

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, RELIGIUSITAS DAN BAGI HASIL TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA BANYUWANGI

Mira Ustanti<sup>1</sup>, Nawal Ika Susanti<sup>2</sup>, Reva Dwi Melania<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA) Blokagung Banyuwangi<sup>1,2,3</sup>

Email: [miraustanti@iaida.ac.id](mailto:miraustanti@iaida.ac.id)<sup>1</sup>, [nawalikasusanti@iaida.ac.id](mailto:nawalikasusanti@iaida.ac.id)<sup>2</sup>,  
[revadmelania@gmail.com](mailto:revadmelania@gmail.com)<sup>3</sup>

**Abstract:** Indonesia is one of the countries with a majority Muslim population in the world. With this potential, there should be very wide opportunities for interest in saving in sharia banking. However, the reality shows that the conventional banking sector has a more dominant market share compared to sharia banking. Therefore, the aim of this research is to determine the influence of Service Quality (X1), Religiosity (X2) and Profit Sharing (X3) partially or simultaneously on Interest in Saving (Y) at Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. This research is quantitative research with primary data obtained from the results of distributing questionnaires to 40 people who save at Bank Syariah Indonesia. The sampling technique uses Simple Random Sampling. The results of the t test show that Service Quality (X1), Religiosity (X2) and Profit Sharing (X3) partially have a significant effect on interest in saving at BSI Banyuwangi, with a significance value of 0.02; 0.03; 0.02<0.05. The results of the F test show that service (X1), religiosity (X2), and profit sharing (X3) simultaneously influence interest in saving at BSI Banyuwangi with a significance value of 0.00<0.05. The Determination Coefficient value of 0.929 indicates that 92.9% of interest in saving is influenced by these three independent variables.

**Keywords:** Service, Religiosity, Profit Sharing, Interest in Saving and Sharia Banking

**Abstrak:** Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam di dunia. Seharusnya, dengan potensi demikian minat menabung di perbankan syariah peluangnya sangat luas. Namun, realitanya menunjukkan bahwa sektor perbankan konvensional memiliki pangsa pasar yang lebih dominan dibandingkan dengan perbankan syariah. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Religiusitas (X2) dan Bagi Hasil (X3) secara parsial maupun simultan terhadap Minat Menabung (Y) pada Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner kepada 40 orang yang menabung di Bank Syariah Indonesia. Teknik pengambilan

sampel menggunakan Simple Random Sampling. Hasil uji t menunjukkan Kualitas Pelayanan (X1), Religiusitas (X2) dan Bagi Hasil (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BSI Banyuwangi, dengan nilai signifikansi 0,02; 0,03; 0,02<0,05. Hasil uji F diketahui secara simultan Kualitas Pelayanan (X1), Religiusitas (X2), dan Bagi Hasil (X3) berpengaruh terhadap Minat Menabung di BSI Banyuwangi dengan nilai signifikansi 0,00<0,05. Nilai Koefisien Determinasi sebesar 0,929 menunjukkan bahwa 92,9% minat menabung dipengaruhi oleh ketiga variabel independen tersebut.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Bagi Hasil, Minat Menabung dan Bank Syariah

## Introduction

Dunia perbankan memiliki peran yang sangat penting dalam hal memajukan ekonomi nasional. Sebagai lembaga keuangan, bank mempunyai tugas pokok berupa menghimpun dana (*funding*) dan kemudian menyalurkan kembali dana (*lending*) tersebut kepada masyarakat untuk jangka waktu tertentu. Mengingat peranan lembaga perbankan yang demikian penting, maka terhadap lembaga perbankan perlu senantiasa dilakukan pembinaan dan pengawasan yang efektif.

Praktik perbankan yang menggunakan sistem bunga atau riba tentu sudah tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dalam menjalankan aktivitas ekonomi, dimana larangan riba sudah jelas didalam Al-Qur'an yang artinya :

*“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya” (QS. Al-Baqarah: 275).*

Secara keseluruhan, ayat tersebut menegaskan pentingnya menghindari riba dan menaati perintah Allah SWT dalam masalah transaksi keuangan, serta memberikan peringatan keras bagi mereka yang melanggarnya. Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang usahanya memberikan pembiayaan dan jasa- jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang dan pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat Islam.<sup>1</sup>

Perkembangan perbankan syariah bukan hanya dilihat dari sisi penambahan kuantitas saja, tetapi juga dilihat dari sisi sistem dan layanan. Keberhasilan sistem keuangan syariah sampai saat ini bukan semata- mata atas adanya dukungan regulasi pemerintah, tetapi juga didukung oleh kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan tersebut.

