

**PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH TENTANG
ATRIBUT PRODUK DAN PRINSIP DASAR BANK SYARIAH
TERHADAP MINAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH
INDONESIA KCP DEPOK SAWANGAN SARIPLAZA**



SKRIPSI

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

Oleh :

ANDITA AMARA PUTRI RAHMAN

NIM : 1707025072

**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 yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan Nasabah Tentang Atribut Produk Dan Prinsip Dasar Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Depok Sawangan Sari Plaza”** merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar srata satu (S1) pada program studi Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang digunakan Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA, Jakarta Selatan.
3. Jika di kemudian hari terbukti 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, 15 November 2021



Andita Amara Putri Rahman

NIM. 1707025072

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Nasabah Tentang Atribut Produk dan Prinsip Dasar Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza”** ditulis oleh Andita Amara Putri Rahman dengan NIM. 1707025072, telah disetujui untuk diajukan ke dalam Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof.Dr.Hamka, untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Pembimbing



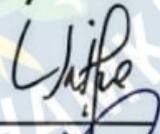
(Yanti Budiasih, S.E., MM.)

PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Nasabah Tentang Atribut Produk Dan Prinsip Dasar Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Depok Sawangan Sari Plaza”, ditulis oleh **Andita Amara Putri Rahman**, NIM : 1707025072, 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 mencapai gelar Sarjana Strata (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Fitri Liza, S.Ag., M.A.</u>	 (Fitri Liza, S. Ag., M.A.)	23/11/2021
Ketua <u>Ai Fatimah Nur Fuad, Lc. M.A., Ph.D.</u>		19/11/2021
Sekretaris <u>Yanti Budiasih, S.E., MM.</u>		19/11/2021
Anggota / Pembimbing <u>Ir. Agung Haryanto, M.E.</u>		20/11/2021
Anggota / Penguji I <u>Nur Melinda Lestari, SE.I, M.H.</u>		19/11/2021
Anggota / Penguji II		

ABSTRAK

Andita Amara Putri Rahman, *Pengaruh Pengetahuan Nasabah Tentang Atribut Produk dan Prinsip Dasar Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza*. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara pengetahuan atribut produk dan prinsip dasar bank syariah terhadap minat menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan populasi dari nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza yang berjumlah 15.000 jiwa dan 100 anggota nasabah sebagai sampel. Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan teknik *Probability sampling* dengan metode *Simple Random Sampling*. Sedangkan untuk metode analisis data menggunakan metode analisis linier berganda dengan menggunakan *software* SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini yaitu variabel Pengetahuan Atribut Produk (X_1) secara parsial maupun simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat menabung (Y) dengan nilai signifikansi $0,000 < sig. 0,05$ dan tingkat $F_{hitung} 125,040 > F_{tabel} 3,09$. Variabel Pengetahuan Prinsip Dasar (X_2) secara parsial maupun simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat menabung (Y) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < sig. 0,05$ dan tingkat $F_{hitung} 125,040 > F_{tabel} 3,09$. Nilai pada uji Koefisien Determinan (R^2) sebesar 0,891. Angka ini menunjukkan bahwa R bernilai sebesar 0,891, yang artinya pengaruh Atribut Produk (X_1) dan Prinsip Dasar (X_2) secara simultan terhadap variabel Minat Menabung (Y) sebesar 89,1%.

Kata Kunci : Pengetahuan Atribut Produk, Pengetahuan Prinsip Dasar Bank Syariah dan Minat Menabung

