3	3	4	4	21
10	3	3	3	3	3	4	19
11	4	4	4	4	4	4	24
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	3	3	3	21
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	4	4	4	24
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	4	4	4	4	5	25
18	4	4	4	4	4	4	24

19	4	4	4	4	4	4	24
20	3	4	4	4	4	4	23
21	4	4	5	4	4	3	24
22	5	4	5	4	5	5	28
23	3	4	4	5	5	4	25
24	4	4	4	4	4	5	25
25	3	4	4	4	4	4	23
26	3	3	3	4	4	4	21
27	3	4	4	4	4	4	23
28	5	5	5	5	5	5	30
29	4	4	4	4	5	5	26
30	4	5	3	4	5	5	26
31	4	5	4	4	4	4	25
32	3	4	4	4	4	5	24
33	4	4	4	4	4	5	25
34	3	4	4	4	4	4	23
35	4	5	4	4	4	4	25
36	4	4	4	4	3	4	23
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	4	5	25
40	5	5	4	4	4	5	27
41	4	4	4	4	5	5	26
42	5	2	5	5	5	5	27
43	4	4	4	4	4	5	25
44	2	2	2	2	2	2	12
45	5	5	5	5	5	5	30
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	4	24
49	5	5	5	5	5	5	30
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	4	4	24

52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	5	4	4	4	4	25
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	4	4	24
56	5	5	5	4	5	4	28
57	4	5	5	4	4	4	26
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	4	4	4	4	24
60	5	4	4	4	4	5	26
61	4	5	5	4	4	5	27
62	4	4	4	4	4	5	25
63	4	4	4	4	4	4	24
64	5	5	5	5	5	5	30
65	5	4	4	4	4	4	25
66	4	4	4	5	4	4	25
67	35	4	4	4	4	4	55
68	5	5	5	5	5	5	30
69	4	4	4	4	4	4	24
70	5	5	5	5	5	5	30
71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	5	4	4	4	4	25
73	3	3	5	5	5	5	26
74	5	5	5	5	5	5	30
75	4	5	3	3	3	5	23
76	4	4	4	4	4	5	25
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	4	2	4	4	22
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	5	4	4	4	4	25
82	4	5	4	4	4	4	25
83	4	4	4	3	4	4	23
84	4	5	5	5	4	4	27

85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	5	3	4	4	4	24
87	3	3	2	4	3	4	19
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	2	4	4	4	4	22
91	4	2	4	4	4	4	22
92	3	3	5	5	5	5	26
93	4	5	4	4	4	4	25
94	4	4	4	4	4	4	24
95	3	5	4	4	4	4	24
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	4	4	5	4	25
98	4	5	4	4	4	4	25
99	5	5	4	4	5	4	27
100	4	4	4	4	4	4	24

### Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Y)

NO	Keputusan Menabung Di Bank Syariah					Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	5	21
3	5	3	3	5	4	20
4	5	4	4	4	5	22
5	4	3	4	4	3	18
6	5	3	4	4	3	19
7	4	4	4	4	3	19
8	5	5	4	4	4	22
9	5	4	4	4	4	21
10	4	3	3	4	4	18
11	4	5	3	4	4	20
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	3	4	3	18

14	4	4	4	4	4	20
15	5	5	4	4	4	22
16	5	5	5	5	5	25
17	4	4	4	5	5	22
18	4	4	4	4	4	20
19	3	4	4	4	4	19
20	4	4	4	4	4	20
21	5	5	4	4	4	22
22	5	5	5	4	4	23
23	3	4	4	4	5	20
24	2	4	4	4	5	19
25	2	3	4	4	4	17
26	2	2	4	4	4	16
27	2	4	5	5	5	21
28	2	5	5	5	5	22
29	4	5	5	5	5	24
30	2	5	5	4	4	20
31	2	4	4	4	4	18
32	4	5	5	4	5	23
33	5	5	5	4	5	24
34	5	5	4	4	4	22
35	2	4	4	4	4	18
36	5	4	4	4	4	21
37	4	4	4	4	4	20
38	2	4	4	4	4	18
39	2	4	4	4	4	18
40	4	4	4	4	4	20
41	4	5	5	5	5	24
42	4	4	2	3	4	17
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	3	3	2	16
45	4	5	5	4	4	22
46	2	4	4	4	4	18

