

**PENGARUH RELIGIUSITAS, LOKASI, PRODUK DAN PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA  
KEUANGAN DI BMT MITRA USAHA MULIA TEMPEL**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Program Studi Perbankan Syariah

Universitas Alma Ata Yogyakarta

Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun Oleh:

Yenik Puji Astutik

132100005

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS ALMA ATA**

**YOGYAKARTA**

**2017**

## ABSTRAK

*Yenik Puji Astutik. 2017 “Pengaruh religiusitas, lokasi, produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan di BMT Mitra Usaha Mulia”. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Alma Ata.*

**Pembimbing: Ahmad Yunadi, SE., M.A.**

---

---

Dalam menghadapi krisis global (1998, 2008 dan krisis Eropa 2011), Industri perbankan syariah di Indonesia memiliki daya tahan yang kokoh dan menunjukkan *performance* yang baik dibandingkan dengan bank konvensional yang banyak mengalami likuidasi. Hal inilah yang menyebabkan perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang meningkat, baik dari jumlah kantor, nasabah, asset, DPK dan sebagainya. Untuk mempengaruhi keputusan nasabah maka perbankan syariah harus aktif dalam mensosialisasikan produk atau menjelaskan lokasi dari perbankan agar masyarakat mengetahui tentang lembaga keuangan tersebut. Dan faktor pribadi nasabah sendiri sangat berpengaruh dalam menentukan keputusan nasabah, faktor pribadi yang dimaksud adalah pengetahuan tentang agama setelah nasabah memutuskan untuk menggunakan jasa di keuangan syariah mereka akan merasakan pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan standart.

Untuk itu dilakukan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari religiusitas, lokasi, produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan di BMT Mitra Usaha Mulia. Data yang digunakan merupakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 96 responden. Data yang diperoleh, diolah menggunakan SPSS dengan melakukan uji linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pelayanan secara parsial berpengaruh secara signifikan sedangkan ketiga variabel lainnya tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Sedangkan secara simultan variabel religiusitas, lokasi, produk dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan di BMT Mitra Usaha Mulia.

***Kata kunci*** : *religiusitas, lokasi, produk, pelayanan dan keputusan nasabah*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Perkoperasian, Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum Koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi.<sup>1</sup> Kata “bersama” dalam kutipan ini dimaksudkan untuk anggota koperasi itu sendiri dan masyarakat sekitarnya.

Koperasi menjalankan kegiatan berdasarkan prinsip gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Secara umum prinsip operasional koperasi adalah membantu kesejahteraan anggota dalam bentuk gotong royong dan tentunya prinsip tersebut tidak menyimpang dari prinsip syariah yaitu prinsip gotong-royong (*ta`awun*) dan bersifat kolektif atau berjamaah dalam membangun kemandirian hidup. Seperti di tegaskan dalam Qur`an surat Al-Maidah ayat 2:<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> <https://www.regulasi.kemenperin.go.id/site/.../1376> diakses Senin, 27 Februari 2017 Pukul 13:15 WIB.

<sup>2</sup> Surat Al-Maidah Juz 6 ayat 2, Al-Qur`anul karim Mubarak, Jakarta:Samad.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“..Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (ayat 2)

Prinsip syariah islam menjadi landasan konsep lembaga keuangan syariah dalam menjalankan kegiatannya. Sedangkan konsep unggulan operasionalnya adalah *Syirkah Mufawadhah* artinya usaha yang didirikan secara bersama-sama oleh dua orang atau lebih dengan peraturan masing-masing anggota memberi kontribusi porsi dana yang sama dan mempunyai hak dan kewajiban yang sama. Begitupula dalam hal keuntungan dan kerugian harus dibagi sesuai dengan proporsional yang sama.<sup>3</sup>

Keuangan islam mendukung kegiatan bisnis yang berorientasi keuntungan dengan mengikuti kriteria jelas etika dari Syariah. Institusi Keuangan Islamiah berkomitmen untuk memberikan kontribusi pada perkembangan ekonomi dan sosial dan memperoleh keuntungan ekonomi yang wajar, dengan melakukan sesuai dengan Syari`ah Islam.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Nur S Buchori, *Koperasi Syariah*, (Tangerang Selatan: Pustaka Aufa Media: 2012), hlm. 7.