Banyak hal yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan dalam mempengaruhi minat mereka. Minat terkait erat dengan motivasi individu yang mendorongnya untuk

---

<sup>1</sup> Muhammad. (2012). “Kebijakan Fiskal dan Moneter dalam Ekonomi Islam.” Jakarta: Salemba empat  
The 4th ICO EDUSHA 2023  
Vol. 4 .No.1 December 2023  
E-ISSN. 2775-930X

terlibat dalam hal yang diminatinya. Individu yang memiliki minat pada suatu hal biasanya merasa puas ketika terlibat di dalamnya, dan mereka akan memberikan perhatian yang mendalam terhadap hal tersebut. Keinginan untuk mengetahui lebih lanjut dan memahami lebih jauh sering kali menjadi wujud dari perhatian tersebut. Seorang nasabah mungkin tertarik dengan bank syariah jika menemukan produk atau layanan yang dianggap bermanfaat bagi mereka.

Diantaranya faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menentukan keputusan adalah faktor pengetahuan, agama, lokasi, bagi hasil/margin, pelayanan, produk, promosi, harga, proses, pegawai, bukti fisik, persepsi, motivasi dan pembelajaran, dan pendapatan. Penelitian oleh Siti Maisharah Amanda (2019) menyatakan bahwa pengetahuan, pendapatan, lokasi, produk, dan pelayanan mempengaruhi minat menabung di bank

Penelitian yang dilakukan oleh Astuti, dkk (2020) menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Surakarta.<sup>2</sup> Penelitian yang dilakukan oleh (Roni, 2019) menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah Pada Tabungan BSM Bank Syari'ah Mandiri Muara Bungo.<sup>3</sup> Penelitian yang dilakukan oleh (Romdhoni & Sari, 2018) menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura.<sup>4</sup>

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) resmi beroperasi pada 1 Februari 2021. BSI merupakan bank syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan (merger) tiga bank syariah dari Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS). Terobosan kebijakan pemerintah untuk melakukan merger tiga bank syariah ini diharapkan dapat memberikan pilihan lembaga keuangan baru bagi masyarakat sekaligus mampu mendorong perekonomian nasional. Adapun fenomena penggabungan ketiga Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas.

Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan. Selain itu, merger bank syariah dinilai dapat lebih efisien dalam penggalangan dana, operasional, dan belanja. Melalui merger bank syariah ini diharapkan perbankan syariah terus tumbuh dan akan menjadi bank BUMN yang sejajar dengan bank BUMN lainnya sehingga bermanfaat dari sisi kebijakan dan transformasi bank. Hal ini juga yang menjadi harapan lembaga keuangan syariah dapat diminati oleh masyarakat.

---

<sup>2</sup> Astuti, I. R., dkk. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah Surakarta. *BIEJ: Business Innovation & Entrepreneurship Journal*. Vol. 2 (3), 167-172

<sup>3</sup> Roni, A. (2019). Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Pada Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri Muara Bungo. *NUR EL-ISLAM : Jurnal Pendidikan Dan Sosial Keagamaan*, 6(2), 14–36

<sup>4</sup> Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis membahas “Pengaruh Pelayanan, Religiusitas dan Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi”. Tujuan dalam penelitian adalah (1) Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan (X1) berpengaruh terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. (2) Untuk mengetahui apakah religiusitas (X2) berpengaruh terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. (3) Untuk mengetahui apakah bagi hasil (X3) berpengaruh terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. (4) Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

## **Theoretical Review**

### **1. Kualitas Pelayanan**

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

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan merupakan upaya memenuhi kebutuhan orang lain. Sementara dalam pengertian strategis, kualitas dinyatakan sebagai segala sesuatu yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*). Menurut Luthans dalam Moenir (2015:15) Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pengertian proses disini terbatas dalam kegiatan manajemen dalam rangka pencapaian tujuan organisasi.<sup>5</sup>

Menurut Kotler (2002) definisi 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. Pelayanan merupakan perilaku pengaruh pandangan islam, pelayanan dan keamanan terhadap minat nasabah untuk menabung di bank Syariah Indonesia (BSI) produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.<sup>6</sup> Dengan demikian kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai suatu tingkat pelayanan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan.