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
F. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	8
G. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Bank Syariah	12
B. Pengetahuan	14
C. Atribut Produk.....	17
D. Prinsip Dasar Bank Syariah.....	21
E. Minat	24
F. Hubungan Keterkaitan Antar Variabel.....	26
G. Kerangka Berpikir	28
H. Hipotesis.....	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
A. Ruang Lingkup Penelitian	30
B. Metode Pengumpulan Data	36
C. Teknik Pengumpulan Data	36
D. Metode Pengolahan Data	37
F. Metode Analisis Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Sawangan Sari Plaza	43
B. Gambaran Umum Responden	45
C. Hasil Kuesioner	51
D. Analisis Data	54
E. Interpretasi Penelitian	68
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jaringan Kantor Bank Syariah.....	1
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	8
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.2 Karakteristik Agama Responden	46
Tabel 4.3 Karakteristik Usia Responden.....	47
Tabel 4.4 Karakteristik Lama Menjadi Nasabah Responden.....	48
Tabel 4.5 Karakteristik Pekerjaan Responden	49
Tabel 4.6 Karakteristik Penghasilan Responden.....	50
Tabel 4.7 Karakteristik produk yang digunakan Responden	51
Tabel 4.8 Frekuensi Statistik Variabel Atribut Produk.....	52
Tabel 4.9 Frekuensi Statistik Variabel Prinsip Dasar	53
Tabel 4.10 Frekuensi Statistik Variabel Minat Menabung.....	54
Tabel 4.11 Uji Validitas	55
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Variabel Atribut Produk	56
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Variabel Prinsip Dasar	56
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Variabel Minat Menabung	57
Tabel 4.15 Deskriptif Statistik	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov	60
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	63

Tabel 4.20 Hasil Uji T.....	65
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	67
Tabel 4.22 Hasil Uji R ²	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	28
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	59



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri perbankan waktu ini menyesuaikan keadaan zaman, dimana kemajuan teknologi yang semakin canggih mempermudah seseorang ataupun perusahaan untuk mengembangkan usahanya. dengan menyesuaikan zaman serta kebutuhan dan masukan-masukan dari masyarakat luas, perbankan saat ini banyak mengalami perkembangan.

Indonesia adalah salah satu negara yang dominan dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Dengan begitu tentunya industri perbankan syariah di Indonesia mempunyai prospek yang cukup baik pada masa yang akan tiba.

Perkembangan bank syariah dapat dikategorikan relatif baik, sampai bulan April 2021 dilihat dari jumlah jaringan kantor pusat Operasional (KPO), kantor Cabang Pembantu (KCP), serta kantor Kas (KK) pada semua wilayah Indonesia, digambarkan di tabel dibawah ini :

Tabel 1.1 Jaringan Kantor Bank Syariah

Kelompok Bank	KPO/KC	KCP/UPS	KK
Bank Umum Syariah	502	1.345	190
Unit Usaha Syariah	138	172	64
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	177	-	295
Total	817	1.517	549

Keterangan :

KPO = Kantor Pusat Operasional

KC = Kantor Cabang

KCP = Kantor Cabang Pembantu

UPS = Unit Pelayanan Syariah

KK = Kantor Kas

Sumber : Statistik Perbankan Syariah, April 2021

Dalam penelitian jurnal nominal yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah” menyatakan bahwa pengetahuan produk Tabungan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung nasabah. Sangat penting bagi manusia untuk memiliki pengetahuan, dimana Ketika semakin luas pengetahuan seseorang, maka pemikiran yang dimiliki akan semakin luas tentang suatu hal.

Seperti yang kita ketahui bahwa bank Syariah dan bank konvensional memiliki peran yang sama dalam melakukan kegiatan penghimpunan dana dan menyalurkan dan kepada masyarakat. Akan tetapi, perbedaannya bank Syariah melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip Syariah.

Nasabah mempunyai beberapa pilihan dalam memilih tempat, produk, dan bank mana yang dipilih untuk digunakan jasanya. Promosi merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh bank untuk menarik minat nasabah dalam menawarkan produk atau jasa. Promosi dilakukan agar memudahkan para calon nasabah untuk memahami akan produk yang

mereka pilih. Minat nasabah dipengaruhi oleh pengetahuan nasabah dalam memilih bank Syariah. Minat menabung nasabah akan lebih kuat apabila nasabah memahami apa itu bank Syariah.

