

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN MOTIVASI TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH PADA
MASYARAKAT DI CENGKARENG JAKARTA BARAT**



SKRIPSI

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

Oleh:

AULIA RAMADHANTI

NIM : 1707025034

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR. HAMKA

JAKARTA

TAHUN 2021 M/1443 H

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi berjudul **“Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat di Cengkareng Jakarta Barat”** merupakan hasil karya asli saya yang menunjukkan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, Jakarta Selatan.
3. Jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan hasil jiplak dari karya orang lain, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, Jakarta Selatan.

Jakarta, 7 Oktober 2021

Penulis



(Aulia Ramadhanti)

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat di Cengkareng Jakarta Barat”, ditulis oleh Aulia Ramadhanti, NIM: 1707025034, telah disetujui untuk diajukan kedalam sidang skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

Pembimbing



(Rahmat Dahlan, S.E.I., M.Si)

PERSETUJUAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

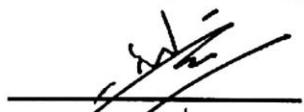
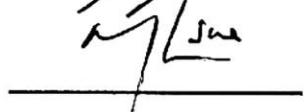
Skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat di Cengkareng Jakarta Barat” ditulis oleh Aulia Ramadhanti (NIM. 1707025034), telah diujikan pada hari Kamis tanggal 21 Oktober 2021, diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan.

(Fitri Liza, M.A)

23/11/2021

| Nama | Tanda Tangan | Tanggal |
|---|--|------------|
| <u>Fitri Liza, M.A</u> |  | 23/11/2021 |
| Ketua <u>Ai Fatimah Nur Fuad, LC, M.A, Ph.D</u> |  | 18/11/2021 |
| Sekretaris <u>Rahmat Dahlan, S.E.I., M.Si</u> |  | 18/11/2021 |
| Anggota/Pembimbing <u>Nur Melinda Lestari, M.H</u> |  | 10/11/2021 |
| Anggota/Penguji I <u>Ahmad Said Matondang, ME.Sy</u> |  | 15/11/2021 |
| Anggota/Penguji II | | |

ABSTRAK

Aulia Ramadhanti, Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat di Cengkareng Jakarta Barat. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.

Perumusan masalah pada penelitian ini yaitu: 1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank Syariah pada masyarakat di Cengkareng Jakarta Barat? 2. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank Syariah pada masyarakat di Cengkareng Jakarta Barat? 3. Apakah pengetahuan dan motivasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank Syariah pada masyarakat di Cengkareng Jakarta Barat?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat di Cengkareng Jakarta Barat. Metode pengumpulan data yang dilakukan penulis yaitu dengan melalui kuesioner berbentuk *google form* yang disebar kepada masyarakat cengkareng Jakarta barat. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan alat analisis SPSS versi 25 analisis ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, uji koefisien determinasi (R^2), Uji Hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan (X_1) dan variabel Motivasi (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y) secara simultan dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $f_{hitung} 48,961 > f_{tabel} 2,10$. Dari uji parsial, variabel Pengetahuan (X_1) berpengaruh positif signifikan dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 3,650 > t_{tabel} 1,660$. Variabel Motivasi (X_2) berpengaruh positif signifikan dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 5,633 > t_{tabel} 1,660$ terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y).

Kata Kunci: Pengetahuan, Motivasi dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING..... | ii |
| PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 5 |
| C. Pembatasan Masalah..... | 5 |
| D. Perumusan Masalah | 6 |
| E. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 6 |
| F. Penelitian Terdahulu yang Relevan | 7 |
| G. Sistematika Penulisan..... | 10 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 12 |
| A. Bank Syariah | 12 |
| B. Pengetahuan | 17 |