#### **b. Dimensi Pelayanan**

- 1) Keandalan (*Reability*), menunjukkan kemampuan pelayanan yang diharapkan secara bebas dan akurat.

---

<sup>5</sup>Moenir. 2015. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Cetakan Kesebelas. Jakarta: Bumi Aksar, Hlm 16-17.

<sup>6</sup> Shiliha. E. (2022). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Islam (Bsi) Cabang Lahat. MOTIVASI Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 7 (1) The 4th ICO EDUSHA 2023  
Vol. 4 .No.1 December 2023  
E-ISSN. 2775-930X

- 2) Ketanggapan (*Responsiveness*), berisi keinginan untuk menolong langganan dan memberi pelayanan dengan cepat.
- 3) Jaminan (*Asurance*), berisi keinginan untuk menolong langganan dan memberi pelayanan dengan cepat.
- 4) Empati (*Empathy*), berupa perhatian terhadap langganan yang meliputi pendekatan, penciptaan rasa aman dan berusaha memahami keperluan langganan.
- 5) Bukti langsung (*Tangibles*), meliputi penampilan fisik, perlengkapan, tenaga dan sarana komunikasi.

c. Jenis-Jenis Pelayanan

Jenis-jenis pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat tergantung kepada kebutuhan, keinginan, kemampuan kedua belah pihak, baik pemberi layanan maupun yang membutuhkan pelayanan. Pelayanan bank syariah yang dimaksud bukan hanya berkaitan dengan pelayanan karyawan kepada nasabah yang terjadi di kantor bank syariah saja. Tapi mencakup kepada aksesibilitas, kredibilitas, kecepatan, ketepatan pencatatan, jaringan kantor yang luas, kelengkapan produk, keamanan dan fasilitas kemudahan atas informasi di bank syariah lainnya.

## 2. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Kata religi terdapat didalam bahasa Belanda (*Religie*) dan dalam bahasa Inggris (*Religion*). Kata-kata religi ini masuk ke Indonesia dengan dibawa oleh orang-orang barat pada saat menjajah indonesia seperti Belanda dan Inggris. Dimana kata religi ini dibawa sekaligus menyebarkan agama kristen dan katolik di Indonesia. Asal dari Kata *religi* atau *religion* yaitu *relegere* atau *relegare* yang berasal dari Bahasa latin. Arti dasar dari kata *relegere* yaitu berhati-hati dan berpegang pada aturan dan norma secara ketat dalam hal agama. Lebih lanjut bisa dijelaskan bahwa *religi* merupakan suatu keyakinan, norma-norma serta nilai-nilai dalam hidup yang harus dipegangi dan dijaga dengan penuh perhatian agar tidak menyimpang dan lepas pada keyakinan dan ajaran agama.<sup>7</sup>

b. Dimensi Religiusitas

- 1) Dimensi Ideologi (Keyakinan)
- 2) Dimensi Ritualistik (Dimensi Peribadatan atau Praktek Agama)
- 3) Dimensi Pengalaman
- 4) Dimensi Pengetahuan

## 3. Bagi Hasil

---

<sup>7</sup> Abdul,H. (2018) Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 138-142

a. Pengertian Bagi Hasil

Bagi hasil menurut terminologi asing (Inggris) dikenal dengan *profit sharing*. *Profit sharing* dalam kamus ekonomi yaitu pembagian laba. Secara definitif *profit sharing* artinya distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan. Pada mekanisme lembaga keuangan syari'ah atau bagi hasil, pendapatan bagi hasil ini berlaku untuk produk-produk penyeteroran, baik penyeteroran menyeluruh maupun sebagian-sebagian, atau bentuk bisnis kooperatif (kerjasama). Keuntungan yang dibagi dihasilkan harus dibagi secara proporsional antara shahibul mal dengan mudharib. Dengan demikian, semua pengeluaran rutin yang berkaitan dengan bisnis mudharabah, bukan untuk kepentingan pribadi mudharib, dapat dimasukkan ke dalam biaya operasional.<sup>8</sup>

b. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi bagi Hasil

1) Faktor Langsung

a) *Investement rate*

Merupakan persentase aktual dana yang diinvestasikan dari total dana. Jika bank menentukan *investment rate* sebesar 80%, hal ini berarti 20% dari total dana di alokasikan untuk memenuhi likuiditas.

b) *Jumlah* dana yang tersedia untuk diinvestasikan merupakan jumlah dana dari berbagai sumber dana yang tersedia untuk di investasikan.

