

**Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan ATM Terhadap
Minat Menabung Nasabah Dalam Tabungan Akad Wadiah (Studi
Kasus Pada Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang
Soepomo)**



SKRIPSI

**Disusun untuk Melengkapi Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Memproleh Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh :

Ai Novia Indaryanti

NIM : 1607025029

NIMKO : 3954020216029

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA**

TAHUN 2020 M/ 1442 H

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan ATM Terhadap Minat Menabung Nasabah Dalam Tabungan Akad Wadiah (Studi Kasus Pada Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Soepomo)”** merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta Selatan.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa karya ini merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta Selatan.

Jakarta, Oktober 2020



Ai Novia Indaryanti

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan ATM Terhadap Minat Menabung Nasabah Dalam Tabungan Akad Wadiah (Studi Kasus Pada Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Soepomo)”**, ditulis oleh **Ai Novia Indaryanti**, NIM: **1607025029**, NIMKO: **3954020216029** telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

Pembimbing,



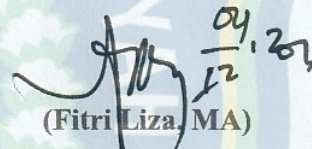
(Dr. Ade Jamal Mirdad, S.E, M.Si)

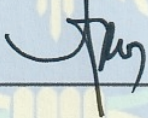
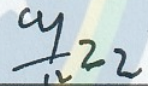
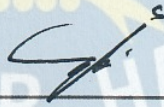
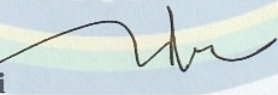
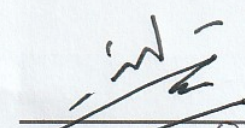
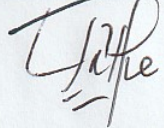
PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan ATM Terhadap Minat Menabung Nasabah Dalam Tabungan Akad Wadiah (Studi Kasus Pada Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Soepomo)“, ditulis oleh Ai Novia Indaryanti, NIM: 1607015037, NIMKO: 3954020216029, telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,


(Fitri Liza, MA)

Nama	Tanggal	Tanda Tangan
<u>Fitri Liza, M.A</u> Ketua		 12/12/20
<u>Ai Fatimah Nur Fuad, Ph.D</u> Sekertaris		1/12/2020
<u>Dr. Ade Jamal Mirdad, M.Si</u> Anggota/Pembimbing		01/12/2020
<u>Nur Melinda L, SE.i, MH</u> Anggota/Penguji I		27/12/2020
<u>Yanti Budiasih, SE, MM</u> Anggota/Penguji II		02/12/2020

ABSTRAK

Ai Novia Indaryanti, *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan ATM Terhadap Minat Menabung Nasabah Dalam Tabungan Akad Wadiah (Studi Kasus Pada Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Soepomo)*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Prof.Dr.HAMKA.