47	2	4	4	4	4	18
48	2	4	4	3	4	17
49	2	4	4	4	4	18
50	5	4	4	4	4	21
51	4	4	4	5	4	21
52	2	4	4	4	4	18
53	4	4	4	4	4	20
54	5	4	4	4	4	21
55	4	4	4	4	4	20
56	2	4	4	4	4	18
57	2	5	5	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20
59	2	4	4	3	4	17
60	2	4	4	4	4	18
61	3	4	4	4	4	19
62	4	4	4	4	4	20
63	2	4	4	4	4	18
64	2	5	5	5	5	22
65	2	5	5	5	5	22
66	2	5	5	5	5	22
67	2	4	4	4	4	18
68	2	4	4	4	4	18
69	2	4	4	4	4	18
70	2	5	5	5	5	22
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	4	20
73	5	5	5	5	5	25
74	2	5	5	5	5	22
75	2	5	5	5	4	21
76	2	5	5	5	4	21
77	2	4	4	4	4	18
78	2	4	4	4	4	18
79	4	4	4	4	4	20

80	4	4	4	4	4	20
81	2	4	4	4	4	18
82	2	5	5	4	4	20
83	2	4	4	4	4	18
84	2	4	4	4	4	18
85	2	4	4	4	4	18
86	2	5	4	4	4	19
87	3	3	4	4	3	17
88	3	4	4	3	4	18
89	4	4	4	4	4	20
90	2	4	4	4	4	18
91	4	4	4	4	4	20
92	4	4	4	4	4	20
93	4	4	4	4	4	20
94	4	4	4	4	4	20
95	4	4	4	4	4	20
96	4	4	4	4	4	20
97	3	5	5	5	3	21
98	4	4	4	4	4	20
99	2	4	5	4	4	19
100	2	5	4	4	4	19

### Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

#### Uji Validitas

##### Kualitas pelayanan

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0.266	0,196	Valid
X1.2	0.165	0,196	Tidak Valid
X1.3	0.263	0,196	Valid
X1.4	0.523	0,196	Valid
X1.5	0.523	0,196	Valid
X1.6	0.362	0,196	Valid
X1.7	0.464	0,196	Valid

##### Promosi

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	0.678	0.196	Valid
X2.2	0.611	0.196	Valid
X2.3	0.541	0.196	Valid
X2.4	0.668	0.196	Valid
X2.5	0.814	0.196	Valid

##### Validitas Pengetahuan Tentang Produk Al-Wadiah

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X3.1	837	0,196	Valid
X3.2	377	0,196	Valid
X3.3	525	0,196	Valid
X3.4	512	0,196	Valid
X3.5	527	0,196	Valid
X3.6	449	0,196	Valid

##### Keputusan Menabung Dibank Syariah

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y.1	512	0,195	Valid
Y.2	668	0,195	Valid
Y.3	605	0,195	Valid

Y.4	628	0,195	Valid
Y.5	605	0,195	Valid

### Uji Realibilitas

Kualitas Pelayanan (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.047	7

Promosi (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.673	5

Pengetahuan Tentang Produk Al-Wadi'ah (X3)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.338	6

Keputusan Nasabah Menabung diBank Syariah (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.412	5

#### Lampiran 4. Karakteristik Reaponden

##### Karakteristik Reaponden Berdasarkan Usia

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 thn	80	80.0	80.0	80.0
	31-40 thn	14	14.0	14.0	94.0
	41-50thn	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100		100.0	

##### Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	33	33.0	33.0	33.0
	Laki-laki	67	67.0	67.0	100.0
	Total	100.0	100.0	100.0	

## Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78293542
Most Extreme Differences	Absolute	.044
	Positive	.044
	Negative	-.035
Test Statistic		.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

### Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta			Collinearity Statistic	
	B	Std. Error		T	Sig	Tolerance	VIF
1 (constant)	4.385	4.395		.998	.321		
Kualitas Pelayanan	.480	.164	.290	2.919	.004	.919	1.088
Promosi	.086	.062	.134	1.383	.170	.973	1.028
Pengetahuan	.026	.047	.056	.560	.577	.919	1.089

tentang produk Al-Wadi'ah							
a. Dependent Variable Keputusan Nasabah Menabung DiBank Syariah							

### Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.224	2.486		-1.699	.093
	Kualitas pelayanan	.149	.093	.164	1.605	.112
	Promosi	.034	.035	.096	.961	.339
	pengetahuan tentang produk al-waidah	.037	.027	.144	1.409	.162
a. Dependent Variable: Abs_RES						

**Lampiran 6. Koefisien Regresi Linier Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.385	4.395		.998	.321
	Kualitas Pelayanan	.480	.164	.290	2.919	.004
	Promosi	.086	.062	.134	1.383	.170
	Pengetahuan tentang produk Al-Wadi'ah	.026	.047	.056	.560	.577
a. Dependent Variable: keputusan nasabah menabung di bank syariah						

## Lampiran 7. Pengujian Hipotesis

### Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.385	4.395		.998	.321
	Kualitas Pelayanan	.480	.164	.290	2.919	.004
	Promosi	.086	.062	.134	1.383	.170
	Pengetahuan Tentang Produk Al-Waidah	.026	.047	.056	.560	.577
A. Dependent Variable: Keputusan Menabung Di Bank Syariah						

### Uji f

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of squares	df	Mean square	F	Sig.
1	Regression	45.403	3	15.134	4.617	.005 <sup>b</sup>
	Residual	314.707	96	3278		
	Total	360.110	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1						

### Koefisien Determinan R Square ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std error of the estimate
1	.355 <sup>a</sup>	.126	.099	1.881
a. Predictors: (Constant), pengetahuan tentang produk Al-Wadiah (X3), Promosi (X2), Kualitas Pelayanan ( X1).				

## Lampiran 8. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. Hi. Endro Suratmin Sukarame 1 Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

Nomor : 1265 /Un.16/DE/PP.00.9/06/ 2022 Bandar Lampung, 06 Juni 2022  
Sifat : Biasa  
Lampiran : 1 Eks  
Perihal : Permohonan Izin Pra Riset

Kepada Yth,  
Pimpinan BSI KCP Kedaton Bandar Lampung  
Di -  
Bandar Lampung

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini disampaikan permohonan izin untuk mengadakan pra riset guna penulisan skripsi mahasiswa kami sebagai berikut:

Nama / NPM : Dwi Susanti / 1851020206  
Jurusan / Semester : Perbankan Syari'ah / VIII (delapan)  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Al-Wadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Bandar Lampung)  
Lokasi Penelitian : BSI KCP Kedaton Bandar Lampung  
Penanggungjawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian ini semata-mata untuk kepentingan ilmiah sebagai data dalam penulisan skripsi yang bersangkutan, sebagai bahan pertimbangan Bapak / Ibu bersama ini dilampirkan 1 (satu) Eks. Proposal penelitian dimaksud.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan  
Dekan I,  
  
D.P. M. Husein, S.E., M.Si  
NIP. 197504242002121001

## Lampiran 9. Dokumentasi







**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**PUSAT PERPUSTAKAAN**

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131  
Telp. (0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: [www.radenintan.ac.id](http://www.radenintan.ac.id)

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: B- 70/8 /Un.16 / P1 /KT/I/ 2023

**Assalamu'alaikum Wr.Wb.**

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I  
NIP : 197308291998031003  
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Skripsi Dengan Judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN PENGETAHUAN TENTANG  
PRODUK AL-WADI'AH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH  
(Studi Pada Nasabah Di BSI KCP Kedaton Bandar Lampung)**

Karya :

NAMA	NPM	FAK/PRODI
DWI SUSANTI	1851020206	FEBI/ PS

Bebas plagiasi dengan hasil pemeriksaan kemiripan sebesar 17 % dan dinyatakan *Lulus* dengan bukti terlampir dan dinyatakan *Lulus* dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb.**

Bandar Lampung, 31 Januari 2023  
Kepala Pusat Perpustakaan

  
Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I  
NIP. 197308291998031003

**Ket:**

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi Untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan.