2) Faktor Tidak Langsung

a) Penentuan butir-butir pendapatan dan biaya mudharabah. Bank dan nasabah melakukan share dalam pendapatan dan biaya (*profit and sharing*). Pendapatan yang "dibagi dihasilkan" merupakan pendapatan yang diterima dikurangi biaya-biaya. Jika semua biaya ditanggung bank, hal ini disebut *revenue sharing*.

b) Kebijakan akunting (prinsip dan metode akunting) Bagi hasil secara tidak langsung dipengaruhi oleh berjalannya aktivitas yang diterapkan, terutama sehubungan dengan pengakuan pendapatan dan biaya.

c. Prinsip Bagi Hasil

1) Prinsip Keadilan dan Kehati-hatian tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah kemudian bank sebagai pengelola akan mengembangkan dana yang terkumpul dari nasabah untuk usaha-usaha yang baik secara profesional.

2) Prinsip Kesederajatan, dimana menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin

---

<sup>8</sup> Roni, A. 2017 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah, *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 43-46  
The 4th ICO EDUSHA 2023  
Vol. 4 .No.1 December 2023  
E-ISSN. 2775-930X

dalam hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank.

- 3) Prinsip Ketentraman, Produk-produk Bank Syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah Muamalah Islam, antara lain tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Sehingga, nasabah merasakan ketentraman lahir maupun batin.

d. Indikator Bagi Hasil

- 1) Indikator Budaya

Budaya (*culture*) adalah dasar keinginan dan perilaku seseorang. Seseorang yang menjadi pemasar sebuah produk atau jasa harus memahami nilai-nilai budaya secara menyeluruh.

- 2) Indikator Keluarga

Keluarga adalah kelompok konsumen yang penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga adalah kelompok referensi yang sangat berpengaruh.

- 3) Indikator Peran dan Status

Peran atau *role*, setiap orang sangat diharapkan dapat melakukan hal ini. Setiap orang menyandang status, orang memilih produk yang dapat mewakili peran mereka serta status yang diinginkan dalam masyarakat.

#### 4. Minat Menabung

a. Pengertian Minat

Dalam kamus umum bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai suatu kecenderungan hati (kesukaan) terhadap suatu perhatian. Kesukaan atau minat terhadap sesuatu perhatian tersebut merupakan hasil belajar yang bisa menyokong untuk belajar selanjutnya. Minat merupakan motivasi dalam melakukan suatu kegiatan tertentu yang bertujuan agar bisa memuaskan kebutuhannya. Menurut pendapat Crow D Leater dan Crow Alice menjelaskan bahwa minat merupakan dorongan bagi seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, kegiatan, benda dan pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Minat adalah perasaan ingin mengetahui terhadap sesuatu, mempelajari sesuatu tersebut, mengagumi bahkan sampai pada tahap memilikinya. Menurut pendapat John Crities bahwa minat adalah sebuah ranah apeksi, berawal dari kesadaran hingga sampai pada pilihan nilai. Menurut pendapat lainnya oleh Holland bahwa minat adalah merupakan sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat bukanlah sesuatu yang timbul dengan sendirinya melainkan ada unsur kebutuhan, misalnya kebutuhan untuk menabung uangnya di bank.<sup>9</sup>

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

---

<sup>9</sup> Nisak, Arifatun, Saryadi dan Sri Suryoko. (2012). Pengaruh Kelompok Acuan dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syari'ah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syari'ah Semarang. *ejournal-s1.undip.ac.id*  
The 4th ICO EDUSHA 2023  
Vol. 4 .No.1 December 2023  
E-ISSN. 2775-930X

Menurut Crow ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat yaitu sebagai berikut:<sup>10</sup>

1) Faktor dari dalam

Faktor dari dalam yaitu faktor yang muncul karena adanya dorongan atas kebutuhan-kebutuhan dari dalam individu tersebut, dimana faktor ini merupakan faktor yang berhubungan dengan beberapa hal seperti motif, fisik, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit dan juga berbagai dorongan lainnya seperti untuk mengadakan kegiatan penelitian dan lain sebagainya.

