

Skripsi

**ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* DAN PRODUK SYARIAH
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK
TABUNGAN
(Studi Kasus Di Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta)**

Disusun Guna Memenuhi Sebagian Syarat dalam Mencapai
Gelar Sarjana di Program Studi S1 Perbankan Syariah
Universitas Alma Ata Yogyakarta



Disusun Oleh:
Erni Setyaningsih
132100009

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA
2017**

ABSTRAK

Erni Setyaningsih : Analisis Pengaruh *Marketing Mix* dan Produk syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabngan (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Universitas Alma Ata Yogyakarta, 2017.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh peningkatan jumlah minat menabung pada bank syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Marketing Mix* dan Produk Syari'ah terhadap keputusan nasabah menabung di Bank BNI Syari'ah cabang Yogyakarta.

Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah produk tabungan di Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta, dengan sampel 100 orang yang telah memenuhi kriteria pengambilan sampel dengan menggunakan *Insidental sampling* untuk pengambilan datanya. Setelah dilakukan pengujian hipotesis menggunakan program SPSS versi 20.0 *for windows*, hasil pengujian ini adalah semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Dari hasil uji-t variabel *marketing mix* (X1) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan (Y), begitu juga dengan variabel produk syariah (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan (Y).

Dari hasil uji F kedua variabel independen (*marketing mix* dan produk syariah) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Terbukti dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai f-hitung > f-tabel yaitu $264,643 > 2,70$ bernilai positif. Variabel *marketing mix* dan produk syariah memiliki kontribusi sebesar 84,5% dalam mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank BNI syariah Cabang Yogyakarta.

Kata Kunci: *Marketing Mix*, Produk Syariah, Keputusan Nasabah

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Didalam hukum Islam menjelaskan pelaksanaan lalu lintas perbankan syariah. Sehingga perbankan syariah menyediakan jasa keuangan bagi masyarakat dimana seluruh aktivitasnya dijalankan berdasarkan etika dan prinsip-prinsip islam yang bebas dari unsur bunga (*riba*), bebas dari kegiatan spekulasi non produktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari kegiatan yang merugikan (*gharar*), bebas dari perkara yang tidak sah (*bathil*), serta melarang investasi pada usaha-usaha yang dikategorikan haram atau dilarang. Seperti yang dijelaskan pada QS. Al Baqarah ayat 278:¹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkan segala sisa *riba* (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang beriman.

Maksudnya adalah jika seseorang benar-benar beriman maka tinggalkanlah *riba*. Allah SWT telah menjelaskan cara bermuamalah antara satu pihak dengan pihak lain, diperbolehkan mengambil keuntungan, sebagai ganti rugi barang jualannya. Tetapi di dalam *riba*, uang keuntungan diambil tanpa ada pengganti, dan ini merupakan salah satu perbuatan zhalim. Bank syariah dan bank konvensional memiliki tujuan yang sama yaitu menghimpun

¹ Tim Syamil Quran. 2011. *Syamil Quran Edisi Fadhilah Terjemahan dan Transliterasi*. Bandung: Syamil Quran. Hlm. 45

dan menyalurkan dana, tetapi pada bank konvensional pelaksanaannya tidak ada batasan-batasan terhadap investasi haram maupun riba.

Perbankan memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian rakyat saat ini, untuk memudahkan dan melancarkan berbagai sektor ekonomi Indonesia. Selain turut serta dalam usaha menstabilkan keadaan perekonomian Indonesia, perbankan di tiap daerah juga turut mendukung dan menciptakan iklim yang kondusif bagi usaha-usaha yang ada di wilayah tersebut.

Di Indonesia, perkembangan perbankan syariah diawali dengan berdirinya Bank Muamalat dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah pada tahun 1992 serta diikuti dengan penetapan Undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan bagi hasil diakomodasi. Kemudian pada tahun 1998 pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat melakukan penyempurnaan UU No. 7/1992 tersebut menjadi UU No. 10 Tahun 1998 menjelaskan bahwa terdapat dua sistem dalam perbankan tanah air (*dual banking System*), yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah.² Seiring berjalannya waktu undang-undang No. 10 dianggap belum spesifik, sehingga telah diubah dengan aturan baru oleh Undang-undang No. 21 Tahun 2008. Undang-undang tersebut mengatur secara khusus mengenai perbankan syariah.³ Hal ini di tandai dengan berdirinya beberapa Bank Islam lainnya, yaitu Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank BRI, Bank Mega, Bank BTN dll.