| | |
|--|-----------|
| C. Motivasi..... | 20 |
| D. Keputusan Nasabah..... | 26 |
| E. Kerangka Berpikir..... | 30 |
| F. Hipotesis..... | 30 |
| BAB III METODELOGI PENELITIAN..... | 32 |
| A. Ruang Lingkup Penelitian..... | 32 |
| B. Metode Pengumpulan Data..... | 36 |
| C. Metode Pengolahan Data..... | 38 |
| D. Metode Analisis Data..... | 38 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN..... | 43 |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian..... | 43 |
| B. Karakteristik Responden..... | 43 |
| C. Hasil Analisis Data..... | 47 |
| D. Pembahasan Penelitian..... | 57 |
| BAB V PENUTUP..... | 58 |
| A. Kesimpulan..... | 58 |
| B. Saran-saran..... | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 60 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan | 7 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel..... | 34 |
| Tabel 3.2 Skala Penilaian Variabel | 38 |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin..... | 43 |
| Table 4.2 Usia Responden..... | 44 |
| Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden | 44 |
| Tabel 4.4 Pekerjaan Responden | 45 |
| Tabel 4.5 Bank Syariah yang Digunakan | 46 |
| Tabel 4.6 Jenis Produk yang Digunakan..... | 47 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas..... | 47 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas | 48 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas | 49 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas..... | 49 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedestitas | 50 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 51 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Determinasi R ² | 52 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisiensi Regresi Secara Parsial (Uji t) | 53 |

Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisiensi Regresi Secara Simultan (Uji F).....54



DAFTAR GAMBAR

| | |
|------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir | 30 |
|------------------------------------|----|



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Sedangkan bank Syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Umbara, 2017, pp. 140-141).

Bank syariah ialah lembaga keuangan yang berperan dalam memfasilitasi mekanisme ekonomi di sektor riil lewat kegiatan komersial seperti investasi, perdagangan atau lainnya berdasarkan prinsip syariah, yaitu ketentuan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan entitas komersial untuk penyimpanan dana ataupun pembiayaan aktivitas usaha, ataupun aktivitas lain yang dinyatakan cocok dengan nilai-nilai syariah baik yang bersifat makro maupun mikro (Dahlan, 2014, p. 105)

Bank syariah terdapat perbedaan dengan bank konvensional, perbedaan tersebut yaitu terdapat di sistem perangkat yang digunakan. Hal ini sesuai dengan prinsip Syariah yang dipegang oleh bank Syariah, dimana terdapat larangan riba dalam melakukan transaksi. Jika bank konvensional menggunakan sistem bunga sedangkan Bank Syariah menggunakan sistem bagi hasil pada produknya, dalam hubungannya dengan nasabah bank

Syariah dan bank konvensional berbeda. Jika bank Syariah dalam bentuk hubungan kemitraan sedangkan bank konvensional dalam bentuk hubungan debitor-kreditor (Antonio, 2019, p. 47).

Pengetahuan ialah seluruh informasi yang dipunyai oleh konsumen tentang berbagai produk dan jasa, serta pengetahuan lain yang terkait dengan produk dan jasa tersebut, serta informasi yang terkait dengan perannya sebagai konsumen (Sumarwan, 2017, p. 147).

Ketika nasabah memilih bank, pengetahuan terhadap produk yang ada di bank dapat mempengaruhi pertimbangan nasabah ketika ingin mengambil keputusan. Secara jelas informasi tentang produk yang diberikan, semakin mudah bagi calon nasabah untuk menentukan apakah produk tersebut sesuai dengan keinginannya dan dapat memenuhi kebutuhannya. Tentunya jika memenuhi keinginan dan kebutuhan maka calon nasabah akan mempertimbangkan untuk memakai produk tersebut (Maulana, 2020, p. 127).