2) Faktor motif sosial

Faktor ini mengarah kepada penyesuaian diri yang membangkitkan minat seseorang karena tujuan untuk melakukan aktivitas tertentu seperti melakukan aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial seperti bekerja, mendapatkan status sosial, dan lain sebagainya.

3) Faktor emosional

Faktor emosional yang dimaksudkan dalam hal ini adalah faktor yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi Artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam menjalankan suatu aktivitas akan mendorong minat seseorang semakin kuat, sebaliknya kegagalan bisa mempengaruhi turunnya minat terhadap suatu aktivitas tersebut.

c. Indikator Minat

Menurut Pendapat Kotler bahwa minat untuk menabung dapat diasumsikan sebagai minat beli terhadap sesuatu produk. Dimana menurutnya minat beli merupakan suatu tindakan yang datang dari dalam diri seseorang atas respon terhadap suatu objek tertentu yang menunjukkan bahwa pelanggan memiliki keinginan untuk melakukan pembelian terhadap objek tersebut. Terdapat beberapa aspek yang terdapat dalam minat beli yaitu sebagai berikut:<sup>11</sup>

1) Perhatian (*Attention*)

2) Ketertarikan (*Interest*)

3) Keinginan (*Disire*)

4) Keyakinan (*Conviction*)

## Methods

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang berupa angka-angka yang dapat dihitung guna menghasilkan suatu penaksiran, yaitu berupa hasil jawaban dari

---

<sup>10</sup> Akhmad, D. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah, *Jurnal Fokus Bisnis*, 44-46.

<sup>11</sup> Akhmad, D. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah, *Jurnal Fokus Bisnis*, 44-46.



kuesioner yang disebarakan kepada responden.<sup>12</sup> Penelitian yang akan dilakukan adalah untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu, kualitas pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) terhadap variabel dependen yaitu minat menabung (Y). Lokasi penelitian ini adalah di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi yang berlokasi di jalan Jendral Ahmad Yani, no 95 desa Penganjuran, kecamatan Banyuwangi, kabupaten Banyuwangi.

Penelitian ini menggunakan data-data dari bank serta data yang diperoleh dari pembagian kuesioner kepada nasabah bank tersebut. Penelitian ini akan dilakukan dari bulan Maret sampai Mei 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan Bank Syariah Indonesia Banyuwangi yang berjumlah 497 nasabah. Adapun penentuan jumlah sampel adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Namun apabila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Berdasarkan keterangan tersebut, maka peneliti mengambil jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yaitu  $10 \times 4 = 40$ , sehingga diperoleh jumlah sampel minimalnya sebanyak 40 responden. Namun dalam hal ini peneliti menentukan jumlah respondennya yaitu sebanyak 40 anggota yang menabung di BSI Banyuwangi.

Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kemudian diuji menggunakan uji validitas, reliabilitas dan normalitas. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS 21 yaitu dengan membandingkan nilai Sig. (2-tailed) pada table correlations dengan probabilitas 0,05. Kaidah keputusan output SPSS, jika t-hitung > t-tabel berarti butir soal angket atau kuesioner dinyatakan valid, sebaliknya jika t-hitung < t-tabel berarti butir soal angket atau kuesioner dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2016: 267). Pengujian reliabilitas instrumen penelitian ini menggunakan SPSS 21 yaitu dengan melihat nilai cronsbach's Alpha pada output SPSS. Sedangkan untuk uji normalitas, penguji menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Kriteria uji normalitas yaitu apabila nilai signifikansi > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Jika signifikansi < 0,05 maka, data tersebut tidak berdistribusi normal.

Setelah data diketahui berdistribusi normal, maka selanjutnya data dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Uji regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan SPSS 21 yang menghasilkan uji F (pengaruh secara simultan), uji t (pengaruh secara parsial) dan koefisien determinasi (adjusted R Square).

