

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PRODUK, FASILITAS DAN
REPUTASI PERBANKAN TERHADAP MINAT
MENABUNG NASABAH PADA BANK BRI SETELAH DI
KONVERSI**

(Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Wilayah Bireuen, Aceh)

RINGKASAN SKRIPSI



Disusun Oleh:

Yolanda Jeniffer Anjani

3118 30646

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI YKPN
YOGYAKARTA
FEBRUARI 2021**

SKRIPSI

PENGARUH RELIGIUSITAS, PRODUK, FASILITAS, DAN REPUTASI PERBANKAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH PADA BANK BRI SETELAH DIKONVERSI

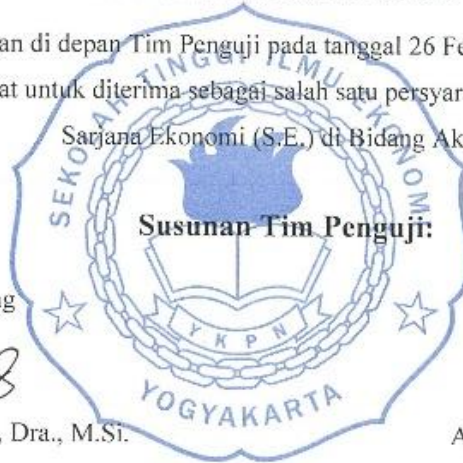
(Studi Kasus pada Nasabah Bank BRI Wilayah Bireuen, Aceh)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

YOLANDA JENIFER ANJANI

No Induk Mahasiswa: 311830646

Telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 26 Februari 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Bidang Akuntansi.



Pembimbing


Astuti Pumamawati, Dra., M.Si.

Penguji


Algifari, Drs., M.Si.

Yogyakarta, 26 Februari 2021
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Haryono Subiyakto, Dr., M.Si.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENGARUH RELIGIUSITAS, PRODUK, FASILITAS, DAN REPUTASI PERBANKAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH PADA BANK BRI SETELAH DIKONVERSI

(Studi Kasus pada Nasabah Bank BRI Wilayah Bireuen, Aceh)

Yolanda Jeniffer Anjani

3118 30646

Pada Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi

YKPN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh religiusitas terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah dikonversi. (2) Pengaruh produk terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah dikonversi. (3) Pengaruh Fasilitas terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah dikonversi. (4) Pengaruh reputasi perbankan terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah dikonversi. Pengaruh religiusitas, produk, fasilitas dan reputasi perbankan terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah dikonversi di Bireuen, Aceh. Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden yang berjumlah 115 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah dikonversi. (2) Variabel produk berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah dikonversi. (3) Variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah dikonversi. (4) Variabel reputasi perbankan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah dikonversi. (5) Variabel religiusitas, produk, fasilitas dan reputasi perbankan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah dikonversi.

Kata kunci: Religiusitas, Produk, Fasilitas dan Reputasi Perbankan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Bersumber pada Peraturan Daerah Aceh atau sering disebut Qanun Provinsi Aceh no 8 tahun 2016 tentang proses produk halal. Pada Qanun ini di jelaskan segala rangkaian usaha penjamin kehalalan pada suatu produk dalam ketersediaan bahan, cara pengolahan, cara penyimpanan dan pengemasan. Kehalalan ini juga teruji sampai tingkat pendistribusian produk, penjualan dan penyajian produk tersebut kepada masyarakat.

Perbankan sebagai bagian penyedia produk bagi seluruh masyarakat, khususnya masyarakat Aceh, juga harus dijamin kehalalannya. Peraturan Daerah Aceh ini menyebutkan bahwa setiap kegiatan usaha yang berdiri harus menyertakan sertifikat halal dari Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) Aceh. Hal ini sesuai dengan penduduk Provinsi Aceh yang mayoritas sebagai penduduk beragama islam.

Aceh yang dijuluki sebagai Serambi Mekkah menjadikan masyarakatnya mencoba melakukan semua kegiatan dengan syariat islam, berusaha untuk menghindari riba dan juga menjalankan kegiatannya berdasarkan praktik halal yang sesuai dengan peraturan daerahnya. Dalam membangun perekonomian, masyarakat Aceh menggunakan perbankan untuk kegiatan pendanaan (simpan pinjam). Terlihat pada keseharian masyarakat Aceh dalam menjalani hidup berdasarkan pada syari'at islam, hal ini bukan hanya tercermin dari pakaian yang mereka gunakan tapi juga dengan tingkah laku dalam berkehidupan sosial sehari-hari.

Dewasa ini perbankan sangat dibutuhkan oleh seluruh lapisan masyarakat di berbagai negara. Hal ini dibuktikan dengan hadirnya kantor-kantor bank pusat maupun kantor cabang di tengah-tengah masyarakat. Bank merupakan lembaga simpan pinjam sebagai penunjang hidup masyarakat. Salah satu kegiatannya adalah bank sebagai media penyaluran dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan dalam bentuk lainnya. Penyaluran yang dilakukan bank bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dana dan mengontrol dana yang terdapat di masyarakat. Dilihat dari bentuknya, bank dibedakan menjadi bank dengan sistem konvensional dan bank dengan sistem syariah.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Mengacu pada Peraturan Bank Indonesia (PBI) tahun 2009 No 11 dalam pasal 1 ayat 4 menyebutkan bahwa bank konvensional merupakan badan usaha dengan segala usahanya di jalankan dalam bentuk konvensional. Bank konvensional terbagi menjadi bank umum konvensional dan bank pengkreditan rakyat, sedangkan pada pasal 1 ayat 1 bank syariah merupakan bank yang kegiatannya dijalankan dalam asas-asas syariah dan prinsip syariah. Bank syariah dapat dibagi menjadi bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Bank yang bergerak dalam usaha konvensional telah banyak dikenal bahkan digunakan oleh setiap orang di banyak daerah, sedangkan yang bergerak dalam prinsip syariah dan asas-asas syariah masih banyak yang belum menarik perhatian masyarakat.

Berdasarkan Undang-Undang tahun 2008 No 12 dalam pasal 5 ayat 6 menjelaskan jika bank dengan sistem konvensional diberikan hak untuk merubah sistem dan usahanya menjadi bank syariah, sedangkan dalam pasal 5 ayat 7 menyebutkan bank syariah tidak diberikan hak dalam perubahan kegiatan usahanya menjadi bank konvensional. Lembaga keuangan adalah bentuk usaha yang memberikan jasa dengan cara mengumpulkan dana dari masyarakat lalu menerukannya kembali kepada masyarakat dan mendapatkan keuntungan berupa bunga atau persentase. Lembaga keuangan sebagai media yang memberikan jasa memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat likuiditas : Manfaat ini berkaitan dengan kemampuan dalam mendapatkan uang tunai dengan tujuan mengurangi kekhawatiran terhadap berkurangnya ketersediaan uang tunai di masyarakat.
2. Pengalihan aset : Pengalihan aset ini adalah bank memberikan pinjaman dana kepada pihak lain dengan tujuan untuk dikelola. Pinjaman ini bersumber dari tabungan atau simpanan masyarakat pada bank.
3. Realokasi pendapatan : Pada manfaat ini, masyarakat yang menyimpan dananya pada bank dengan tujuan dapat digunakan dengan mudah pada masa yang akan datang.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. Kemudahan transaksi : Peran lembaga keuangan memberikan jasa yang mempermudah masyarakat saat melakukan segala kegiatan yang berhubungan dengan keuangan.

Lembaga keuangan dapat dibagi menjadi lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan konvensional adalah suatu badan yang menjalankan segala usahanya secara konvensional, dengan memberikan jasa dalam pembayaran secara umum berdasarkan ketentuan dan prosedur yang sudah ditetapkan, sedangkan lembaga keuangan syariah adalah suatu badan yang menjalankan ketentuan dan prosedurnya berdasarkan pada asas-asas dan prinsip syariah.

Berdasarkan jenisnya lembaga keuangan terbagi lagi menjadi dua, yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Lembaga keuangan bank termasuk didalamnya bank umum yang dapat bergerak dengan cara konvensional maupun syariah dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) juga dengan prinsip konvensional maupun syariah. Lembaga keuangan dengan sistem syariah terbagi juga menjadi dua, yaitu bank dan non bank. Lembaga keuangan termasuk dalam bank adalah Unit Usaha Syariah (UUS), Bank Umum Syariah (BUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), sedangkan yang termasuk lembaga keuangan non bank adalah *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT), Asuransi Syariah, dan lain-lain

Dalam praktiknya, bank yang telah menjalankan praktik syariah di Indonesia adalah Bank Pembangunan Daerah (BPD) Aceh. Pada tahun 2015 atau tepatnya tanggal 25 mei BPD Aceh melalui Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) berkomitmen untuk merubah kegiatan usahanya dari sistem atau bentuk usaha konvensional menjadi syariah. Pada saat proses konversi dibentuknya tim konversi yang dikoordinasikan langsung dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI).

Pada tanggal 1 September 2016 Bank Aceh mendapat izin untuk merubah kegiatan usahanya menjadi syariah, perubahan ini diperoleh atas keputusan Dewan Komisaris OJK Nomor: KEP-44/D.03/2016. BPD Aceh memulai untuk merubah kegiatan usahanya saat usia 42 tahun. Keputusan terkait pengkonversian Bank Aceh ini sesuai dengan (PBI) Nomor:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

11/15/PBI/2019 perihal berubahnya kegiatan usaha pada bank konvensional menjadi bank syariah. Bank Aceh pada 19 september 2016 secara sah melakukan kegiatannya secara serentak di seluruh unit kerja. Kehadiran bank syariah di Aceh berharap dapat berdampak baik bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat sekarang dan masa yang akan datang.

Perubahan sistem konvensional menjadi syariah ini disambut dengan sangat baik oleh masyarakat Aceh, khususnya wilayah Bireuen. Hal ini sejalan dengan aturan yang mengikat pada masyarakat wilayah Bireuen. Perubahan ini mengakibatkan *market share aset* pada bank syariah yang mampu melewati hingga angka 5% yang dimana pada masa sebelum konversi ini dilakukan selalu berada di bawah 5%.

Sebagai media pendukung dalam perekonomian masyarakat wilayah Bireuen, bank umum syariah menjadi tolak ukur untuk bank-bank lain dalam mengkonversikan dirinya menjadi bank syariah. Walaupun dalam tahap pengkonversian itu sendiri masih membutuhkan waktu, namun terlihat hingga sekarang banyak pengonversian bank yang terjadi di wilayah Bireuen.

Salah satu bank yang belum sepenuhnya melakukan konversi di wilayah Bireuen adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI), sesuai dengan kabar *bisnis.com* bank BRI akan menargetkan pengkonversiannya selesai pada tahun 2020 ini. Mengacu pada Qanun Aceh yang telah ditetapkan, Bank BRI di wilayah Bireuen akan melakukan konversi tersebut dengan cara akselerasi.

Langkah awal yang dilakukan oleh bank BRI dalam mengubah menjadi syariah adalah menyatukan kantor konvensional dengan kantor syariah, hal ini bertujuan untuk memudahkan nasabah berpindah tabungan dari konvensional menjadi syariah. Berdasarkan pada visi bank BRI yang selalu memberikan kepuasan bagi nasabah, bank BRI menyediakan banyak layanan bagi nasabahnya. Salah satu layanan yang diberikan adalah banyaknya pilihan tabungan yang dapat dipilih langsung oleh nasabah sesuai dengan kebutuhan nasabah atau direkomendasikan langsung oleh petugas bank BRI itu sendiri.

Komitmen bergabung nasabah dalam suatu bank dilihat dari minat nasabah terhadap produk yang ditawarkan oleh bank. Minat ini di dasari oleh beberapa faktor yang menjadi tolak ukur nasabah pada saat memilih produk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Minat merupakan unsur yang sangat penting berkaitan langsung dengan kepribadian sebagai penentu dalam mengambil keputusan dan berpengaruh untuk masa yang akan datang.

Minat merupakan kecenderungan secara individu yang disebabkan oleh ketertarikan terhadap suatu obyek. Rasa minat tersebut ditandai dengan rasa suka, jadi dapat dikatakan jika seseorang berminat terhadap sesuatu maka seseorang itu juga akan merasa suka kepada obyek tersebut (Suryabrata, 1988:109). Adapun faktor yang mempengaruhi minat seseorang menurut Crow (1973:22) adalah *Inner Urge*, *Social motive*, dan *emosional*. *Inner Urge* dengan kata lain adalah faktor pendorong dari dalam, yaitu rangsangan yang timbul dari lingkungan luar yang juga disesuaikan oleh keinginan dan kebutuhan dari individu tersebut. Misalnya kecenderungan menabung, hal ini dilakukan oleh individu karena ketertarikan terhadap barang yang ingin dimiliki atau sebagai investasi di masa yang akan datang. *Sosial motive* merupakan minat dari seseorang terhadap suatu obyek, dipengaruhi oleh diri manusia sendiri dan dipengaruhi oleh faktor social. Contohnya seperti minat seseorang ingin berprestasi.

Pada *emotional factor* merupakan faktor yang mempunyai pengaruh terhadap obyek, misalnya seperti langkah-langkah untuk mencapai kesuksesan yang digunakan oleh individu atau seseorang dalam suatu kegiatan tertentu sebagai pembangkit semangat atau kuatnya minat dalam kegiatan tersebut. Jenis minat terbagi menjadi 2, yaitu minat subyektif dan minat obyektif (Milton, 1961:397). Minat secara subyektif merupakan perasaan yang timbul dari pengalaman-pengalaman individu yang memberikan sifat menyenangkan, sedangkan minat obyektif yaitu reaksi yang timbul dan merangsang diri individu untuk melaksanakan suatu kegiatan. Dalam praktiknya minat obyektif begitu sering dilakukan oleh individu, salah satunya sebagai pendorong dalam bergabung dan menabung pada bank. Hal ini juga didorong oleh motivasi yang kuat dari dalam diri individu, hingga sampai individu tersebut melakukan kegiatan untuk memenuhi tujuan yang diinginkannya. Motivasi ini dapat dikatakan sebagai rencana terhadap tercapainya kesuksesan dan menghindari kegagalan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kegiatan menabung sudah lama dilakukan oleh masyarakat, mulai dari cara tradisional hingga modern. Menabung merupakan implementasi dari ajaran islam yang sudah dicontohkan oleh umat terdahulu dan sudah terbukti dijalankan, hal ini dijelaskan dalam surah Yusuf. Oleh sebab itu, kegiatan ini harus dijalankan menurut syariah islam dengan menghindari riba, tidak kenal dengan konsep nilai waktu uang (*time-value of money*), juga tidak diperkenankan untuk dua harga dalam satu barang, dan tidak memperkenankan dua akad dalam satu transaksi.

Menabung tidak hanya dapat dilakukan oleh seseorang yang telah berpenghasilan saja, namun anak-anak umur diatas 3 tahun sudah diajarkan untuk menabung sedini mungkin. Minat dalam menabung merupakan kegiatan yang masih dikesampingkan oleh remaja-remaja pada saat ini, karena dilihat begitu banyaknya kebutuhan yang harus mereka penuhi untuk mengikuti *trend* saat ini. Menabung seharusnya menjadi kegiatan yang digemari atau sering dilakukan, karena dampaknya begitu besar untuk masa yang akan datang.

Rasa seseorang untuk menabung pada bank yang bergerak dengan prinsip syariah salah satu faktornya adalah religiusitas. Religiusitas ini adalah prinsip yang telah dibangun oleh setiap orang untuk menjadikan dirinya melakukan segala aktifitas dengan berbasis syariah atau islam. Seseorang dengan agama yang kuat, pasti akan memilih atau lebih mementingkan segala kegiatan dan keputusan yang diambil juga berdasarkan pada ajaran-ajaran agama. Religiusitas merupakan cakupan kejadian yang terdapat pada seseorang yang dapat mendorong dirinya untuk memutuskan sesuatu, bersikap, berkelakuan, dan berbuat sesuai dengan yang diajarkan oleh agamanya (Muchlis, 2011). Suhartanto (2018) mengatakan bahwa pengaruh dari faktor religiusitas menjadi dominan sebagai pendorong seseorang untuk mendapatkan manfaat baik barang maupun jasa yang terdapat pada bank syariah, sedangkan bagi calon nasabah faktor religiusitas ini adalah keadaan yang mngajak seseorang untuk menabung pada bank syariah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Yayan Fauzi (2010) memperoleh hasil jika faktor religiusitas tidak memberikan pengaruh terhadap minat menabung pada seseorang, namun berbeda jika dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Desi Fatmawati (2015) hasilnya menunjukkan jika faktor religiusitas merupakan faktor yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan seseorang untuk menabung di bank syariah. Menurut fenomena tersebut peneliti berencana untuk meneliti faktor religiusitas terhadap minat menabung nasabah Bank BRI wilayah Bireuen.

Produk merupakan faktor kedua pada penelitian ini, faktor ini sebagai penentu bagi calon nasabah untuk menggunakan perbankan syariah dan sebagai penentu bagi nasabah yang telah menggunakan perbankan syariah untuk tetap menggunakan perbankan syariah. Produk merupakan strategi bagi perbankan untuk memperoleh nasabah. Produk dimata konsumen adalah suatu benda yang memberi manfaat juga kegunaan yang ditawarkan oleh pasar sebagai daya tarik konsumen untuk membeli dan digunakan sebagai pemenuh kebutuhan dan keinginan. Produk adalah salah satu hal yang menjadi pembanding antara perbankan yang satu dengan perbankan yang lain. Keberagaman dalam produk yang ditawarkan perbankan saat ini menjadikan nasabah harus menyeleksi dengan baik bank syariah mana yang sesuai dengan kebutuhan juga keinginan dari nasabah.

Pada analisis yang dilakukan oleh Chusnul Khotomah (2015) dan Muasyaroh (2013) menghasilkan data tidak adanya pengaruh yang signifikan variabel produk terhadap keputusan nasabah dalam menabung pada bank syariah. Variabel produk merupakan faktor yang melatarbelakangi keputusan untuk menabung, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah (2008) dan penelitian yang dilakukan oleh Fauzi dan Anisa Pulungan (2015) hasilnya mengatakan bahwa terdapat pengaruh positif serta signifikan variabel produk terhadap minat menabung pada masyarakat.

Faktor lain yang juga memicu ketertarikan seseorang untuk menabung pada bank adalah dari fasilitas yang diberikan oleh bank tersebut. Fasilitas adalah faktor pemicu kepuasan pada konsumen. Fasilitas yang diberikan perbankan ini dapat secara langsung atau tidak langsung diberikan oleh bank kepada nasabah. Fasilitas secara langsung dapat dilihat dengan tersedianya mesin anjungan tunai mandiri (ATM) di beberapa tempat seperti rumah sakit, supermarket, dan pombensin, sedangkan untuk fasilitas tidak langsung adalah dengan pemberian fasilitas saat nasabah melakukan transaksi atau menabung

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pada bank syariah. Fasilitas ini menunjang nasabah untuk mempermudah dalam transaksi, hal ini akan menjadikan nasabah puas karena telah menggunakan produk dari perbankan syariah.

Analisis yang dilakukan oleh Junaidi (2015) hasilnya mengatakan bahwa fasilitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung nasabah pada bank syariah, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Noor dan Sanrego (2011) mereka mengatakan variabel fasilitas sangat berpengaruh negatif terhadap preferensi masyarakat untuk memilih menabung pada bank syariah di DKI Jakarta.

Faktor reputasi perbankan juga mempengaruhi masyarakat untuk menabung pada suatu perbankan. Reputasi dapat menjadi faktor yang harus sangat diperhatikan oleh perbankan, Karena reputasi ini menjadi salah satu penyebab keputusan bagi nasabah untuk jadi atau tidaknya dalam menabung pada perbankan. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardayati (2016) ia menjelaskan bahwa reputasi perbankan ini memiliki pengaruh yang sangat penting saat menjalin kerjasama antara bank dengan nasabah. Perbankan yang memiliki reputasi baik sudah pasti selalu dicari oleh nasabah sebagai media untuk menyimpan uangnya. Masyarakat akan mempercayai tempat untuk menyimpan uangnya kepada perbankan yang memiliki catatan dengan reputasi yang baik. Kewajiban untuk membuat catatan dengan reputasi yang baik adalah tugas dari seluruh anggota perusahaan. Membuat reputasi perbankan baik bukan suatu hal yang mudah, bahkan menghilangkannya reputasi perbankan itu lebih mudah dibandingkan dengan usaha untuk membangun reputasi tersebut. Menurut Nova (2011:307) mengatakan bahwa reputasi perbankan dapat dengan mudah hancur begitu saja dengan sebuah pemberitaan yang buruk menyangkut nama baik perusahaan. Kasus-kasus yang bisa saja terjadi oleh perbankan, dapat memicu menurunnya tingkat kepercayaan oleh nasabah. Reputasi perbankan ini faktor yang berpengaruh terhadap perilaku dan ketetapan dari konsumen karena layanan yang diberikan oleh bank memiliki sifat tidak berwujud (Rosa, 2012:400).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Abimantra (2013:177) dan Abdullah (2017:445) hasil penelitian mereka mengatakan bahwa faktor reputasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, namun berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Syaima (2017:17) bahwa reputasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan nasabah untuk menggunakan tabungan bank syariah.

Pada faktor-faktor yang telah uraikan diatas, peneliti berencana meneliti ketertarikan nasabah untuk menabung pada bank BRI setelah dikonversi menjadi bank BRI Syariah di wilayah Bireuen berdasarkan pada faktor-faktor tersebut. Hal ini menjadi ketertarikan peneliti karena masyarakat daerah Bireuen, Aceh terlihat sebagai masyarakat yang melakukan segala kegiatan dengan berlandaskan islam. Pola tingkah laku yang mereka miliki sebagian merupakan ciri-ciri tingah laku yang islami. Tingkah laku tersebut tercermin dari pakaian yang mereka gunakan sehari-hari dan terlihat pada sikap kesehariannya. Acuan pada penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Ananggadipa Abimantra dan kawan-kawan (2013) dengan judul faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah (mahasiswa) dalam memilih menabung pada bank syariah. Pada penelitian tersebut Ananggadipa Abimantra memilih mahasiswa Universitas Gunadharma sebagai narasumber. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menjadikan masyarakat Bireuen yang menggunakan Bank BRI sejak sebelum dikonversi sampai setelah dikonversi menjadi Bank Syariah sebagai narasumber.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah di konversi.
2. Apakah produk berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah di konversi.
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada bank BRI setelah di konversi.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. Apakah reputasi perbankan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada bank BRI setelah di konversi.

TINJAUAN PUSTAKA

Konversi Perbankan

Menurut KBBI banyak yang menjelaskan maksud dari kata konversi, salah satunya adalah konversi merupakan perubahan suatu sistem pengetahuan menuju sistem lain yang lebih baik. Konversi ini adalah konversi yang dilakukan oleh perbankan. Bank melakukan konversi dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas bagi para nasabahnya. Peningkatan kualitas dapat dilakukan melalui kualitas pelayanan, harga untuk setiap produk dan informasi keunggulan yang diperoleh nasabah saat menggunakan layanan perbankan. Mengacu pada PBI No. 8/3/PBI/2006 pasal 2 ayat (1) menjelaskan jika bank yang boleh mengkonversikan dirinya hanya bank konvensional menjadi bank syariah, namun untuk bank yang menggunakan sistem syariah tidak dapat mengubah sistemnya menjadi bank konvensional.

Bank Syariah

Undang-undang No. 10 Tahun 1998 yang di revisi menjadi Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 mengenai perbankan syariah, Undang-Undang ini mengungkapkan makna dari bank syariah adalah bank yang melakukan segala aktivitasnya berdasarkan pada prinsip syariah. Prinsip syariah yaitu prinsip selaras dengan yang telah ditulis dalam Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumber hukumnya.

Minat Menabung

Menurut Kotler (2002:78) minat adalah gambaran tentang situasi seseorang sebelum mereka melakukan tindakan dan ini juga sebagai prediksi seseorang dalam berperilaku dan bertindak. Minat menabung diasumsikan dengan minat membeli yang dilakukan oleh individu akibat dari merespon suatu obyek.

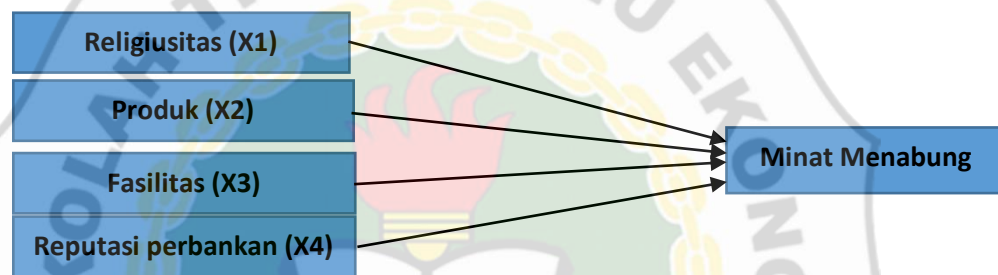
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut Kurnia (2013:60) minat menabung adalah tindakan nasabah dalam membeli suatu produk, dimana produk tersebut sebelumnya telah dipertimbangkan terkait manfaat apa yang didapat saat kita membeli dan informasi-informasi terkait dengan produk tersebut.

OBJEK PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil objek penelitian Bank Rakyat Indonesia Syariah yang terdapat di Aceh dengan alamat Jl. Medan-Banda Aceh, Bireuen, Aceh.

MODEL PENELITIAN



Gambar 1.1 Model Penelitian

Sumber: Diolah Oleh Peneliti

SUMBER DATA

a. Data Primer

Data primer didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner atau angket melalui google form kepada masyarakat-masyaraat Aceh khususnya daerah Bireuen yang menggunakan Bank BRI saat sebelum di konversi sampai di konversi menjadi Bank BRI Syariah. Pertanyaan yang diberikan terkait dengan pengaruh-pengaruh seperti religiusitas, produk, fasilitas dan reputasi perbankan terhadap minat menabung di Bank BRI setelah di Konversi.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini mencakup jurnal ilmiah dengan topic yang sama sebagai referensi penelitian terdahulu, dan atrikel.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

a. Kuesioner/Angket

Kuesioner berisikan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada narasumber berguna untuk peneliti dalam memperoleh data terkait topik yang sedang diteliti. Kuesioner di sebarakan kepada peneliti secara online melalui google form kepada narasumber yang terkait dengan topik penelitian.

b. Studi Kepustakaan

Penelitian ini didukung oleh studi kepustakaan seperti mempelajari melalui buku-buku atau literatur yang berkaitan dengan pengaruh religiusitas, produk, fasilitas dan reputasi perbankan.

METODE DAN TEKNIK ANALISIS DATA

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh religiusitas, produk, fasilitas dan reputasi perbankan terhadap minat menabung pada Bank BRI setelah di Konversi dengan menggunakan data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2010) analisis data dengan metode kuantitatif deskriptif merupakan aktivitas mengumpulkan data melalui angka-angka dan angka tersebut diolah menggunakan SPSS agar dapat diambil kesimpulan kemudian kesimpulan tersebut di deskripsikan oleh peneliti agar memudahkan bagi pembaca mengetahui maksud dari angka tersebut pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI Setelah Dikonversi

Pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa religiusitas dalam penelitian ini memiliki nilai t hitung sebesar 3,306 lebih besar dari t tabel 1,98177 dan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil ini, maka hipotesis pertama (H1) yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel religiusitas terhadap minat menabung nasabah Bank BRI setelah dikonversi **diterima**.

Adapun untuk melihat variabel religiusitas memberi pengaruh terhadap minat menabung nasabah adalah pada nilai Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Pada kolom tersebut tertulis untuk variabel religiusitas sebesar 0,257 atau sebesar 25,7%. Artinya besarnya pengaruh religiusitas terhadap minat menabung masyarakat Bireuen, Aceh adalah 25,7%. Hasil tersebut menunjukkan hasil yang positif atau baik bagi para nasabah untuk menabung pada Bank BRI Syariah.

Responden pada penelitian ini merupakan masyarakat wilayah Bireuen, Aceh yang menggunakan Bank BRI sejak awal Bank BRI belum dikonversi sampai Bank BRI dikonversi menjadi Bank BRI Syariah. Kesadaran masyarakat untuk tetap menabung pada Bank BRI ini merupakan bentuk masyarakat dalam menjalankan syariat islam. Hal ini menjadikan variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung pada Bank BRI Syariah. Berpengaruh positif dan signifikan religiusitas pada penelitian ini juga sejalan dengan masyarakat Bireuen, Aceh yang menjalankan segala kegiatan berdasarkan pada syariat islam, bukan hanya dalam berpakaian namun dalam memilih menabung pada tabungan syariah. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Anangadipa Abimantra dkk (2013) bahwa variabel religiusitas adalah salah satu variabel yang berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menggunakan responden seluruh masyarakat Bireuen,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Aceh yang menggunakan Bank BRI Syariah dan tempat pada saat pengambilan sampel di daerah Bireuen, Aceh.

2. Pengaruh Produk terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI Setelah Dikonversi

Pada pengujian yang telah dilakukan menunjukkan hasil produk dalam penelitian ini memiliki nilai t hitung sebesar 1,780 terlihat nilai ini lebih besar dari nilai t tabel 1,98177 dengan tingkat signifikansinya sebesar 0,078 lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil ini, maka hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel produk terhadap minat menabung nasabah Bank BRI setelah dikonversi **ditolak**.

Adapun untuk melihat variabel produk memberi pengaruh terhadap minat menabung nasabah adalah terlihat pada nilai Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Pada kolom tersebut tertulis untuk variabel produk sebesar 0,132 atau sebesar 13,2%. Artinya besarnya pengaruh produk terhadap minat menabung masyarakat Bireuen, Aceh adalah 13,2%. Hasil tersebut menunjukkan hasil yang positif dan baik baik terhadap produk sebagai respon masyarakat Bireuen dalam menabung pada Bank BRI Syariah.

Responden pada penelitian ini merupakan masyarakat wilayah Bireuen, Aceh yang menggunakan Bank BRI sejak awal Bank BRI belum dikonversi sampai Bank BRI dikonversi menjadi Bank BRI Syariah. Ketersediaan produk yang beragam dengan tujuan untuk ditawarkan oleh Bank BRI Syariah kepada nasabah menjadi pengaruh terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah dikonversi.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menunjukkan bahwa nasabah berminat untuk menabung di Bank BRI setelah dikonversi disebabkan oleh produk-produk yang ditawarkan dan diinformasikan oleh bank BRI tersebut, melainkan oleh sebab lain seperti religiusitas dan reputasi perbankan sesuai dengan hasil yang telah diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Khariska Afriadi (2016) pada penelitiannya tersebut menunjukkan bahwa variabel produk tidak memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat menabung nasabah pada bank syariah dikarenakan minimnya pengetahuan dan informasi terkait produk yang disediakan oleh perbankan syariah. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini mengambil responden seluruh masyarakat Bireuen, Aceh yang menggunakan Bank BRI Syariah dan tempat pada saat pengambilan sampel berada di Bireuen, Aceh.

3. Pengaruh Fasilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI Setelah Dikonversi

Pada pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa fasilitas dalam penelitian ini memiliki nilai t hitung sebesar 0,409 hasil ini lebih kecil dari nilai t tabel 1,98177 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,683 lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel fasilitas terhadap minat menabung nasabah Bank BRI setelah dikonversi **ditolak**.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Adapun untuk melihat variabel fasilitas memberi pengaruh terhadap minat menabung nasabah adalah terlihat pada nilai Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Pada kolom tersebut tertulis untuk variabel fasilitas sebesar 0,027 atau sebesar 2,7%. Artinya besarnya pengaruh fasilitas terhadap minat menabung masyarakat Bireuen, Aceh adalah 2,7%. Hasil tersebut menunjukkan hasil yang positif namun tidak terlalu baik terhadap respon terkait variabel fasilitas sebagai faktor dalam minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah dikonversi.

Responden pada penelitian ini adalah nasabah yang termasuk sebagai masyarakat wilayah Bireuen, Aceh yang menggunakan Bank BRI sejak awal Bank BRI belum dikonversi sampai Bank BRI dikonversi menjadi Bank BRI Syariah. Fasilitas perbankan pada penelitian ini seperti tempat parkir kendaraan, ruang tunggu yang nyaman dan bersih, alat tulis dan formulir yang disediakan saat nasabah ingin memulai atau memindahkan tabungannya menjadi syariah dan ketersediaan ATM pada tempat-tempat umum tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI syariah. Hasil ini seperti yang terlihat di lapangan bahwa ketersediaan ruang tunggu pada Bank BRI Syariah yang minim dan ketersediaan ATM yang tidak begitu banyak pada lokasi-lokasi yang penting untuk tersedianya ATM seperti rumah sakit, swalayan dan lain-lain.

Ketersediaan mesin ATM juga sering tidak dapat digunakan, bisa karena mesin error dan tiba-tiba mati atau bisa karena tidak terdapat uang didalamnya, jadi menyebabkan masyarakat tidak dapat menarik tunai pada mesin ATM dan hanya bisa digunakan untuk mentransfer

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

antar bank atau bank lain. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Wandira (2018) pada penelitian tersebut variabel fasilitas menghasilkan data bahwa tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada Bank Syariah, namun terdapat perbedaan terhadap penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anangadipa Abimantra (2013) dalam penelitiannya menghasilkan data bahwa variabel fasilitas mempengaruhi nasabah untuk minat menabung pada bank BRI.

Peneliti menyimpulkan bahwa nasabah memilih tetap menabung pada Bank BRI setelah dikonversi karena adanya pengaruh religiusitas dan reputasi perbankan yang baik sesuai dengan penelitian ini, untuk variabel fasilitas tidak memberikan pengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini berlokasi di Bireuen, Aceh dengan sampel masyarakat wilayah Bireuen, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Wandira berlokasi di Bandar Lampung dan penelitian yang dilakukan oleh Anangadipa Abimatra menjadikan mahasiswa Universitas Gunadarma sebagai sampel.

4. Pengaruh Reputasi Perbankan terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI Setelah Dikonversi

Pengujian menunjukkan variabel reputasi perbankan memiliki nilai t hitung 6,499 yang mana hasil ini lebih besar dari t tabel 1,98177 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat (H_4) **diterima**.

Adapun untuk melihat variabel reputasi perbankan memberi pengaruh terhadap minat menabung nasabah adalah terlihat pada nilai

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Pada kolom tersebut tertulis untuk variabel reputasi perbankan sebesar 0,549 atau sebesar 54,9%. Artinya besarnya pengaruh reputasi perbankan terhadap minat menabung masyarakat Bireuen, Aceh adalah 54,9%. Hasil tersebut menunjukkan hasil yang positif atau baik bagi para nasabah untuk menabung pada Bank BRI Syariah.

Responden pada penelitian ini adalah nasabah Bank BRI yang termasuk sebagai masyarakat wilayah Bireuen, Aceh yang menggunakan Bank BRI sejak awal Bank BRI belum dikonversi sampai Bank BRI dikonversi menjadi Bank BRI Syariah. Reputasi perbankan merupakan faktor terpenting bagi perbankan untuk memperoleh kepercayaan dari nasabahnya, dengan nasabah percaya bahwa reputasi bank baik maka nasabah akan tetap memilih untuk menabung atau bertransaksi pada perbankan tersebut.

Sementara itu dengan berlandaskan pada aturan-aturan yang tercantum pada agama islam dalam menjalankan aktivitasnya di wilayah Bireuen, reputasi perbankan menjadi lebih baik karena keberadaan bank dengan berlandaskan islam cocok dengan keadaan masyarakat Bireuen yang juga menjalankan segala sesuatu dengan berlandaskan pada syariat islam. Apabila bank dapat berjalan dengan menambah kualitas pada pelayanan dan juga fitur yang memuaskan mungkin dapat menambah ketertarikan nasabah untuk menabung pada Bank Syariah. Hasil ini sama jika dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ananggadipa Abimantra dkk (2013) bahwa reputasi perbankan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini menjadikan masyarakat wilayah Bireuen sebagai responden, sedangkan penelitian sebelumnya menjadikan mahasiswa universitas Gunadarma.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada analisis data terhadap penelitian yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Produk, Fasilitas, dan Reputasi Perbankan terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI Setelah Dikonversi” memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Religiusitas memiliki pengaruh terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah dikonversi.
2. Produk tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah dikonversi.
3. Fasilitas tidak memiliki terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah dikonversi.
4. Reputasi Perbankan memiliki pengaruh terhadap minat menabung nasabah pada Bank BRI setelah dikonversi.

SARAN

1. Bagi Perusahaan

Terlihat pada hasil yang telah didapatkan oleh peneliti bahwa religiusitas, produk, dan reputasi perbankan pada Bank BRI wilayah Bireuen memiliki pengaruh positif dan signifikan, sedangkan pada faktor fasilitas memperoleh hasil tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung oleh nasabah. Dalam hal ini agar masyarakat wilayah Bireuen tetap berminat untuk menabung atau menggunakan produk dan jasa pada Bank BRI Syariah, Bank BRI

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Syariah wilayah Bireuen harus menambah kualitasnya pada fasilitas yang diberikan kepada nasabah. Penambahan kualitas terhadap fasilitas menjadi lebih baik, membuat masyarakat merasa nyaman dan puas sehingga dapat menambah minatnya dalam menabung pada Bank BRI Syariah wilayah Bireuen.

2. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bisa dikembangkan dengan menambah faktor-faktor lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung pada Bank BRI Syariah wilayah Bireuen. Penambahan faktor lain seperti pelayanan, promosi, keamanan dan lain-lain yang dirasa bagi peneliti selanjutnya dapat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung pada Bank BRI Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abimantra, Anangadipa dkk. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah. Proceeding PESAT, 5. ISSN: 1858 2559. 170-172.
- Adisaputro. 2014. Manajemen Pemasaran, Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran. Yogyakarta: UPP Seklah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Admin. 2008. Undang-Undang NO 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan SYariah. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Pages/Undang-Undang-Nomor-21-Tahun-2008-Tentang-Perbankan-Syariah.aspx#:~:text=Undang%20Undang%20Nomor%2021%20Tahun%202008%20Tentang%20Perbankan%20Syariah,-16%20Juli%202008&text=Mengatur%20tentang%20prinsip%20syariah%20yang,ekonomi%20dan%20prinsip%20kehati%20Dhatian.&text=Sjumlah%20larangan%20bagi%20bank%20syariah,syariah%20juga%20diatur%20dalam%20babini>.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Admin. 2015. Pengertian Kepuasan Pelanggan Dari Para Ahli. Retrieved from <http://adityolaksono26.blogspot.com/2015/03/pengertian-kepuasan-pelanggan-dan.html>

Admin. 2016. Keunggulan Tabungan BRI Syariah. Retrieved from <https://tipsserbaserbi.blogspot.com/2014/05/keunggulan-tabungan-bri-syariah.html>

Admin. 2017. Bank Aceh Setelah Setahun Dikonversi. Retrieved from <https://www.bankaceh.co.id/?p=2456>

Admin. 2017. Peraturan Bank Indonesia No. 8/3/PBI/2006. Retrieved from <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/137826/peraturan-bi-no-83pbi2006>

Admin. 2019. Rekomendasi Tabungan Bank BRI Syariah. Retrieved from <https://www.gobear.com/id/blog/personal-finance/5-rekomendasi-tabungan-bri-syariah-untung-dan-bebas-riba>

Admin. 2020. Berita Serambi Tentang Perubahan Bank Aceh Menjadi Bank Syariah. Retrieved from <https://aceh.tribunnews.com/2020/03/02/bank-aceh-pelopor-ekonomi-syariah>

Agustianto. 2002. *Percikan Pemikiran Ekonomi Islam*. Bandung: Cipta Pustaka Media.

Algifari. 2016. *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN

Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dan Teori ke Praktik*. Jakarta: Insani Press

Aziz, Sisnanto. 2001. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Reputasi (Studi Pada Bank Mandiri Purwokerto). *Thesis*. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro. Semarang.

Buchari, Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Crow & Crow. 1973. *An Out Line Of General Psychology*. Surabaya: PT Bina Ilmu
- Djamaludin. 2008. *Psikologi Agama dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press
- Fatmawati, Desy. 2015. Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Wahid Hasyim di SLEman: Studi Kasus Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Wahid Hasyim. *Skripsi*. Program Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta
- Fauzi, Yayan. 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Perbankan Syariah : Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. *Skripsi*. Program Sarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta
- Ferdinan. 2002. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghufron dan Risnawita. 2010. *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media Group
- Hirmawan, Muh Risky Adi. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah: Studi Kasis Pada Perguruan: Studi Kasus Pada Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta. *Skripsi*. Program Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta
- Indi, Irnawati. 2019. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat di Kecamatan Rapocchini Kota Makasar). *Skripsi*. Program Sarjana
- Ismail. 2013. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Prenadamedia.
- Jalaluddin. 2012. *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kasmir. 2016. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kautsar, Sinathrya Al. 2019. Pengaruh Konversi Bank Konvensional Menjadi Bank Syariah Terhadap Risiko Kebangkrutan. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 8.6. ISSN: 2337-3067. 551-556

Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran edisi millennium jilid 2*. Jakarta: PT. Prenhallindo

Kurnia. 2013. Analisis Persepsi dan Preferensi Nasabah Muslim dan Nasabah Non Muslim Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah di Provinsi DIY (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri BSM Cabang Yogyakarta dan Bank Pembangunan Daerah (BPD) DIY Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia Vol II No.2*.

Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Nazir, Moh. 2011. *Metode Penelitian Cetakan 6*. Bogor: Ghalia Indonesia

Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relation Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Rosidah. 2011. The Influence of Corporate Reputation and Trust to Customer Loyalty of ATM Users After Cybercrime Issues. *Jurnal Business and Economic*,

Schaik. 2001. Pengertian Bank Syariah. <http://bit.ly/2dbrUFS>.

Shahlan, A. 2012. *Religiusitas Perguruan Tinggi*. Malang: UIN-Maliki Press

Sudarsono, Heri. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Ekonisia: Yogyakarta

Sukanto. 1985. *Suatu Pendekatan Alternatif atas Psikologi*. Jakarta: Integrita Press

Suryabrata, Sumadi. 1988. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Susanto dan Umam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Susanto dan Umam. 2013. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Suyanto. 2008. Pengertian fasilitas. <http://sobatbaru.blogspot.com/2008/10/pengertian-fasilitas-belajar.html>.

Thouless. 1995. *Pengantar Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Grafindo Persada

Uniyanti. 2018. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah: Studi Kasus Pada Perguruan Tinggi Islam Negeri Alauddin Makasar. *Skripsi*. Program Sarjana Universitas Islam Negeri Alauddin. Makasar

Wandari, Ayu. 2018. Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah: Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung. *Skripsi*. Program Sarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan. Lampung

Widowati, Ayun Sekar dan RR. Indah Mustikawati, M.Si., Ak., CA. 2018. Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal*, 7. 2. 143-144.