Sebagian masyarakat yang belum memahami bank syariah, hanya sebatas mengetahui bahwa Bank Syariah tidak menerapkan sistem bunga. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Bank Indonesia pada tahun 2000 dalam penelitian tersebut menemukan bahwa persepsi atau pandangan masyarakat terhadap bank syariah yaitu bank syariah identik dengan sistem bagi hasil serta bank yang memiliki nuansa islami. Dengan demikian bahwasannya pengetahuan nasabah atau konsumen akan hal tentang Bank Syariah masih minim karena hanya sebatas mengetahui sistem bagi hasil

saja yang diketahui dan belum mengetahui secara menyeluruh terkait dengan produk dan jasa apa saja yang ada di Bank Syariah (Firmansyah, 2019, p. 17).

Meski sebagian besar penduduk Indonesia beragama Islam, namun masih banyak yang belum memakai bank syariah dan mengetahui mengenai produk-produk apa saja yang ada di Bank Syariah. Oleh karena itu, membuat calon nasabah merasa kurang berminat untuk menabung di Bank Syariah. Sebaliknya, ketika pengetahuan tentang bank syariah diketahui secara luas, maka minat menabung akan muncul dan nasabah dapat menggunakan dan memanfaatkan fasilitas dari bank tersebut. Sehingga motivasi untuk menabung di bank Syariah kurang dimiliki oleh masyarakat (Sunardi, 2015, p. 37).

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah ialah motivasi. Menurut Sumarwan (2017, p. 23) mengemukakan bahwa motivasi muncul dari kebutuhan konsumen. Kebutuhan itu sendiri timbul sebab konsumen merasa tidak nyaman antara apa yang sepatutnya mereka rasakan dan apa yang sebenarnya mereka rasakan. Kebutuhan yang dirasakan ini akan mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Setiap orang mempunyai kebutuhan setiap saat. Beberapa kebutuhan bersifat fisiologis, yaitu kebutuhan yang disebabkan oleh dasar-dasar kelangsungan hidup. Kebutuhan lainnya bersifat psikologis, yaitu kebutuhan yang ditimbulkan oleh tekanan psikologis. Ketika kebutuhan itu

muncul sampai mencapai kekuatan yang cukup, kebutuhan itulah yang menjadi suatu dorongan.

Pada pertumbuhan pangsa pasar pada tahun 2021 menurut wakil direktur utama PT Bank Syariah Indonesia yaitu Bapak Abdullah Firman Wibowo pada laman situs Kumparan Bisnis mengatakan bahwa pangsa pasar pada perbankan syariah di Indonesia yaitu 6,4% dari total *market share* perbankan nasional (Kumparan, 2021). Hal ini harus dapat ditingkatkan melalui peningkatan pengetahuan dan memberikan dorongan yaitu melalui motivasi kepada masyarakat untuk menggunakan bank syariah adalah salah satu taktik yang baik dalam perkembangan bank syariah yang akan datang.

Pada suatu kesempatan peneliti melontarkan pertanyaan kepada salah satu nasabah bank syariah yaitu Ibu Musri. Ketika peneliti menanyakan mengenai bank syariah ia menyatakan bahwa ia menggunakan bank syariah karena tuntutan pekerjaan dari kantor yang mengharuskan menggunakan bank syariah tetapi ia tidak mengetahui produk apa saja yang ada di bank syariah. Hal ini berbanding terbalik dengan teori Mowen dan Minor yang menyebutkan bahwa tingkat pengetahuan seseorang mempengaruhi dalam mengambil suatu tindakan.

Berbeda dengan Ibu Musri yang menggunakan Bank syariah tetapi tidak mengetahui terkait produk bank syariah, Bapak Ipul menyatakan bahwa beliau belum tertarik dengan produk bank syariah. Beliau menjelaskan bahwa ia menyadari bank syariah tidak menggunakan bunga

dan merasa aman dari riba. Hal ini terbanding terbalik dengan teori Maslow yang menyatakan bahwa kebutuhan rasa aman salah satu indikator munculnya motivasi seseorang untuk melakukan sesuatu yang ia butuhkan atau diinginkan.