<sup>4</sup> Rivai dkk, *Islamic Banking & Finance (Dari Teori ke Praktik Bank dan Keuangn Syariah Sebagai Solusi dan Bukan Alternatif)*, Yogyakarta: BPFE,2012.

Tabel 2.1

**Rekapitulasi Data Koperasi Berdasarkan Provinsi pada 31 Desember 2015**

Jumlah koperasi	Aktif	Tidak aktif	Anggota	Manager	Karyawan
2.685 unit	2.369 unit	316 unit	807.816 orang	621 orang	6.969 orang

<http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/data-koperasi/>

Menurut Rekapitulasi data koperasi berdasarkan provinsi pada 31 Desember 2015 menunjukkan bahwa di Provinsi Yogyakarta jumlah koperasi mencapai 2.685 unit, koperasi yang masih aktif tercatat 2369 unit, koperasi yang tercatat tidak aktif 316 unit, jumlah anggota 807.816 orang, jumlah manager tercatat 621 orang dan jumlah karyawan 6.969 orang.<sup>5</sup> Kondisi ini menggambarkan keberadaan koperasi setidaknya diharapkan mampu menumbuhkan posisi tawar terhadap pasar.

Dari data koperasi di atas BMT merupakan salah satu lembaga keuangan yang tergolong di dalam koperasi. BMT adalah lembaga keuangan yang di bangun berbasis keumatan. Dari segi jumlah BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang paling banyak dibandingkan dengan lembaga keuangan syariah lainnya.

Di Indonesia *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) di artikan sebagai lembaga keuangan non profit dan lembaga keuangan profit. Menurut

---

<sup>5</sup><http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/data-koperasi/> diakses Selasa, 21 Februari 2017 Pukul 11:52.

Sudarsono, ia membedakan mengenai pengertian *Baitul Mal* dan *Baitul Tanwil*. *Baitul Mal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti zakat, infaq dan shadaqah. Sedangkan *Baitul Tanwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersil. Selanjutnya dipertegas oleh Lubis, *Baitul Mal Wa Tamwil* adalah sekelompok orang yang menyatukan diri untuk saling membantu dan bekerja sama membangun sumber pelayanan kegunaan untuk mendorong dan mengembangkan usaha produktif dan peningkatan taraf hidup anggota dan keluarganya. Dan secara operasional kegiatan usaha BMT mencakup dalam bidang jasa keuangan, sektor riil dan sosial (ZISWA).<sup>6</sup>

Meskipun dari segi keberadaan dan peranan lembaga keuangan Syariah mengalami perkembangan yang cukup pesat namun rendahnya kesadaran masyarakat tentang keuangan dan lembaga keuangan syariah menjadi salah satu tantangan terbesar lembaga keuangan syariah dalam mengenalkan dan mensosialisasikan kepada masyarakat luas. Penelitian Khalid menemukan bahwa masyarakat awan belum menyadari apa itu ekonomi syariah dan beranggapan bahwa antara ekonomi, perbankan, dan keuangan syariah dengan konvensional tidak ada perbedaannya dan jasa yang ditawarkan juga sama.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Ismail Nawawi, *Ekonomi Kelembagaan Syariah (Dalam Pusaran Perekonomian Global Sebuah Tuntutan Dan Realitas)*, (Surabaya: Penerbit Putra Media Nusantara, 2009), hlm. 101

<sup>7</sup> Muhammad Dayyan, *Resistensi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Kota Langsa*, Jurnal Bisnis dan Manajemen, (Jakarta:2016). <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/esensi>  
DOI: 10.15408/ess.v6i2.3571.