² www.Ojk.go.id, Senin, 16 Januari 2017, Pukul 09.30 WIB

³ Andri Soemitra. 2009. *Bank dan lembaga keuangan syariah*. Edisi pertama. Jakarta: Kencana. Hlm. 65

Dewasa ini jumlah perbankan syariah terus meningkat. Dapat dilihat dari tabel di bawah ini:⁴

Tabel.1.1
Jumlah Perbankan Syariah

Indikator	2013	2014	2015	2016
Jumlah Bank Umum Syariah	12	12	12	13
Jumlah B.U.K yang memiliki UUS	13	22	22	21
Jumlah BPRS	158	163	163	164
Total	192	197	197	198

Sumber : Data dan Statistik SPS Desember 2016

Dari data diatas dapat dilihat bahwa dari tahun 2013 hingga 2016 jumlah bank terus meningkat. Peningkatan tersebut, disebabkan oleh kepercayaan nasabah kepada bank syariah. Kepercayaan nasabah untuk menyimpan aset keuangannya dan kepercayaan untuk meminjam dana di bank syariah. Fungsi erat perbankan syaria'ah adalah menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat, sehingga banyak investor yang menaruh dananya di bank syari'ah, selain untuk mencari keuntungan mungkin juga ada nilai religiusitasnya.

Sebagian besar penduduk di Indonesia adalah beragama Islam, menjadi peluang bank syariah untuk meraih nasabah. Peluang tersebut telah diperkuat dengan dikeluarkannya fatwa MUI pada bulan januari 2004 tentang haramnya bunga bank. Berdirinya perbankan dengan sistem bagi hasil, didasarkan pada dua alasan utama yaitu (1) adanya pandangan bahwa bunga (*interest*) pada bank konvensional hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang

⁴ www.Ojk.go.id diakses hari Senin, 20 Februari 2016. Pukul 13.40 WIB

dilarang dalam agama, bukan saja agama islam tetapi juga oleh agama samawi lainnya, (2) dari aspek ekonomi, penyerahaan resiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan. Dalam jangka panjang sistem perbankan konvensional akan menyebabkan penumpukan kekayaan pada segelincir orang yang mempunyai kapital besar. Hal inilah yang menjadikan suatu bisnis berbasis syariah khususnya perbankan menjadi sangat penting, yaitu untuk menciptakan keadilan, menjauhkan masyarakat dari praktek-praktek riba dan menciptakan kemaslahatan umat manusia baik didunia maupun akhirat.

Dengan menyediakan berbagai layanan jasa perbankan syari'ah, bank turut aktif memperlancar berbagai kegiatan usaha yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dan instansi, bahkan usaha-usaha kecil menengah yang secara tidak langsung dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Produk yang ditawarkan oleh perbankan syari'ah juga sangat bervariasi, sehingga meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan jasa keuangan perbankan syari'ah.

Aset perbankan syari'ah saat ini sudah mencapai Rp 305,5 triliun. Hal ini dijelaskan oleh wakil ketua OJK Rahmat Waluyanto dalam artikel sebagai berikut:⁵

“Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat peningkatan aset perbankan syari'ah (Badan Usaha Syariah dan Unit Usaha Syariah) sebesar 18,49 persen (yoy), yaitu meningkat dari Rp 272,6 triliun menjadi Rp 305,5 triliun. Wakil Ketua OJK Rahmat Waluyanto mengatakan kenaikan tersebut utamanya

⁵ <https://m.tempo.co/read/news/2016/09/29/090808430/ojk-catat-kenaikan-aset-perbankan-syariah-18-49-persen>, Kamis, 9 Februari 2017, pukul 13.00 WIB

didorong oleh meningkatnya penghimpunan dana pihak ketiga sebesar 12,54 persen (yoy), atau naik dari Rp 216 triliun menjadi Rp 243 triliun.”

Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan aset perbankan syariah sebagian besar dipengaruhi oleh meningkatnya penghimpunan dana pihak ketiga. Dana pihak ketiga berupa: tabungan, giro dan deposito.

Tabel.1.2
Peningkatan Dana Pihak Ketiga

Posisi Dana Pihak Ketiga	
2012	147,5
2013	183,5
2014	217,8
2015	231,2
2016	277,8

Sumber: Data dan Statistik Badan Pusat Statistik

Pada tahun 2012, total DPK seluruh perbankan syariah di Indonesia adalah sebesar Rp 147,5 Triliun, dan meningkat menjadi Rp 183,5 Triliun di tahun 2013, Rp 217,8 Triliun (2014), Rp 231,2 Triliun (2015). Sedangkan di tahun 2016, total DPK perbankan syariah sebesar 277,8 Triliun, atau meningkat hingga 20,16 %. Peningkatan aset dan DPK ini disebabkan beberapa hal, salah satunya adalah meningkatnya jumlah nasabah bank syariah.⁶

Meningkatnya jumlah masyarakat yang menggunakan jasa keuangan perbankan syariah tidak lepas dari strategi pemasaran. Strategi pemasaran

⁶ <https://www.bps.go.id/linktabledinamis/view/id/1077> , Selasa, 13 Februari 2017, Pukul 10.00 WIB

merupakan proses merencanakan dan melaksanakan konsep, penetapan harga, promosi dan distribusi ide (hasil pemikiran), barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang dapat memuaskan tujuan individu maupun organisasi.⁷ Untuk melaksanakan pemasaran yang efektif dan efisien diperlukan strategi pemasaran yang baik, karena strategi pemasaran dapat menciptakan keinginan konsumen.⁸ Dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran, perlu adanya manajemen yang baik. Manajemen pemasaran bertujuan untuk membuat konsep pemasaran dari mulai analisa, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan kegiatan pemasaran guna mencapai tujuan. Konsep pemasaran memiliki beberapa indikator yaitu: produk, harga, promosi dan lokasi biasa dikenal sebagai bauran pemasaran atau *marketing mix*.⁹

Kelebihan dari sistem operasional perbankan syari'ah adalah pada produk syari'ah. Produk syari'ah adalah produk bank syari'ah dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syari'ah dengan tiga pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Pada tanggal 19 juni 2010, BNI Syari'ah beroperasi sebagai Bank Umum Syari'ah sebagai wujud dari komitmen pemerintah terhadap pengembangan perbankan syari'ah.¹⁰ Selain itu dibutuhkan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syari'ah.

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. Hlm. 5

⁸ Charles W. Lamb Jr. Joseph F. Hair, Jr. Dan Carl MCDaniel. 2001. *Pemasaran*. Jakarta: PT Salemba Emban Patria. Hlm. 190

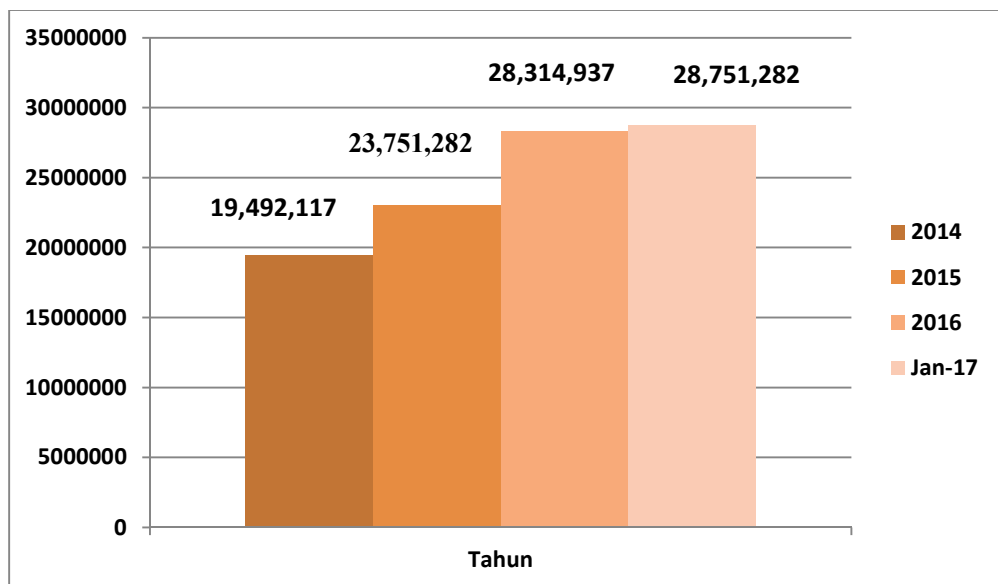
⁹ Philip kotler. 2000. *Marketing management*. Hlm 15

¹⁰ <https://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah>, Sabtu, 17 Februari 2017, Pukul 20.00 WIB

PT BNI Syari'ah cabang Yogyakarta merupakan unit usaha yang bergerak secara khusus melayani jasa perbankan berdasarkan prinsip syari'ah dengan menyediakan berbagai produk, antara lain produk tabungan, pembiayaan dan layanan. BNI Syariah berdiri sejak tahun April 2000 sebagai Unit Usaha Syariah (UUS) BNI. Pada tahun inilah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta didirikan beserta keempat kantor cabang lainnya, yaitu Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin.¹¹

Semakin berjalannya waktu, Bank BNI Syariah mulai menghasilkan laba yang cukup signifikan. Terbukti pada perbandingan total asset Bank BNI Syariah berikut ini:¹²

Gambar 1.1
Aset Bank BNI Syariah



Sumber: Laporan Keuangan Bank BNI Syariah

¹¹ Ibid, akses pada tanggal 3 Maret 2017 pukul 08.30 WIB

¹² <http://www.bnisyariah.co.id/laporan-keuangan>, akses pada tanggal 27 Maret 2017 pukul 19.00 WIB

Pada gambar 1.1 menjelaskan bahwa pada tahun 2014 total asset Bank BNI Syariah Rp 19.492.117 dengan porsi tabungan wadiah dan *non profit sharing* sebesar Rp 5.957.067. Tahun 2015 total asset tersebut mengalami kenaikan, sehingga total asset menjadi Rp 23.751.282 dengan diiringi penurunan tabungan wadiah dan *non profit sharing* menjadi Rp 5.410.669,-. Pada tahun 2016 total asset naik menjadi Rp 28.314.937,- dengan porsi tabungan wadiah dan *non profit sharing* Rp 9.423.379,-. Kemudian hingga bulan Januari 2017 posisi total asset mengalami kenaikan menjadi Rp 28.751.282 dengan porsi tabungan wadiah dan *non profit sharing* Rp 9.461.023,-. Artinya total asset Bank BNI Syariah selama tiga tahun terakhir terus mengalami kenaikan khususnya pada porsi tabungan wadiah dan tabungan non profit sharing. Hal ini menjadi daya tarik penulis untuk melakukan penelitian di Bank BNI Syariah tentang produk tabungan.

Dalam memilih suatu jasa perbankan, nasabah memiliki dua aspek untuk dipertimbangkan. Pertama aspek emosional, aspek yang berdasarkan kepada keyakinan, emosi seseorang yang bersifat subyektif dalam memilih. Contohnya seseorang memilih bank syariah karena berdasarkan keyakinan agamanya, karena seseorang itu beragama Islam, maka merasa harus memilih bank syari'ah yang sudah jelas terhindar dari *riba*, *maysir*, *gharar* dan investasi-investasi haram. Aspek selanjutnya adalah aspek rasional, yaitu aspek yang didasarkan pada hal-hal yang nyata dan dapat diterima secara obyektif. Contohnya seseorang memilih bank syari'ah karena pertimbangan segi bisnis, seperti dari segi promosi, lokasi, harga dan keberagaman produk.

Dari uraian latar belakang diatas maka peneliti bermaksud untuk mengkaji secara mendalam tentang penelitian yang berjudul “*Analisis Pengaruh Marketing Mix dan Produk Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan*” studi kasus pada Bank BNI Syariah Yogyakarta.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah bertujuan agar penelitian ini lebih efektif dan efisien Maka dari itu batasan masalah dalam penelitian ini adalah peneliti hanya melakukan penelitian terhadap dua variable independen (*marketing mix*, produk syariah) dan variabel dependen (keputusan menggunakan produk tabungan).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Marketing Mix* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta.
2. Apakah Produk Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta.
3. Apakah *Marketing Mix* dan Produk syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Marketing Mix* terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank BNI Syari'ah cabang Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh Produk Syari'ah terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank BNI Syari'ah cabang Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Marketing Mix* dan Produk Syari'ah terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank BNI Syari'ah cabang Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, hasil yang diharapkan dapat membawa manfaat yang banyak, antara lain :

1. Bagi peneliti
 - a) Untuk mendapatkan nilai tambah dengan mengadakan studi perbandingan antara teori dengan praktik lapangan, khususnya tentang manajemen promosi dalam menarik nasabah untuk memilih menabung di Bank BNI Syari'ah.
 - b) Sebagai sarana menambah wawasan dan pengetahuan mengenai ilmu-ilmu yang berkaitan tentang perbankan syari'ah.
2. Bagi Lembaga Keuangan

Dapat digunakan sebagai evaluasi manajemen pemasaran yang selanjutnya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam

memecahkan masalah dan mengambil keputusan dimasa yang akan datang.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai perbandingan khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik pada masalah yang dibahas lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus purwoto dalam skripsi Musafiq Hasim. 2013, *Analisis Pengaruh Pendidikan Danpekerjaan Terhadap Pengetahuan Produk Perbankan Syariah*. Universitas Alma Ata Yogyakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Program Studi Ekonomi Syariah.
- Ali hasan. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Andri Soemitra. 2009. *Bank dan lembaga keuang syariah*. Edisi pertama. Jakarta: Kencana.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aswar, Syarifudin. 2008. *Realibilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Brilyan Rahmat. 2011. *Pengaruh Label “Syariah” Pada Lembaga Perbankan Terhadap Jumlah Nasabah BNI Syariah Cabang Jakarta Selatan*. Skripsi. Jakarta
- Charles W. Lamb Jr. Joseph F. Hair, Jr. Dan Carl MC Daniel. 2001. *Pemasaran*. Jakarta: PT Salemba Emban Patria.
- Dedi Trisnadi, Nagdino Surip. 2010. *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Terhadap Minat Menabung di CIMB Niaga*. Jurnal.

- Etta Mamang Sangadji & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Ipendekatan Praktis: Himpunan Jurnal Penelitian*). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- http://www.bi.go.id/id/peraturan/perbankan/Pages/pbi_101608.aspx.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Perbankan_syariah
- <https://m.tempco/read/news/2016/09/29/090808430/ojk-catat-kenaikan-aset-perbankan-syariah-18-49-persen>
- <https://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah>
- <https://www.bps.go.id/linktabledinamis/view/id/1077>
- <https://www.Ojk.go.id>
- Husein Umar. 2000. *Reaseace Methods in Finance and Banking*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Husein Umar. 2004. *Metode Riset Ilmu Administrasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Multivariate Dengan Program Spss*, Cetakan IV. Semarang
- Indriantoro dan Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian bisnis*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- James F. Engel, Roger D.Blackwell dan Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Kasmir. 2004. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank* . Cet 2. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank: Edisi revisi Cetakan ke-3*. Jakarta: Kencana.

- Kasmir. 2010. *Bank dan Lembaga keuangan lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khorulyun, 2012. *Pengaruh Produk Syariah Dan Bauran Prodmosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BNI Cabang Semarang* . Skripsi. Semarang.
- M.Nur Rianto Al Arif. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta.
- Mahmud Machfoed. *Komunikasi pemasaran modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Mudrajad Kuncoro. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi 3. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad. 2000. *Sistem dan prosedur operasional bank syariah*. Yogyakarta:UII Press.
- Nofinawati. 2014. *Akad dan Produk Perbankan Syariah*. Jurnal. Padang
- Nur Widi Hastuti. 2013. *Pengaruh Bagi Hasil, Iklan, Pelayanan, Akad, Kepercayaan dan citra perusahaan terhadap kepuasan menabung mudharabah*. Skripsi. Yogyakarta
- P. Joko Subagyo. 1991. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

- Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw. 2004. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Rizqa Ramadhani Tyas. 2015. *Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Etika Bisnis Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Keuangan Syariah Di Bmt Bina Usaha Karang Jati*. Skripsi. Salatiga.
- Sentot Imam Wahyono. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metodologi Penelitian Pendekatan kualitatif, kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bandung. Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto.(2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Pers.
- Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutrisno. 1996. *Metode Research*. Yogyakarta: Penerbit Fakultas Psikologi UGM.
- Swasta Basu, T.Hani. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BFEE.

- Syaiful Islam. 2016. *Analisis Pengaruh nilai syariah dan bauran pemasaran terhadap pengambilan keputusan menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT BIF*. Skripsi. Yogyakarta
- Tim Syamil Quran. 2011. *Syamil Quran Edisi Fadhilah Terjemahan dan Transliterasi*. Bandung: Syamil Quran.
- Toni Wijaya. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. PT. Indeks.
- Yois Shofwa. 2015. *Pengaruh kualitas produk dan religiusitas terhadap keputusan nasabah produk simpanan pada BSM cabang Purwokerto*. Jurnal. Purwokerto
- Yudhi Wicaksono. *Aplikasi excel dalam menganalisis data*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Yusufia Nur Azizah Iztiqomah. 2016. *Pengaruh Marketing Mix (Produk, Harga, Tempat, Promosi) Dan Pelayanan Terhadap Produk Tabungan BSM*. Skripsi. Yogyakarta.