Atas dasar latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PENGETAHUAN DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH PADA MASYARAKAT DI CENGKARENG JAKARTA BARAT”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih minimnya pengetahuan masyarakat terhadap bank Syariah dan produk bank Syariah.
2. Kurangnya motivasi atau dorongan untuk menggunakan produk bank Syariah.
3. Kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan produk bank Syariah.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah Pengaruh Pengetahuan dan

Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat di Cengkareng Jakarta Barat.

D. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank Syariah pada masyarakat di Cengkareng Jakarta Barat?
2. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank Syariah pada masyarakat di Cengkareng Jakarta Barat?
3. Apakah pengetahuan dan motivasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank Syariah pada masyarakat di Cengkareng Jakarta Barat?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah penulis paparkan diatas, Adapun tujuan dan manfaat dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Untuk mengetahui apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank Syariah pada masyarakat Cengkareng Jakarta Barat.

- b. Untuk mengetahui apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank Syariah pada masyarakat Cengkareng Jakarta Barat.
- c. Untuk mengetahui apakah pengetahuan dan motivasi konsumen berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank Syariah pada masyarakat Cengkareng Jakarta Barat.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini, yaitu:

a. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan lebih terhadap masalah yang akan diteliti oleh penulis yaitu pengaruh pengetahuan dan motivasi konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

b. Bagi Bank

Memberikan informasi kepada bank agar mengetahui seberapa besar pengetahuan dan motivasi dalam keputusan menjadi nasabah di bank Syariah.

c. Bagi Masyarakat

Memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang perbankan Syariah.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu yang Relevan

| No | Judul | Penulis | Jenis/Tempat/ Tahun | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|-----------------------|-----------------------------|--|---|
| 1 | Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, Regiulitas dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada BRISyariah KCP Magelang) | Yofaning Tiyas W | Skripsi Magelang 2018 | Pada variabel X2 dan X4 dalam penelitian ini memiliki persamaan dengan variabel X1 dan X2 penulis, yakni sama-sama membahas tentang Pengetahun dan motivasi. | Pada penelitian ini membahas tentang kualitas pelayanan, Pengetahuan, Regiulitas dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah. Sedangkan penulis membahas tentang pengetahuan dan motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. |
| 2 | Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah dengan Kepercayaan | Hikmatul Masykuroh | Skripsi Salatiga 2019 | Pada variabel X1 dan X3 dalam penelitian ini memiliki persamaan dengan variabel X1 dan X2 penulis, yakni sama-sama membahas tentang Pengetahun | Pada variabel X dalam penelitian ini hanya membahas tentang Pengetahuan, Promosi, dan Motivasi sedangkan penulis membahas tentang pengetahuan dan motivasi konsumen. |

| | | | | | |
|---|--|---------------------------|--|---|---|
| | sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bank Syariah Sragen KC Boyolali) | | | konsumen dan motivasi konsumen. | |
| 3 | Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo | Novi Nugrahani Kusumawati | Skripsi Ponorogo 2019 | Pada variabel X1 dan X2 dalam penelitian ini memiliki persamaan dengan variabel X1 dan X2 penulis, yakni sama-sama membahas tentang Pengetahuan konsumen dan motivasi konsumen. | Perbedaan dalam penelitian ini dengan penulis yaitu pada studi kasus yang ada, dimana pada penelitian ini studi kasus pada Bank BRI Syariah KCP Ponorogo, sedangkan studi kasus penulis pada Masyarakat di Cengkareng Jakarta Barat |
| 4 | Pengetahuan Konsumen dan Keputusan menjadi Nasabah (Kasus BSM KCP BSD) | Sunardi Ana Maftukhah | Jurnal Islaminomic, Vol. 6 No. 2, Tahun 2015 | Melibatkan pengetahuan konsumen dan keputusan menjadi nasabah bank Syariah. | Tidak melibatkan motivasi menjadi nasabah bank Syariah. |

| | | | | | |
|---|--|-------------------------|---|---|---|
| | Tangerang Selatan) | | | | |
| 5 | Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah | Arief Firidy Firmansyah | Jurnal Ekonomi Islam Volume 2 Nomor 3, Tahun 2019 | Melibatkan pengetahuan konsumen dan keputusan menjadi nasabah bank Syariah. | Tidak melibatkan motivasi menjadi nasabah bank Syariah. |