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Hasil uji F dilihat dalam output SPSS pada tabel ANOVA terdapat dikolom sig. (2-tailed), jika nilai probabilitas < 0,05, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

---

<sup>12</sup> Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA  
The 4th ICO EDUSHA 2023  
Vol. 4 .No.1 December 2023  
E-ISSN. 2775-930X

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel coefficients pada kolom sig (significance). Jika probabilitas nilai t atau signifikansi  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Sedangkan, jika probabilitas nilai t atau signifikansi  $> 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Analisis data selanjutnya yaitu koefisien determinasi yaitu untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Hasil perhitungan Adjusted  $R^2$  dapat dilihat pada output Model Summary. Pada kolom Adjusted  $R^2$  dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

### Results and Discussion

Hasil uji validitas menggunakan SPSS 21 diketahui bahwa nilai koefisien korelasi atau t-hitung  $>$  t-tabel (t-tabel 0,312) dengan tingkat signifikan (0,05) atau 5% maka tiap-tiap butir soal pada masing-masing variabel dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas yaitu seluruh butir soal pada kuisioner dari semua variabel dapat dinyatakan reliabel karena semua memiliki nilai cronbah's alpha  $>$  0,6. Nilai cronbah's alpha output dari SPSS 21 dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.890	6

Sumber: Hasil SPSS 21, 2023

Sedangkan pada pengujian normalitas menggunakan SPSS 21 diketahui nilai signifikansi variabel pelayanan (X1) sebesar 0,067 variabel religiusitas (X2) sebesar 0,525 dan variabel bagi hasil (X3) sebesar 0,194 dinyatakan berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		PELAYANAN	RELIGIUSITAS	BAGI HASIL	MINAT MENABUNG
N		40	40	40	40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	17.35	20.85	18.15	18.08
	Std. Deviation	3.505	3.711	3.431	3.206
Most Extreme Differences	Absolute	.206	.128	.171	.124
	Positive	.174	.128	.171	.124
	Negative	-.206	-.101	-.148	-.116
Kolmogorov-Smirnov Z		1.303	.812	1.080	.785
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067	.525	.194	.569

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber data : hasil SPSS 21, 2023

## Pengaruh Secara Parsial Pada Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Minat Menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia. Hal ini sesuai hasil uji t output SPSS 21 sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Hasil Uji t variabel Pelayanan**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.581	2.314		4.573	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.432	.131	.472	3.303	.002

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG

Sumber data: Hasil SPSS 21, 2023

Hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini membuktikan adanya pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. Variabel kualitas pelayanan (X1) diukur menggunakan tiga indikator yang terdiri dari kehandalan, ketanggapan dan jaminan. Dari ketiga indikator tersebut sebagian besar memberikan tanggapan setuju, artinya sebagian besar para anggota nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan.

Sebagian individu mempunyai keinginan untuk menjadikan dirinya sebagai seseorang yang terbaik sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Begitupun dengan nasabah dari BSI Banyuwangi yang memilih menabung karena perlu mengekspresikan diri bahwa sebenarnya mampu untuk kebutuhan kedepannya. Sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Nurhayati salah satu nasabah yang menabung di BSI Banyuwangi mengatakan bahwa alasan lebih memilih melakukan menabung di Bank Syariah Indonesia ini karena ia memperoleh berbagai kemudahan yang dirasakan saat melakukan transaksi.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Lika Annisa, dkk (2021) diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh.<sup>13</sup> Semakin baik tingkat kualitas pelayanan yang di berikan pihak bank terhadap nasabah produk tabungan akan meningkatkan minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

<sup>13</sup> Annisa. L., dkk (2021). Analisis Faktor Pendorong Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Mandirikantor Cabang Aceh. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* Vol. 6 (2), 124-141  
The 4th ICO EDUSHA 2023  
Vol. 4 .No.1 December 2023  
E-ISSN. 2775-930X

Jenis-jenis pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat tergantung kepada kebutuhan, keinginan, kemampuan kedua belah pihak, baik pemberi layanan maupun yang membutuhkan pelayanan. Dalam kaitan ini, pelayanan bank syariah yang dimaksud bukan hanya berkaitan dengan pelayanan karyawan kepada nasabah yang terjadi di kantor bank syariah saja. Tapi mencakup kepada aksesibilitas, kredibilitas, kecepatan, ketepatan pencatatan, jaringan kantor yang luas, kelengkapan produk, keamanan dan fasilitas kemudahan atas informasi di bank syariah lainnya.