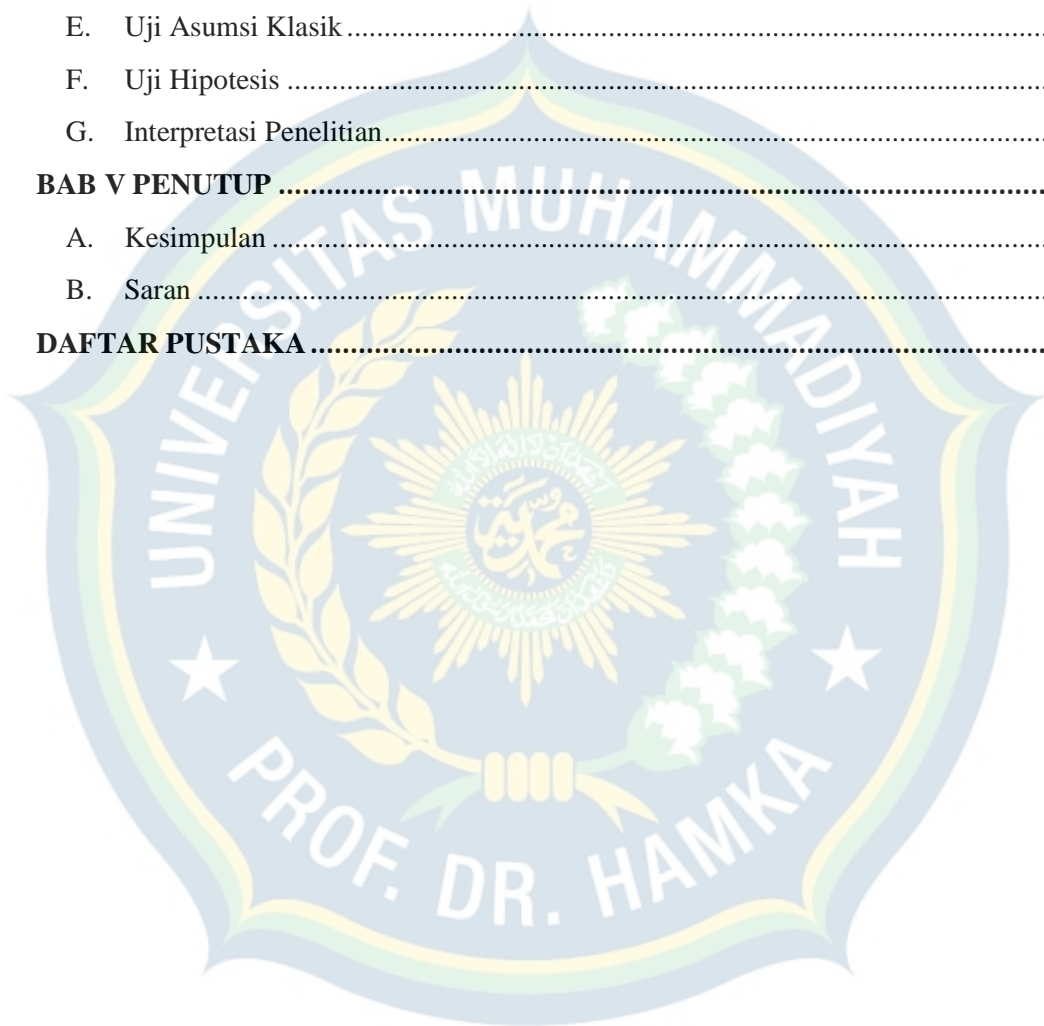
Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara promosi dan kualitas pelayanan atm terhadap minat menabung nasabah tabungan akad wadiah studi kasus pada Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Jakarta Soepomo. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan populasi dari nasabah Bank BJB Syariah pada tahun 2018 s.d 2020 sebanyak 3151 orang dan 97 nasabah Bank BJB Syariah menjadi sampelnya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Sedangkan untuk metode analisis data menggunakan metode analisis linier berganda dan untuk olah data menggunakan program SPSS 26 2020. Hasil dari penelitian ini adalah promosi dengan tingkat sig $0,755 < 0,05$, kualitas pelayanan atm dengan tingkat sig $0,011 < 0,05$. Secara bersama-sama variabel promosi dan kualitas pelayanan atm berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung dengan F hitung sebesar 107,897 dan tingkat signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05).

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan ATM, dan Minat Menabung Nasabah.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	13
A. Latar Belakang	13
B. Identifikasi Masalah	15
C. Pembatasan Masalah	15
D. Perumusan Masalah.....	16
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	16
F. Penelitian Terdahulu yang Relevan	18
G. Sistematika Penulisan.....	21
BAB II LANDASAN TEORI	24
A. Bank dan Perbankan Syariah.....	24
B. Wadi'ah.....	27
C. Promosi	29
D. ATM (<i>Autometic Teller Machine</i>).....	32
E. Kualitas Pelayanan	39
F. Minat Menabung	42
G. Tabungan Wadiah	45
H. Kerangka Berfikir.....	47
I. Hipotesis	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
A. Ruang Lingkup Penelitian	49
B. Metode Pengumpulan Data	54
C. Metode Pengolahan Data.....	56

D. Metode Analisis Data	56
BAB IV HASIL PENELITIAN	66
A. Gambaran Umum Bank Jabar Banten Syariah	66
B. Gambaran Umum Responden.....	71
C. Hasil Kuesioner.....	75
D. Uji Instrumen Penelitian.....	80
E. Uji Asumsi Klasik	82
F. Uji Hipotesis	87
G. Interpretasi Penelitian.....	92
BAB V PENUTUP	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut (Nurul Ichsan Hasan, 2014) peran perbankan sangat berpengaruh pada pergerakan perekonomian suatu negara. Disatu sisi bank dapat dikatakan sebagai jantungnya perekonomian Indonesia. Dengan kata lain, perkembangan perbankan di suatu negara dapat dijadikan suatu tolak ukur kemajuan suatu negara. Semakin maju suatu negara maka peran perbankan dalam mengendalikan perekonomian negara tersebut akan besar pula.