G. Sistematika Penulisan

Dalam pembahasan proposal skripsi terdiri dari tiga bab yang keseluruhannya merupakan satu rangkaian dan saling korelasi secara utuh dengan sistematika penulisannya sebagai berikut:

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, variable penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan untuk memberikan jawaban terhadap permasalahan yang menjadi objek kajian.



DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. S. (2019). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Arif, M. N. (2019). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Ascarya. (2020). *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Barat, K. A. (2021, September 10). *Profil Kecamatan Cengkareng*. Retrieved from Kota Administrasi Jakarta Barat:
<https://barat.jakarta.go.id/v15/?p=kecamatan&node=116>
- Dahlan, R. (2014). Pengaruh Tingkat Inflasi Bonus Sertifikat Bank Indonesia Syariah dan Tingkat Inflasi Terhadap Pembiayaan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 13, 104-117.
- dkk, D. (2017). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Efendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Firmansyah, A. F. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2 Nomor 3, 16-22.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 25*. Semarang: Badan Penerbit-Undip.
- Gunawan, C. (2018). *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data dengan IBM SPSS Statistic 25)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Reliabilitas, Pengetahuan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *Fadhilatul Hasanah*, 485-495.
- IBI, I. B. (2018). *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia.
- Iqbal, M. (2019). Pengaruh Motivasi, Perilaku dan Pemahaman Terhadap Keputusan Masyarakat dalam Memilih Bank Syariah di Aceh Tamiang. *JII: Jurnal Investasi Islam*, IV No. 2, 153-165.
- Kumparan. (2021, Agustus 20). *Dalam 5 Tahun, Pangsa Pasar Perbankan Syariah di Indonesia Hanya Tumbuh 1 Persen*. Retrieved from Kumparan Bisnis:
<https://kumparan.com/kumparanbisnis/dalam-5-tahun-pangsa-pasar-perbankan-syariah-di-indonesia-hanya-tumbuh-1-persen-1wMp1BvU8xc/2>
- Lestari, A. M. (2015). Pengaruh Regiulitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 1-18.

- Maulana, F. R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah. *JIBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, -2, No -(2), 127.
- Mayasari, H. (2017). Pengaruh Motivasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8, Nomor 2, 1-13.
- Muslich Anshori, S. I. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Nurbismi. (2018). Pengaruh Motivasi dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Baitul Qiradh Amanah Nanggroe Banda Aceh. *JURNAL PENELITIAN EKONOMI AKUNTANSI (JENSI)*, 2, Nomor 1, 61-68.
- Nurmaeni, R. (2020). Analisis Pengaruh Hedonisme, Regiusitas, Motivasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank BRI Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang). *Jurnal Tabbaru': Islamic Banking and Finance*, 3 Nomor 2, 303-312.
- Pasi, I. R. (2017). PENGARUH PENGETAHUAN DAN SIKAP TERHADAP PERILAKU MASYARAKAT PADA BANK SYARIAH. *Jurnal Al-Qasd*, 1 No. 2, 189-201.
- Rustam, B. R. (2020). *Marketing Bank Syariah 4.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudarsono, H. (2015). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunardi. (2015). Pengetahuan Konsumen dan Keputusan Menjadi Nasabah (Kasus BSM Kan.Cab Pembantu BSD Tangerang Selatan). *Jurnal Islaminomic*, 6 No2, 35-51.
- Umbara. (2017). *Undang-Undang R.I Nomor 6 Tahun 2009 tentang Bank Indonesia & Undang-Undang R.I Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*. Bandung: Umbara.