Pada umumnya, banyak masyarakat yang sudah menabung di bank Syariah akan tetapi masih belum memahami secara mendasar tentang atribut produk yang ada pada bank syariah, dan juga masih belum memahami prinsip dasar bank syariah itu sendiri.

Banyak produk yang ditawarkan oleh bank Syariah, setiap produk memiliki keunggulan untuk nasabah. Banyak masyarakat yang belum mengetahui atribut produk apa saja yang mereka dapat Ketika menggunakan produk yang ada di bank Syariah. Pengetahuan atribut produk sangat penting bagi nasabah dalam memilih produk apa yang akan digunakan, karena atribut produk akan selalu melekat pada produk yang dipilih. Dalam melakukan penilaian terhadap sebuah produk, atribut produk ini sangat penting karena menjadi pertimbangan oleh nasabah dalam memilih produk yang didalamnya terdapat keunggulan ataupun kualitas yang baik dalam sebuah produk. Minat nasabah dalam menggunakan produk yang ada di bank syariah juga dipengaruhi oleh kualitas produk yang dimiliki sebuah perusahaan.

Salah satu cara untuk menarik nasabah dalam penggunaan produk yang ada di bank Syariah yaitu dengan menawarkan keunggulan produk yang dimiliki. Akan tetapi atribut yang ada belum dapat memenuhi kepuasan nasabah dalam memenuhi kebutuhannya.

Prinsip dasar sesuai dengan ketentuan Al-Qur'an dan Hadist digunakan bank syariah yang dirumuskan oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS). Banyak masyarakat yang sudah menggunakan produk atau jasa di bank Syariah belum memahami prinsip dasar bank syariah itu sendiri. Karena beberapa nasabah hanya menggunakan produk atau jasa bank syariah tanpa mencari informasi tentang prinsip dasar bank syariah itu.

Indonesia memiliki penduduk yang mayoritas memeluk agama Islam. Nyatanya, banyak masyarakat yang masih belum paham tentang bank syariah dan maka dari itu masih banyak masyarakat yang tidak menggunakan bank syariah. Maka dari itu, hadirilah bank syariah untuk masyarakat yang ingin terhindar dari transaksi yang dilarang dalam islam dan menerapkan prinsip syariah.

Menurut penelitian Roni dalam jurnal tentang Pengaruh Atribut Produk dikatakan bahwa proses mempelajari, memahami, akan membentuk persepsi terhadap produk atau jasa, dan itu akan mempengaruhi minat pelanggan dalam memilih produk atau jasa yang digunakan. Minat tersebut nantinya akan mendorong motivasi yang menjadi rasa ketertarikan serta rasa ingin tahu yang kuat dan nasabah akan berfikir memilih produk yang akan memenuhi kebutuhannya.

Dalam penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa survey yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2016 hasil yang ditemukan bahwa di Indonesia pengetahuan tentang keuangan hanya sebesar 29,66%. Dan dari itu Indonesia dinilai belum memahami produk

keuangan seperti bank, asuransi, dan pasar modal. ditemukan hasil bahwa pengetahuan keuangan di Indonesia hanya 29,66%. Perencanaan masa depan akan semakin matang apabila masyarakat mengetahui produk keuangan dan menjadikan prinsip dasar dalam pengambilan keputusan.

Ketika bank menawarkan sebuah produk maka masyarakat akan mengetahui produk yang ada, dan itu akan menjadi pertimbangan untuk memilih bank syariah. Penentuan produk bagi nasabah akan semakin mudah apabila nasabah mendapatkan informasi yang jelas tentang produk yang ada dan apakah produk tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah, tentu faktor tersebut akan menjadi bahan pertimbangan nasabah dalam memilih. Hal tersebut dikuatkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fathun (2019) bahwa pengetahuan atribut produk dapat mempengaruhi minat menabung nasabah.

Akan tetapi ditemukan adanya perbedaan hasil pada penelitian Nur Ayasi (2019) yang menyatakan bahwa prinsip dasar bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat.