PENGARUH KUALITAS  
PELAYANAN, PROMOSI DAN  
PENGETAHUAN TENTANG  
PRODUK AL-WADI'AH  
TERHADAP KEPUTUSAN  
NASABAH MENABUNG DI BANK  
SYARIAH (Studi Pada Nasabah  
Di BSI KCP Kedaton Bandar  
Lampung)

*by Dwi Susanti*

---

**Submission date:** 31-Jan-2023 01:58PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2003179763

**File name:** TURNITIN-DWI\_SUSANTI.docx (99.08K)

**Word count:** 7993

**Character count:** 50181

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN PENGETAHUAN TENTANG PRODUK AL-WADI'AH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Pada Nasabah Di BSI KCP Kedaton Bandar Lampung)

ORIGINALITY REPORT

17%	%	17%	14%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Lancang Kuning Student Paper	4%
2	Annisa Wahyulkarima. "Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah", JURNAL HUKUM EKONOMI SYARIAH, 2018 Publication	2%
3	Submitted to Politeknik Negeri Jakarta Student Paper	1%
4	Submitted to IAIN Salatiga Student Paper	1%
5	Kasmawati, Desy Sulung Saputri. "Sikap Bahasa Masyarakat Dusun Mangento Desa Pattontongan Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia", Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra, 2021 Publication	1%
6	Submitted to University of Muhammadiyah Malang Student Paper	1%
7	Submitted to STEI Tazkia Student Paper	1%

8	Submitted to POLITEKNIK KEUANGAN NEGARA STAN Student Paper	1%
9	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	1%
10	Rijlan Hasanuddin, Ahmad Syukri SS, Nofrianto Nofrianto. "Pengaruh Produk, Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah", INNOVATIO: Journal for Religious Innovation Studies, 2019 Publication	1%
11	Geza Arido Evalta Cahya, Rynalto Mukiwihando. "THE EFFECT OF GOAL ORIENTATION, SELF EFFICACY, OBEDIENCE PRESSURE, AND TASK COMPLEXITY ON AUDIT JUDGMENT AT INSPECTORATE GENERAL OF THE MINISTRY OF FINANCE", JURNAL MANAJEMEN KEUANGAN PUBLIK, 2020 Publication	1%
12	Submitted to Trisakti University Student Paper	1%
13	Erik Sudarso. "Kualitas Layanan, Nilai Fungsional, Nilai Emosional, dan Kepuasan Konsumen : Sebuah Studi Kasus", Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, 2016 Publication	1%
14	Miftakul Huda, Agus Rahayu, Heny Hendrayati, Ari Indra Gunawan. "IMPELENTASI ATRIBUT PRODUK, PROMOSI DAN SERVICE EXCELLENCE TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG PADA PRODUK TABUNGAN BTN SIAP PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO),TBK. CABANG CIKARANG", Jurnal Soshum Insentif, 2022 Publication	1%

15 Fajar Sodik, M. Akrom Hidayat, Rikhadaton Abir Al Farda, Raida Nadia Syahita. "Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah", Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, 2022

Publication

<1%

16 Submitted to UIN Raden Intan Lampung  
Student Paper

<1%

17 Nurudin Nurudin, Hida Alfathin Mila Ulwiya. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN PERSEPSI RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS DI BANK SYARIAH INDONESIA CABANG SEMARANG)", Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, 2021

Publication

<1%

18 Submitted to Universitas Jenderal Soedirman  
Student Paper

<1%

19 Irma Mardian, Muhammad Muhammad. "Pengaruh Kualitas Layanan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Pada Dealer Yamaha Tugu Mas Bima", Target : Jurnal Manajemen Bisnis, 2020

Publication

<1%

20 Submitted to Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang  
Student Paper

<1%

21 Submitted to UIN Sunan Gunung Djati Bandung  
Student Paper

<1%

22 Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Student Paper

<1%

---

Exclude quotes On  
Exclude bibliography On

Exclude matches < 5 words