Bank syariah dalam melakukan kegiatannya selalu diatur dan diawasi oleh Majelis Ulama Indonesia seperti dalam menjalankan sebuah prinsip keadilan dan keseimbangan dalam prosesnya serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram. Bank dalam menunjukkan produk kepada masyarakat melalui promosi. Promosi merupakan kegiatan paling penting bagi setiap perusahaan termasuk bank karena jika produk tidak di kenal oleh nasabah maka produk tersebut tidak akan berhasil di pasaran. Promosi ditujukan untuk memperkenalkan produk baru, juga untuk mempertahankan suatu produk yang sedang dipasarkan yang pada akhirnya sasaran promosi itu untuk memperbesar penjualan.

Menurut (Nitisemito Alex, 1981) kegiatan yang biasanya dilakukan oleh marketing yang salah satunya itu promosi yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan omset penjualan, dengan jalan mempengaruhi konsumen baik langsung maupun tidak langsung. Promosi dalam bank terdiri penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan periklanan (*advertising*). Seperti contoh promosi yang terdapat di bank, ketika kita datang ke bank, biasanya ada beberapa orang dari petugas bank tersebut yang memberikan kita brosur yang berisikan promo atau penawaran yang ditawarkan dari bank tersebut.

Menurut (Muhammad Syafi'I Antonio, 2001) ketika masyarakat sudah mendapat informasi, maka tindakan selanjutnya adalah melakukan kegiatan sebagai nasabah. Dalam hal ini, nasabah akan mulai menabung. Dalam islam setiap umat muslim diajarkan untuk menabung, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.

Menurut (J Supranto, 2006) selanjutnya jika masyarakat sudah menjadi nasabah, dalam hal kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen menjadi penilaian atas pelanggan. Nasabah tentunya memiliki harapan akan layanan yang berkualitas. Nasabah dapat memberikan persepsi apa saja setelah memperoleh pelayanan dari bank tersebut. Setelah nasabah memeberikan penilaian, kemudian akan digunakan sebagai tolak ukur untuk membentuk citra kualitas jasa tersebut baik atau buruk. Disini

seperti yang dilakukan oleh Bank BJB Syariah KC Soepomo selalu meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Guna meningkatkan kepercayaan nasabah tentang Bank Jabar Banten Syariah ini.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti yang terjadi dilapangan terkait minat menabung nasabah pada tabungan Wadi'ah dibandingkan tabungan yang lain. Diharapkan dengan ini penulis dapat menguraikan masalah tersebut dengan mengangkat judul *“PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN ATM TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH DALAM TABUNGAN AKAD WADIAH (Studi Kasus Pada Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Soepomo)”*.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya promosi dalam produk sehingga masyarakat tidak mengetahui apa saja produk yang ada di dalam bank.
2. Kurangnya mesin ATM.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, agar pembahasan tidak meluas dan supaya lebih terarah, maka penulis membatasi permasalahan yang dikaji hanya berfokus pada pengaruh promosi dan kualitas pelayanan ATM terhadap minat menabung nasabah dalam tabungan dengan akad wadiah.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat menabung nasabah dalam tabungan dengan akad wadiah pada PT. BJB Syariah?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap minat menabung nasabah dalam tabungan dengan akad wadiah pada PT. BJB Syariah?
3. Bagaimana pengaruh promosi dan kualitas pelayanan ATM terhadap minat menabung nasabah dalam tabungan dengan akad wadiah pada PT. BJB Syariah?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah penulis paparkan diatas, selanjutnya akan dibahas pada tujuan dan manfaat penelitian, sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi terhadap minat menabung nasabah dalam tabungan dengan akad wadiah pada PT. BJB Syariah Kantor Cabang Soepomo.
- b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap minat menabung nasabah dalam tabungan dengan akad wadiah pada PT. BJB Syariah Kantor Cabang Soepomo.