Maka dari itu, dengan adanya pengetahuan nasabah tentang atribut produk dan prinsip dasar bank syariah, diharapkan dapat mempengaruhi minat menabung nasabah pada bank syariah

Dari permasalahan yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Pengetahuan Tentang Atribut Produk dan Prinsip Dasar Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Terdapat indikasi masih rendahnya pengetahuan nasabah tentang atribut produk bank syariah.
2. Terdapat indikasi masih rendahnya pemahaman nasabah tentang prinsip dasar bank syariah.
3. Terdapat indikasi masih banyak nasabah yang menganggap bank syariah dengan bank konvensional sama saja.
4. Terdapat indikasi masih banyak nasabah yang sudah menggunakan jasa perbankan syariah tetapi belum memahami tentang bank syariah.

C. Pembatasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak terlalu luas, maka penulis hanya berfokus pada Pengaruh Pengetahuan Nasabah Tentang Atribut Produk dan Prinsip Dasar Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah pengetahuan atribut produk berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza?
2. Apakah pengetahuan prinsip dasar bank syariah berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza?

3. Apakah pengetahuan atribut produk dan prinsip dasar bank syariah berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengetahuan atribut produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.
2. Untuk mengetahui prinsip dasar bank syariah berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengetahuan atribut produk dan prinsip dasar bank syariah berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

b. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapat sesuai dengan bidang yang dipelajari dalam perkuliahan untuk mengkaji permasalahan secara mendalam di lapangan.

2. Bagi Masyarakat

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang pengetahuan atribut produk yang ada pada bank syariah terhadap minat menabung di bank syariah.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang pengetahuan prinsip dasar bank syariah terhadap minat menabung di bank syariah.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 1.2

No	Judul	Nama Penulis	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah	Roni Andespa	Atribut produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah bank syariah	Pada variabel Pengaruh Atribut Produk	Tempat penelitian
2	Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap	Ayun Sekar Widowati	pengetahuan produk tabungan, reputasi bank, dan persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan berpengaruh positif	Persamaan pada penelitian ini variabel Penegtahuan Produk	Tempat penelitian dan objek penelitian

	Keputusan Menabung Nasabah		terhadap keputusan menabung nasabah.		
3	Atribut Produk Syariah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah (Pada Bank Jabar Banten Syariah di Kotamadya Tangerang)	Toto Sukarnoto	Pengaruh atribut produk terhadap tingkat kepuasan nasabah bank bjb syariah di Kotamadya Tangerang mempunyai pengaruh positif	Persamaan pada penelitian ini terdapat pada variabel independent	Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada variabel dependen yang berfokus kepada tingkat kepuasan nasabah, lokasi dan objek penelitian.
4	Pengaruh Pengetahuan Produk Dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Nasabah Memilih	Fajar Rezky Maulana, dkk	Pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah	Persamaan pada penelitian ini terdapat pada variabel independent yaitu pengaruh	Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada variabel dependen dan objek penelitian.

	Bank Syariah			pengetahuan produk.	
5	Pengaruh Atribut Produk Tabungan Faedah Terhadap Minat Menabung Nasabah	Fathnun Ashar, Siti Aisyah, dan Muhammad Syafaat	Atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.	Variabel Pengaruh Atribut Produk	Tempat Penelitian

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran tentang penelitian ini secara keseluruhan, maka penulisan skripsi ini dibagi kedalam beberapa bab yang berurutan dan saling berkaitan, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab satu ini, peneliti menguraikan tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab kedua ini, peneliti akan menjelaskan mengenai teori-teori dari pembahasan yang berkaitan dengan bank syariah, pengetahuan atribut produk, pengetahuan prinsip dasar bank syariah, minat menabung nasabah, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ketiga ini, menjelaskan mengenai metodologi penelitian yang terdiri dari ruang lingkup penelitian, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab keempat ini, menjadi inti dari hasil penelitian. Dalam bab ini, dipaparkan temuan-temuan dari hasil pengolahan 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

Pada bab kelima ini, berisi penutup yang memuat tentang kesimpulan dari bab-bab sebelumnya yang bermanfaat bagi kemajuan dan peningkatan perbankan syariah.