Dari hasil analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank Syariah Indonesia dengan karyawannya yang begitu ramah, memberikan senyum ketika memberi pelayanan, mengucapkan salam, dan memberikan informasi yang detail sesuai kebutuhan nasabah.

### **Pengaruh Secara Parsial Pada Variabel Religiusitas (X2) Terhadap Minat Menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung di BSI Banyuwangi. Hal ini sesuai hasil uji t output SPSS 21 sebagai berikut:

**Tabel 4**  
**Hasil Uji T Variabel Religiusitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.157	2.802		4.339	.000
	RELIGIUSITAS	.284	.132	.329	2.145	.038

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG

Sumber data: Hasil SPSS 21. 2023

Hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,038 yang lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini membuktikan adanya pengaruh religiusitas (X2) terhadap minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. Variabel religiusitas diukur menggunakan tiga indikator yang terdiri dari indikator keyakinan, pengalaman, pengetahuan. Dari ketiga indikator tersebut sebagian besar memberikan tanggapan setuju, artinya sebagian besar para nasabah di BSI Banyuwangi dipengaruhi oleh variabel religiusitas.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pada sampel yang diujikan sebanyak 40 orang menjelaskan Religiusitas yang dimiliki oleh seseorang mempengaruhi minatnya untuk menabung di bank syariah. Dimana, pada masyarakat Kota Banyuwangi yang telah menjadi

nasabah di bank syariah menganggap bahwa bank syariah merupakan suatu unsur ketaatan dalam menjalankan agama Islam secara Kaffah yang tidak bisa dipisahkan dari syariat Islam itu sendiri.

Segala bentuk praktek keagamaan salah satunya seperti adanya ceramah yang membahas tentang haramnya bunga bank karena termasuk riba mampu memberikan dorongan dan kesadaran yang kuat kepada masyarakat untuk memilih bank syariah sebagai pilihan yang tepat. Hal ini terbukti bahwa masyarakat kota Banyuwangi yang menjadi nasabah di bank syariah menganggap kegiatan seperti ini memberikan kontribusi yang menguatkan keyakinan mereka untuk memilih bank syariah.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fajar Mujaddid & Pandu Tezar Adi Nugroho (2019) menjelaskan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.<sup>14</sup> Dan juga sejalan dengan penelitian oleh Roni (2017) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung di bank Syariah.<sup>15</sup>

Semakin tinggi tingkat religiusitas masyarakat maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Salah satu hal yang mempengaruhi masyarakat Banyuwangi untuk menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi adalah masyarakat telah memahami hukum riba yang merupakan bagian dari ajaran agama yang wajib dihindari. Tentu dengan semakin tinggi tingkat keyakinan dan ketaatan seserang dalam beragama maka dalam memilih sistem perbankan pun harus sesuai dengan ketentuan agama tersebut.

### **Pengaruh Secara Parsial Pada Variabel Bagi Hasil (X3) Terhadap Minat Menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi hasil mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung di BSI Banyuwangi. Hal ini sesuai hasil uji t output SPSS 21 sebagai berikut:

**Tabel 5**  
**Hasil Uji T Variabel Bagi Hasil**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		

<sup>14</sup> Mujaddid, F. & Pandu Tezar Adi Nugroho (2019). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 10 (1). 14-37

<sup>15</sup> Roni, A. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*. 43-46

1	(Constant)	1.765	.766		2.304	.027
	BAGI HASIL	.899	.042	.962	21.650	.000

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG

Sumber data: Hasil SPSS 21, 202

Hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini membuktikan adanya pengaruh bagi hasil (X3) terhadap minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. Variabel ini diukur menggunakan tiga indikator yang terdiri dari indikator budaya, keluarga, dan peran status. Dari ketiga indikator tersebut sebagian besar memberikan tanggapan setuju, artinya sebagian besar para nasabah yang memilih menabung di BSI Banyuwangi dipengaruhi oleh variabel bagi hasil (X3).