- c. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan ATM terhadap minat menabung nasabah dalam tabungan dengan akad wadiah pada PT. BJB Syariah Kantor Cabang Soepomo.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

a. Bagi Penulis

Bagi penulis hasil dari penelitian dapat digunakan sebagai landasan untuk menerapkan ilmu pengetahuan dalam mengkaji permasalahan secara mendalam dilapangan sesuai bidang yang dipelajari dalam perkuliahan.

b. Bagi Bank

Sebagai informasi baru dan menjadi bahan evaluasi bagi BJB Syariah terhadap promosi dan kualitas pelayanan ATMnya agar diperbanyak mesin ATM untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberkan suatu informasi baru pengaruh promosi dan kualitas pelayanan ATM terhadap minat menabung nasabah dalam tabungan dengan akad wadiah pada PT. BJB Syariah Kantor Cabang Soepomo.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Table 1.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul	Nama	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank BNI Di Sidoarjo, 2015.	Riries Mia Reshita	Analisis Regresi Linier Berganda	Promosi berpengaruh tidak signifikan positif terhadap minat menabung nasabah.	Penulis dan Riries Mia Reshita menggunakan <i>variable dependen</i> mengenai Minat Menabung dan <i>variabel independen</i> mengenai Promosi.	Penulis hanya menggunakan <i>variable independen</i> Kualitas Pelayanan ATM, sedangkan Riries Mia Reshita tidak menggunakan <i>Variable independent</i> Kualitas Pelayanan ATM.
2	Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Minat Calon Nasabah (Studi pada BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar	Putri Andri Yani	Analisis Regresi Linier Berganda	Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan minat calon nasabah pada tabungan Impian iB BRI Syariah.	Penulis dan Putri Andri Yani menggunakan <i>variabel dependen</i> mengenai Keputusan Minat Calon Nasabah. Sedangkan <i>variabel independen</i> mengenai Promosi.	Penulis menggunakan <i>variabel dependen</i> Kualitas Pelayanan ATM. Sedangkan Putri Andri Yani tidak menggunakan <i>variabel dependen</i> Kualitas Pelayanan

	Lampung), 2018.					ATM.
3	Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo, 2018.	Taslim	Analisis Regresi Linier Berganda	Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung.	Penulis dan Taslim menggunakan <i>variabel dependen</i> mengenai Promosi. Sedangkan <i>variabel independen</i> mengenai Minat Menabung Masyarakat.	Penulis menggunakan <i>variabel dependen</i> mengenai Kualitas Pelayanan ATM. Sedangkan Taslim tidak menggunakan <i>variabel dependen</i> mengenai Kualitas Pelayanan ATM.
4	Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Dengan Pengetahuan Keunggulan Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BRI Syariah KC Semarang), 2018.	Muhammad Mufti Syarif	Analisis Regresi Linier Berganda	Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.	Penulis dan Muhammad Mufti Syarif menggunakan <i>variabel dependen</i> mengenai Promosi.	Penulis menggunakan <i>variabel dependen</i> mengenai Kualitas Pelayanan ATM dan <i>variabel independent</i> mengenai Minat Menabung Nasabah. Sedangkan Muhammad Mufti Syarif menggunakan <i>variabel dependen</i> Kualitas Pelayanan dan <i>variabel independent</i> mengenai Minat

						Menabung Dengan Pengetahuan Keunggulan Produk Sebagai Variabel Intervening.
5	Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM (<i>Automatic Teller Machine</i>) dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah Ponorogo, 2018.	Wahyu Putri Wulandari	Analisis Regresi Linier Berganda	Kualitas Pelayanan ATM berpengaruh signifikan terhadap loyalitas menabung nasabah.	Penulis dan Wahyu Putri Wulandari menggunakan <i>variabel dependen</i> mengenai Kualitas Pelayanan ATM.	Penulis menggunakan <i>variable dependen</i> mengenai Promosi dan <i>variabel independen</i> mengenai Minat Menabung Nasabah Sedangkan Wahyu Putri Wulandari menggunakan <i>variabel dependent</i> mengenai Kepuasan dan <i>variabel independent</i> mengenai loyalitas nasabah.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menyajikan kajian teoritis, baik mengenai pengertian dan teori dasar. Kerangka berfikir dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian selanjutnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, variabel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan untuk memberikan jawaban terhadap permasalahan yang menjadi objek kajian.

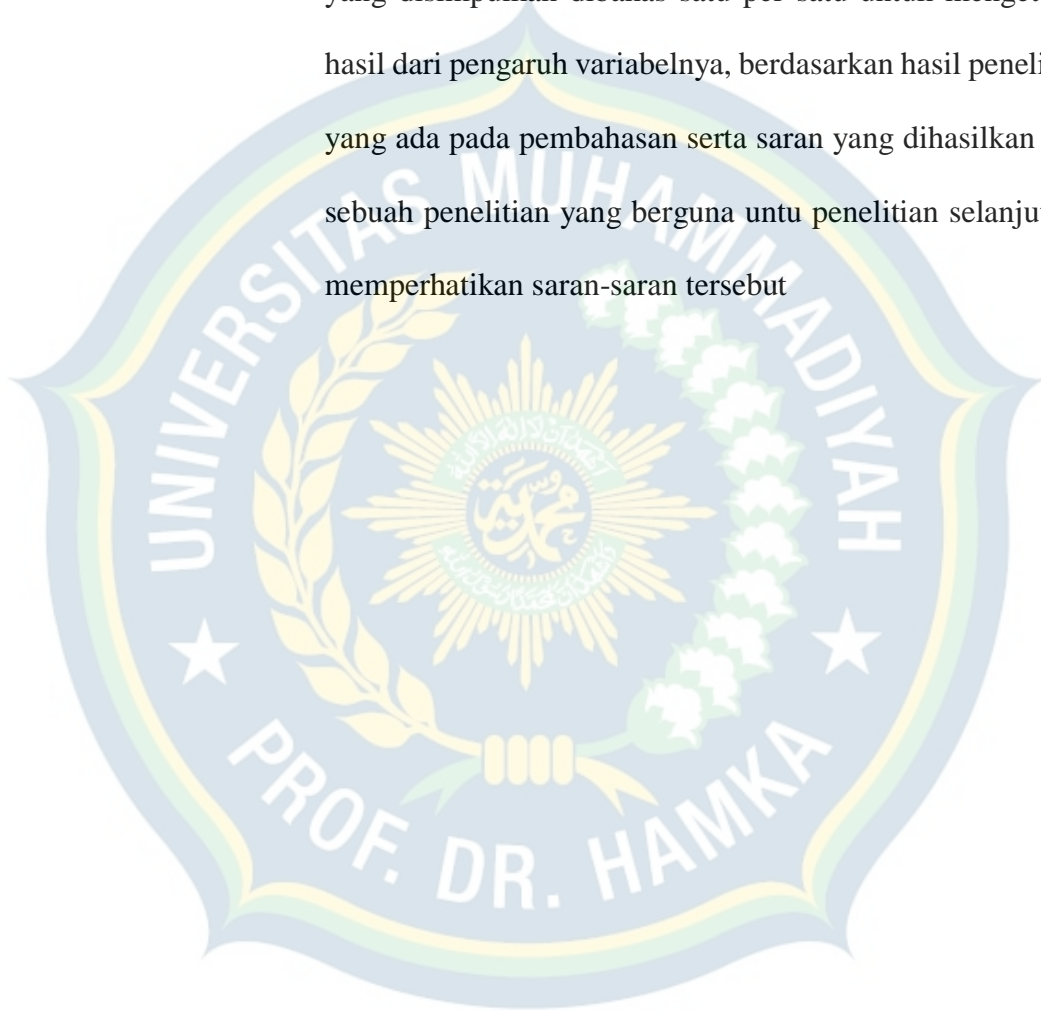
BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menjadi inti dari hasil penelitian. Dalam bab ini, dipaparkan temuan-temuan dari hasil pengelolaan data dan analisis yang berhubungan dengan pembahasan. Hasil penelitian juga menjelaskan karakteristik responden, hasil uji menggunakan SPSS, menjelaskan model serta menguji

dan menganalisis seberapa besar pengaruh variabel yang dipilih dalam penelitian.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini membuat kesimpulan dan saran, kesimpulan yang disimpulkan dibahas satu per satu untuk mengetahui hasil dari pengaruh variabelnya, berdasarkan hasil penelitian yang ada pada pembahasan serta saran yang dihasilkan dari sebuah penelitian yang berguna untuk penelitian selanjutnya memperhatikan saran-saran tersebut



DAFTAR PUSTAKA

- Ade Arthesa dan Edia Handiman. (2007). *Bank dan Lembaga Bukan Bank*. PT.INDEKS kelompok Gramedia.
- Agus Tri Basuki, dan N. P. (2016). *analisis regresi dalam penelitian ekonomi & bisnis: dilengkapi dengan aplikasi SPSS & views*. PT Raja Grafindo Persada.
- Ahmadi, H. A. (2009). *Psikologi Umum*. Rineka Cipta.
- Ali, K. (2017). Pengaruh Promosi dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Ekasave Pada Bank Eka Kantor Pusat Metro Karnila Ali, B.Bus., M.P.A. *Jurnal DINAMIKA*, 3(1), 2460-3643.
- Alini Anggun Eka Pratiwi. (2014). pengaruh total aset turnover, net profit margin dan return on equity terhadap harga saham pada perusahaan food and beverage yang listing di BEI tahun 2009-2011. *Jurusan Akuntansi Fasilitas Ekonomi*, 10. http://jurnal.umrah.ac.id/wp-content/uploads/gravity_forms/1-ec61c9cb232a03a96d0947c6478e525e/2014/08/JURNAL-ALINNNN.pdf
- anak agung putu agung. (2012). *metodologi penelitian bisnis*. universitas brawijaya press.
- Bank BJB Syariah. (2018). *Tabungan ib Masalah*. <http://bjbsyariah.co.id/tabungan-ib-maslahah>
- Danang Sunyoto. (2011). *Praktik SPSS Untuk Kasus Dilengkapi Penelitian Bidang Ekonomi*. Nuha Medika.
- Eti Rochaety, dkk. (2007). *metodologi penelitian bisnis: dengan aplikasi SPSS*. Mitra Wacana Media.
- Fandy Tjiptono. (1997). *Strategi pemasaran*. CV.Andi Offset.
- Fenti Hikmawati. (2017). *No Title Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Mengolala Kualitas Layanan perbankan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Irham Fahmi. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Alfabeta.
- Ismail. (2011). *Manajemen Perbankan*. Kencana.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Kencana.
- J Supranto. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta.
- Julius R. Latumaerissa. (2011). *Bank dan Lembaga keuangan lain*.

- Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan*. Rajawali Pers.
- Kasmir. (2017). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi 2014*. Rajawali Pers.
- M. Nazir. (2011). *Metode Penelitian*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- M Nurianto Al-Arif. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.
- M Nurianto Al-Arif. (2011). *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. PT Era Adicitra Intermedia.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Muhamad. (2014). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Rajawali Pers.
- Muhammad Syafi'I Antonio. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Gema Insani Press.
- Nawari. (2010). *analisis regresi dengan ms excel 2007 dan SPSS 17*. PT Elex Media Komputindo.
- Nazrian, A., & Hidayat, P. (2012). Studi Tentang Keputusan Nasabah Dalam Menabung Di Bank Sumut Cabang Usu Medan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(1), 14864.
- NitiseMITO Alex. (1981). *Marketing*. Ghalia Indonesia.
- Novera, A. (2014). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Sepeda Motor Honda di CV. Mitra Makmur Samarinda. *EJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(4), 899–913. <https://doi.org/10.1080/13854049708400464>
- Nurul Ichsana Hasan. (2014). *Pengantar Perbankan (Gaung Pers)*. Gaung Persada Press Group.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Rambat Lupiyoadi dan Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran jasa*. PT. Raja Grafindo.

Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi Bisnis*. UII Press Yogyakarta.

website:

<http://www.bjbsyariah.co.id/>