Daftar Pustaka

- Alimusa, La Ode.2020.*Manajemen Perbankan Syariah Suatu Kajian Ideologis dan Teoritis*.Yogyakarta : Deepublish
- Andrianto, dan Anang.2019.*Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*.Surabaya : Qiara Media.
- Barlian, Eri.2016.*Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Padang : Sukabina Press.
- Firdaus.2021.*Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0*. Riau : Dotplus Publisher.
- Firmansyah, Anang.2018.*Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*.Yogyakarta : Deepublish
- Firmansyah, Anang.2019.*Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Strategy)*.
Hamsani.2020.*Organizational Citizenship Behavior di Bank Syariah*.Surabaya : Scopindo.
- Haryanto, Rudy.2020.*Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Pamekasan : Duta Media Publishing.
- Hermawan, Hendri.2020.*Perbankan Syariah Fenomena dan praktiknya di Indonesia*. Pekalongan : PT. Nasya Expanding Management.
- Hery.2019.*Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta : PT. Grasindo.

Indrasari, Methiana.2019.*Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.Surabaya : Unitomo Press.

Ira, dkk.2018.*Promosi Kesehatan*. Surabaya : Airlangga University.

Ismail.2017.*Perbankan Syariah*.Jakarta : Kencana.

Lisniasari.2021.*Monograf Pengaruh Penerapan Model Pembelajaran Think Pair Share Terhadap Minat Belajar Peserta Didik Yang Beragama Buddha*. Solok : CV. Insan Cendekia Mandiri.

Muhammad.2016.*Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah*.Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Musfar, Tengku Firli.2020.*Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung : Media Sains Indonesia.

Rachmat, Pupu saeful.2018. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksara.

Rozalena, Agustin.2020. *Komunikasi Bisnis – Konsep dan Praktik*.Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Simarta, Hengki.2021.*Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis.

Suprpto, Rizky dan Zaky.2018. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo : Myrya Publisher.

Trisadini, dan Abdul shomad.2016. *Hukum Perbankan*. Jakarta : Kencana.

Wahyuni, Sri.2019. *Perbankan Syariah : Pendekatan Penilaian Kinerja*. Jawa Timur : CV. Penerbit Qiara Media.

Wulandari, Ririn.2020.*Membidik Nasabah Bank Syariah*.Yogyakarta : CV Nas Media Pustaka.

Referensi Jurnal :

Andespa, Roni. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah*.

<https://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/maqdis/article/view/190>

(diakses pada 5 Juli 2021).

Ashar, Fathun, dkk. *Pengaruh Atribut Produk Tabungan Faedah Terhadap Minat Menabung Nasabah*.

<http://www.jurnaljipsya.org/index.php/jipsya/article/view/9/8>

(diakses pada 20 Agustus 2021)

Hutagalung, Muhammad AK. *Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Minat Masyarakat Pada Bank Syariah*. <http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/AL-QASD/article/download/512/782>.

(diakses pada 21 Agustus 2021).

Mujaddid, Fajar, dkk. *Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung di Bank Syariah*.

<https://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei/article/view/3458> (diakses pada

27 September 2021).

Rezky, Fajar M. *Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah.*

[file:///C:/Users/ACER/Downloads/8644-22276-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ACER/Downloads/8644-22276-1-SM%20(1).pdf) (diakses pada 12 September 2021)

Sekar, Ayun W. *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah.*

<https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/21643>

(diakses pada 12 September 2021).

Sukarnoto, Toto. *Atribut Produk Syariah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah (Pada Bank Jabar Banten Syariah di KotamadyaTangerang)*<http://journal.bungabangsacirebon.ac.id/index.php/EcoBankers/article/view/70/78> (diakses 20 Agustus 2021).