BMT Mitra Usaha Mulia merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang bergerak dalam bidang jasa. Dengan adanya persepsi masyarakat seperti penelitian Khalid merupakan tantangan bagi BMT agar lebih giat mensosialisasikan produk dari BMT itu sendiri. Perlu mengingatkan bahwa anggota merupakan pihak yang cenderung memberi mutu penilaian terhadap pelayanan yang diterima dengan harapan yang diinginkan. Oleh karena itu BMT Mitra Usaha Mulia perlu memahami perilaku konsumen yang berkaitan dengan keputusan nasabah. Keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih artinya membandingkan antara satu produk/jasa dengan yang lain berdasarkan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan dan lingkungan sosial.

Dengan jumlah koperasi yang semakin bertambah menyebabkan pangsa pasar semakin tajam. Abhimantra menegaskan faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih menabung pada Bank Syariah yaitu Pengetahuan, religuisitas, produk, reputasi dan pelayanan.<sup>8</sup> Untuk mempengaruhi calon anggota agar tertarik terhadap produk yang ditawarkan, maka pihak BMT Mitra Usaha Mulia melakukan strategi dengan penjemputan bola (menawarkan produk secara langsung ke nasabah dan mengambil jumlah tabungan berdasarkan periode tertentu) dengan adanya pendekatan seperti jemput bola tersebut timbullah keinginan dari nasabah untuk datang langsung

---

<sup>8</sup> Abhimantra dkk, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah*, Jurnal, (Bandung: Proceeding PESAT Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur dan Teknik Sipil:2013)

ke Kantor BMT karena adanya produk baru yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan nasabah dan biaya administrasi rendah.<sup>9</sup> Ditegaskan oleh Heidjarachman, penjualan suatu perusahaan akan sukses apabila produk dan jasa yang diusahakan memiliki pasar yang luas. Produk perbankan merupakan salah satu faktor penentu ketertarikan nasabah untuk menggunakan jasa dalam lembaga tersebut. Apabila produk yang ditawarkan menarik maka nasabah akan menggunakan jasa di lembaga tersebut tanpa berpikir panjang yang perlu di perhatikan oleh BMT Mitra Usaha Mulia adalah memastikan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan prinsip syariah dan aman dalam penggunaannya. Hal ini bisa menjadi faktor penentu keputusan nasabah untuk menggunakan jasa keuangan disana.

Berbuhung lokasi kantor BMT Mitra Usaha Mulia yang sangat strategis dan mudah di jangkau hal ini memberikan kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi secara langsung. Tujuan dari lokasi yang strategis adalah untuk menarik konsumen atau nasabah sebanyak mungkin dan menghasilkan keuntungan yang semaksimal mungkin yang berdasarkan dengan ketentuan syariah. Letak lokasi BMT Mitra Usaha Mulia yang begitu strategis dekat jalan raya dan pasar bisa menjadi faktor penentu bahwa lokasi dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa keuangan di BMT Mitra Usaha Mulia.

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Ibu Siti Khoiriyah kepala bagian operasional di BMT Mitra Usaha Mulia Tempel, Senin 10 April 2017 Pukul 11.05 WIB



Keputusan menjadi nasabah juga bisa di pengaruhi oleh religiusitas (agama) yang ada dalam diri. Glock dan Stark menjelaskan ada lima dimensi keberagamaan seseorang yaitu dari segi keyakinan, praktek agama, penghayatan, pengalaman dan pengetahuan agama. Kelima dimensi tersebut mencakup tingkat kereligiusan seseorang seperti halnya nasabah meninjau dari kehalalan produk yang ditawarkan oleh BMT Mitra Usaha Mulia ini termasuk kategori dimensi keagamaan karena dia menghubungkan antara pengalaman keagamaan dengan prakteknya dalam lembaga keuangan.