Prinsip bagi hasil tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata tetapi terdapat unsur keadilan, dimana besar benefit yang diperoleh nasabah sangat tergantung kepada kemampuan bank dalam menginvestasikan dana-dana yang diamanahkan kepadanya. Hal ini menunjukkan keuntungan yang diperoleh tidak hanya bagi nasabah saja akan tetapi juga bank sebagai pengelola. Sistem bagi hasil menguntungkan bagi peminjam terutama ketika kondisi perekonomian yang sulit, sehingga dapat membantu memperkecil risiko. Sedangkan pemodal diuntungkan melalui kemampuan bank untuk mengelola dana yang disimpan dan diputar bank kepada para pengusaha dan investor, sehingga semua pihak dapat menerima manfaat dan perlakuan adil sebagaimana yang ditetapkan dalam Islam. Hal inilah yang membuat nasabah memutuskan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Religiusitas (X2), dan Bagi Hasil (X3) Terhadap Minat Menabung (Y) Secara Simultan**

Hasil uji statistik menggunakan SPSS 21 menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. Hal ini sesuai hasil uji F output SPSS 21 sebagai berikut:

**Tabel 6**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	372.300	3	124.100	156.898	.000 <sup>b</sup>
	Residual	28.475	36	.791		
	Total	400.775	39			

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG

b. Predictors: (Constant), BAGI HASIL, RELIGIUSITAS, KUALITAS PELAYANAN

Sumber data: Hasil SPSS 21, 202

Berdasarkan tabel 6, diketahui nilai signifikansinya sebesar  $0,00 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{o4}$  ditolak yang berarti kualitas pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung (Y) pada Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

Minat merupakan suatu keadaan dimana seseorang akan mempunyai perhatian atau ketertarikan khusus akan sesuatu yang disertai dengan rasa keingintahuan dan ingin mencoba membuktikannya. Minat tersebut muncul dikarenakan rasa keingintahuan serta ingin mempelajari dan membuktikan secara langsung akan ketertarikannya pada suatu objek tersebut, baik berupa barang maupun jasa yang sesuai dengan keinginan hatinya guna untuk memperoleh kepuasan lahir maupun batin.

Hasil penelitian telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, religiusitas dan bagi hasil memberikan pengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. Oleh karena itu, penting bagi pihak Bank Syariah Indonesia Banyuwangi untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan dan mempertimbangkan sistem bagi hasil bagi nasabah agar minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi juga terus meningkat.

### **Conclusion**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menabung di sektor perbankan syariah. Dengan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, religiusitas, dan bagi hasil, penelitian ini memberikan wawasan mendalam mengenai elemen-elemen kritis yang dapat memotivasi atau menghambat minat nasabah terhadap kegiatan menabung. Kontribusi penelitian ini melampaui batas-batas teoretis dan dapat memberikan pandangan yang berharga bagi pengembangan strategi pemasaran dan manajemen risiko di industri perbankan syariah.

## References

- Abdul,H. (2018) Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 138-142
- Akhmad, D. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah, *Jurnal Fokus Bisnis*, 44-46
- Annisa. L., dkk (2021). Analisis Faktor Pendorong Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Mandir Kantor Cabang Aceh. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* Vol. 6
- Astuti, I. R., dkk. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah Surakarta. *BIEJ: Business Innovation & Entrepreneurship Journal*. Vol. 2 (3), 167-172
- Moenir. (2015). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Cetakan Kesebelas. Jakarta: Bumi Aksar, Hlm 16-17.
- Muhammad. (2012). “Kebijakan Fiskal dan Moneter dalam Ekonomi Islam.” Jakarta: Salemba empat
- Mujaddid. F. & Pandu Tezar Adi Nugroho (2019). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 10 (1). 14-37
- Nisak, Arifatun, Saryadi dan Sri Suryoko. (2012). Pengaruh Kelompok Acuan dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syari’ah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syari’ah Semarang. *ejournal-sl.undip.ac.id*
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Roni, A. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*. 43-46
- Roni, A. (2019). Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Pada Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri Muara Bungo. *NUR EL-ISLAM : Jurnal Pendidikan Dan Sosial Keagamaan*, 6(2), 14–36
- Shiliha. E. (2022). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Islam (Bsi) Cabang Lahat. *MOTIVASI Jurnal Manajemen dan Bisnis* Volume 7 (1)
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA