

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, LOKASI, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH
PADA BPRS LANTABUR TEBUIRENG CABANG SURABAYA**

SKRIPSI

**Oleh
RUDI FUAD ALDY
G94219183**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

2023

PERNYATAAN

Saya, Rudi Fuad Aldy, G94219183 menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 3 Juli 2023



Rudi Fuad Aldy
NIM. G94219183

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Rudi Fuad Aldy NIM: G94219183 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 16 Juni 2023

Dosen Pembimbing



(Dr. H. Abdul Hakim MEI.)
NIP. 197008042005011003

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *BRAND IMAGE*, LOKASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH PADA BPRS LANTABUR TEBUIRENG CABANG SURABAYA

Oleh
RUDI FUAD ALDY
NIM: G94219183

°Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
Tanggal 3 Juli 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk

Diterima

Tanda Tangan

Susunan Dewan penguji

1. Dr. H. Abdul Hakim M.E.I
NIP. 197008042005011003

2. Ashari Lintang Yudhanti M.Ak
NIP. 199411082019032021

3. Hj. Nurlailah, SE, MM.
NIP. 196205222000032001

4. Riska Agustin, S.Si., M.SM
NIP. 199308172020122024



Surabaya, 3 Juli 2023



Rizki Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 1970051142000031001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : RUDI FUAD ALDY
NIM : G94219183
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / EKONOMI SYARIAH
E-mail address : rudifuadaldy@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

✓ Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain
yang berjudul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, LOKASI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH PADA BPRS LANTABUR
TEBUIRENG CABANG SURABAYA**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 Juli 2023

Penulis

(Rudi Fuad Aldy)

ABSTRAK

Penelitian ini yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap minat Menabung Nasabah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya” ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh *Brand Image*, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap minat menabung nasabah di BPRS. Penelitian ini menggunakan metode diskriptif kuantitatif dimana pendekatan ini menggunakan data angka dari hasil kuisioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier berganda pada hasil instrument kuisioner dengan menggunakan SPSS Versi 26. Dan subjeknya 353 nasabah BPRS Lantabur.

Terjadinya perkembangan di Indonesia yang menjadi negara dengan penduduk islam terbesar di dunia menjadikan perkembangan perbankan dengan system syariah juga ikut berkembang, Semakin berkembangnya BPRS di masyarakat, tidak menutup kemungkinan terjadinya persaingan antar perusahaan. Terjadinya persaingan antar perbankan dibutuhkan strategi yang tepat untuk digunakan dalam menjangkau nasabah untuk bertransaksi kepada bank BPRS.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dan pengujian data penelitian menunjukan bahwa dengan adanya variabel brand image mampu mempengaruhi minat menabung nasabah dengan menunjukan nilai $\text{sig } 0.025 < 0,05$, sedangkan pada variabel lokasi menunjukan hasil yang tidak signifikan dengan nilai $\text{sig } 0.195 > 0,05$ maka lokasi tidak mampu mempengaruhi minat menabung nasabah, kemudian variabel kualitas layanan mampu mempengaruhi minat menabung dengan nilai $\text{sig } 0,008 < 0,05$.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh yang diberikan oleh variabel *Brand Image* dan Kualitas Layanan terhadap minat menabung sedangkan Lokasi tidak. Dan saran dalam penelitian ini, untuk penelitian selanjutnya menggunakan variabel yang lebih kompleks dan sampel penelitian lebih luas lagi supaya memperoleh hasil yang lebih baik dari penelitian ini.

Kata Kunci : *Brand Image*, Lokasi, Kualitas Layanan, Dan Minat Menabung

ABSTRACT

This study, entitled "The Influence of Brand Image, Location, and Service Quality on Customer Saving Interests at the Sharia Rural Bank (BPRS) Lantabur Tebuireng Surabaya Branch" aims to determine the influence exerted by Brand Image, Location and Quality of service on customer saving intentions. at BPRS. This study uses a quantitative descriptive method in which this approach uses numerical data from the questionnaire results. Data analysis was carried out using multiple linear regression tests on the results of the questionnaire instrument using SPSS Version 26. And the subjects were 353 BPRS Lantabur customers.