Dan dalam penelitian Tho'in menyebutkan bahwa dimensi kualitas terdiri dari lima faktor, yaitu: (1) *Realibility*; yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan segera dan memuaskan; (2) *Responsiveness*; yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap; (3) *Assurance*; yaitu kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan; (4) *Emphaty*; yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan; (5) *Tangibles*; yaitu fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi. Untuk meningkatkan kualitas layanan diperlukan pengetahuan strategik dalam bisnis (*business strategy*).<sup>10</sup> Hal ini diperlukan untuk meningkatkan profesionalisme dalam bidang pelayanan. Pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan nasabah akan mempengaruhi nasabah kembali untuk

---

<sup>10</sup> Tho'in Muhammad, *Pengaruh faktor-faktor kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah di BMT Takun Karanggede Boyolali*, (Salatiga: Muqtasid Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah STAIN Salatiga, Vol. 2, 2011)

bertransaksi di bank tersebut dan mampu melakukan promosi kepada orang sekitar supaya bertransaksi kepada bank yang bersangkutan.

Dari uraian yang telah peneliti paparkan, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **“Pengaruh Religiusitas, Lokasi, Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa di BMT Mitra Usaha Mulia Tempel”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang masalah yang telah diungkapkan di atas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang muncul. Adapun permasalahan tersebut sebagai berikut :

1. Persepsi masyarakat yang beranggapan bahwa lembaga keuangan syariah dan konvensional tidak ada perbedaan dan jasa yang ditawarkan juga sama.
2. Masih kurangnya informasi mengenai bank syariah atau lembaga keuangan syariah.
3. Pelayanan metode jemput bola kepada nasabah menabung dan pembiayaan yang belum optimal.

## **C. Batasan Masalah**

Penelitian ini menitikberatkan pada keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan di BMT Mitra Usaha Mulia yang dipengaruhi oleh banyak faktor. Dengan adanya banyak faktor ini, mengingat keterbatasan waktu, tenaga dan biaya maka peneliti hanya memilih empat faktor yaitu religiusitas, lokasi, produk dan pelayanan sebagai variabel bebas yang dapat mempengaruhi keputusan dari nasabah BMT untuk menggunakan jasa keuangan.

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

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis menemukan beberapa masalah yang akan dibahas, diantaranya:

1. Apakah faktor religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan di BMT Mitra Usaha Mulia ?
2. Apakah faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan di BMT Mitra Usaha Mulia ?
3. Apakah faktor produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan di BMT Mitra Usaha Mulia ?
4. Apakah faktor pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan di BMT Mitra Usaha Mulia ?
5. Apakah faktor religiusitas, lokasi, produk dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan di BMT Mitra Usaha Mulia ?

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

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai adalah:

1. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan di BMT Mitra Usaha Mulia.
2. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor lokasi terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan di BMT Mitra Usaha Mulia.

3. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor produk terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan di BMT Mitra Usaha Mulia.
4. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan di BMT Mitra Usaha Mulia.
5. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh secara simultan faktor religiusitas, lokasi, produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan di BMT Mitra Usaha Mulia.

#### **F. Manfaat penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagi peneliti:

1. Untuk mengembangkan ilmu Perbankan Syariah khususnya dalam Lembaga Keuangan Islam dari dunia praktisi.
2. Diharapkan dari penelitian ini dapat dijadikan tambahan referensi bagi para peneliti yang berminat meneliti masalah yang sama pada masa-masa yang akan datang, serta dapat menambah khasanah keilmuan dalam dunia Perbankan Syariah.

Bagi Lembaga Keuangan:

1. Hasil penelitian ini tentu akan memberikan kontribusi bagi BMT didalam menentukan strategi pemasaran, terutama setelah mengetahui faktor-faktor yang mendorong keputusan nasabah untuk memilih menggunakan jasa di BMT Mitra Usaha Mulia.

Bagi Universitas:

1. Memberikan tambahan wawasan sebelum di lepas ke dunia kerja sehingga mahasiswa mempunyai bekal kerja dan usaha.
2. Dapat digunakan sebagai bahan referensi yang dapat memberikan manfaat bagi peneliti dimasa datang yang juga tertarik untuk melakukan penelitian dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

- Ancok dan Suroso. 1994. *Psikologi Islam (Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Daradjat Zakiyah. 2005. *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Daryanto. 1997. *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*. Surabaya: Apollo Lestari.
- Darren George dan Paul Mallery. 2003. *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. Boston: Allyn & Bacon. hlm. 231. dalam Imam Machali. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif ( Panduan praktis merencanakan, melaksanakan dan analisis dalam penelitian kuantitatif)*. Yogyakarta: MPI (Managemen Pendidikan Islam).
- Duwi priyatno. 2009. *5 jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Engel, James et. 2006. *Consumer Behavior*. Mason: Permissions Department, Thamson Business & Economic.
- Etta & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian)*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Edisi kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Cetakan Pertama. Jakarta: Kencana.
- John & Michael. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Erlangga.
- Jusuf Soewandi. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- J Supranto. 2009. *Statistik Teori dan Aplikasi Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Kasmir. 2005. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo

- Kotler & Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke-8. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nawawi, Ismail. 2009. *Ekonomi Kelembagaan Syariah (Dalam Pusaran Perekonomian Global Sebuah Tuntutan Dan Realitas)*, Surabaya: Penerbit Putra Media Nusantara.
- Nur S Buchori. 2012. *Koperasi Syariah*. Tangerang Selatan: Pustaka Aufa Media.
- Machali, Imam. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan praktis merencanakan, melaksanakan dan analisis dalam penelitian kuantitatif)*. Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.
- Ranupandojo, Heidjrachman. 1990. *Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan*. Yogyakarta: Unit Penerbitan Dan Percetakan AMP YKPN.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2008. *Managemen Pemasaran*. Ed. Ke-13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Purwanto, Agus. *Panduan Laboratorium Statistik Inferensia*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Ridwan. 2009. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rivai dkk. 2012. *Islamic Banking & Finance (Dari Teori ke Praktik Bank dan Keuangn Syariah Sebagai Solusi dan Bukan Alternatif)*. Yogyakarta: BPFE.
- Ruslan, Rosadi. 2005. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian: Public Relations & Komunikasi*. Ed. 1. Cet. 3. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Xxiv, 290 hlm., 21 cm.
- Sarwono, Jonathan. 2009. *Statistik itu Mudah, Panduan Lengkap Mengajar Komputasi Statis tik Menggunakan SPSS 16*. Yogyakarta: Andi .
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Supranto. 2004. *Proposal Penelitian dengan Contoh*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press). Viii; 143 hlm.: 23 cm.
- Sarwono, Jonathan. 2012. *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta: PT Gramedia.
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zulian Yamit. 2001. *Managemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

### **Skripsi dan Tesis:**

- Abhimantra dkk. 2013. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah (mahasiswa) dalam memilih menabung pada Bank Syariah*. Jurnal. Bandung: Proceeding PESAT ( Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur dan Teknik Sipil).
- Atik Masrurroh. 2015. *Analisis Tingkat Religiusitas dan Disposable Income terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah (studi kasus Mahasiswa STAIN Salatiga)*. Skripsi. Salatiga.
- Alfi Mulikhah Lestari. 2015. *Pengaruh religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan dan pelayanan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah*. Skripsi. Malang.
- Damayanti Maysaroh. 2014. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah*. Skripsi. Yogyakarta.
- Muthia sari. 2011. *Pengaruh agama, produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri Padang*. Skripsi. Padang.
- Rara indrayaningtyas wijaya. 2008. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri Cabang Medan*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Rengganing Jatun. 2015. *Pengaruh religiusitas kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan menabung di Bank Syariah*. Skripsi. Banjarmasin.



- Tho'in, Muhammad. 2011. *Pengaruh faktor-faktor kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah di BMT Takun Karanggede Boyolali*. Muqtasid Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah STAIN Salatiga. Vol. 2, Juli 73-89.
- Tyas. 2015. *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang*. Skripsi. Salatiga.
- Yusi. 2015. *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah*. Skripsi. Universitas Alma Ata: Yogyakarta.

**Web:**

[http://id.m.wikipedia.org/wiki/penelitian\\_lapangan](http://id.m.wikipedia.org/wiki/penelitian_lapangan) diakses Rabu, 16 februari 2017 Pukul 23:20.

<http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/data-koperasi/> diakses Selasa, 21 Februari 2017 Pukul 11:52.