The development in Indonesia, which is the country with the largest Muslim population in the world, has made the development of banking with the sharia system also developing. The development of BPRS in society does not rule out the possibility of competition between companies. The occurrence of competition between banks requires the right strategy to be used in reaching customers for transactions with BPRS banks.

Based on the results of data analysis that has been carried out and research data testing, it shows that the presence of a brand image variable is able to influence customers' saving intentions by showing a sig value of $0.025 < 0.05$, while the location variable shows insignificant results with a sig value of $0.195 > 0.05$ then the location is not able to influence the customer's intention to save, then the service quality variable is able to influence the intention to save with a sig value of $0.008 < 0.05$.

The conclusion in this study is that there is an influence exerted by Brand Image and Service Quality variables on the intention to save while Location does not. And suggestions in this study, for further research to use more complex variables and a wider research sample in order to obtain better results from this research.

Keywords: Brand Image, Location, Quality of Service, and Interest in Saving

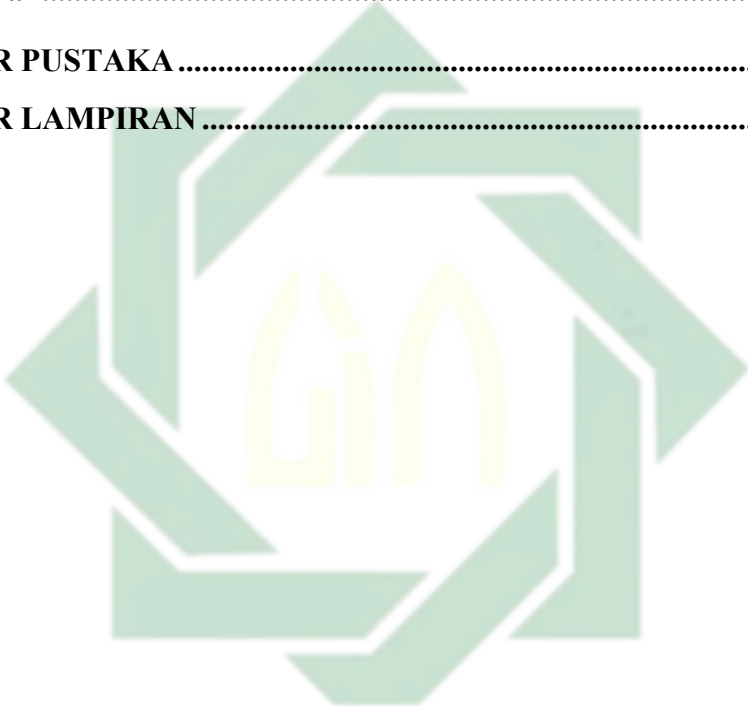
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Brandi Image.....	10
2.1.1 Pengertian <i>Brandi Image</i>	10
2.1.2 Indikator <i>Brand Image</i>	10
2.2 Lokasi	14
2.2.1 Pengertian Lokasi.....	14
2.2.2 Indikator Lokasi	15

2.3 Kualitas Layanan	16
2.3.1 Pengertian Kualitas Layanan.....	16
2.3.2 Indikator Kualitas Layanan	18
2.4 Minat Menabung.....	23
2.4.1 Pengertian Minat Menabung	23
2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	24
2.4.3 Indikator Minat Menabung	25
2.5 Penelitian Terdahulu	26
2.6 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	35
2.7 Kerangka Konseptual	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Tempat Lokasi Penelitian.....	39
3.3. Populasi dan sampel.....	39
3.3.1 Populasi	39
3.3.2 Sampel.....	40
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	41
3.5 Uji Validitas Instrumen	41
3.6 Uji Reliabilitas Instrumen	42
3.7 Jenis dan Sumber Data	42
3.7.1 Jenis Data	43
3.7.2 Sumber Data.....	43
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.8.1 Instrumen Penelitian.....	44
3.9 Teknik Analis Data	44
3.9.1 Analisis Statistika Deskriptif.....	44
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	45

3.9.3 Uji Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	50
4.1 Profil BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya.....	50
4.1.1 Data Umum	51
4.1.2 Visi Dan Misi	51
4.1.3 Pengurus PT BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya	51
4.1.4 Struktur Organisasi.....	52
4.1.5 Gambar Organisasi.....	53
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Uji Validasi Intrumen Penelitian.....	53
4.2.2 Analisis Deskriptif Data.....	55
4.2.3 Uji Reliabilitas	57
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.3.1 Uji Normalitas Data	58
4.3.2 Uji Multikolinieritas.....	59
4.3.3 Uji Heterokedastisitas	59
4.4 Uji Hipotesis Penelitian.....	60
4.4.1 Hasil Uji Parsial (Uji t)	60
4.4.2 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	62
4.4.3 Hasil Uji R Square	63
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	63
4.5.1 Pengaruh Variabel <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Menabung Pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya Secara Parsial	63
4.5.2 Pengaruh Variabel Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya Secara Parsial	66
4.5.3 Pengaruh Variabel Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya Secara Parsial	68

4.5.4 Pengaruh Variabel <i>Brand Image</i> , Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya Secara Simultan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
DAFTAR LAMPIRAN	82



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Nasabah Pembiayaan Dan Tabungan Pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya (sumber data: dari BPRS lantabur 2022).....	5
Tabel 2.1 SERVQUAL ATTRIBUTES	22
Tabel 2.2 Daftar Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Daftar Definisi Operasional	41
Tabel 4.1 Hasil Uji Validasi Pada Setiap Indikator Pertanyaan.....	54
Tabel 4.2 Tabel Jumlah Jenis Kelamin Responden	55
Tabel 4.3 Tabel Nilai Hasil Jawaban Responden.....	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Cronbach Alpha.....	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Parsial	61
Tabel 4.8 Hasil Uji F Simultan	62
Tabel 4.9 Model Summary.....	63

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	38
Gambar 4.1 Logo BPRS Lantabur Tebuireng.....	53
Gambar 4.2 Diagram Scatter Plot	60
Gambar 4.3 Tampilan BPRS Lantabur Tebuireng	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Penulis	82
Lampiran 2. Kusioner Penelitian.....	83
Lampiran 3. Tabulasi	86
Lampiran 4. Hasil Uji Hipotesis.....	131
Lampiran 5. Surat Keterangan Hasil Plagiasi	132



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., Biel, A. L., & Biel, A. (2013). *Brand equity & advertising: advertising's role in building strong brands*. Psychology Press.
- Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2000). The brand relationship spectrum: The key to the brand architecture challenge. *California Management Review*, 42(4), 8–23.
- Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vosta, L. N. (2014). Analysing the effect of social media on brand attitude and purchase intention: The case of Iran Khodro Company. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 143, 822–826.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology and Health*, 26(9), 1113–1127. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Akmal, R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Bandung Kelurahan Tamansari). *Jurnal Ilmiah*.
- Al-jazzazi, A., & Sultan, P. (2017). Demographic differences in Jordanian bank service quality perceptions. *International Journal of Bank Marketing*, 35(2), 275–297. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2016-0091>
- Annisa, N., & Fatimah, S. (2023). *The Influence of Brand Image , Promotion , and Location on Saving Decisions at Bank Syariah Indonesia Makassar Pengaruh Brand Image , Promosi , dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia Makassar*. 1(1), 17–38.
- Arcand, M., PromTep, S., Brun, I., & Rajaobelina, L. (2017). Mobile banking service quality and customer relationships. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1066–1087. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2015-0150>
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101.
- Assauri, S. (2013). Manajemen Pemasaran, Jakarta: RajawaliPers, PT. *Raja GrafindoPersada*.

- Astuti, T., & Mustikawati, Rr. I. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 182–198. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1655>
- Bravo, R., Montaner, T., & Pina, J. M. (2016). Corporate brand image of financial institutions: A consumer approach. *Journal of Product & Brand Management*, 21(4), 232–245. <https://doi.org/10.1108/10610421211246649>
- BURHANUDIN, H., & Purwono, P. (2023). *PENGARUH PRODUK, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP SUKOHARJO KARTASURA (Studi pada Mahasiswa/i UIN Raden Mas Said Surakarta)*. UIN RADEN MAS SAID.
- Chaplin, J. P. (2006). Kamus lengkap psikologi (terjemahan Kartini Kartono). *Jakarta: PT. Raja Grafindo*.
- Cheng, B. L., & Rashid, M. Z. A. (2013). Service quality and the mediating effect of corporate image on the relationship between customer satisfaction and customer loyalty in the malaysian hotel industry. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 15(2), 99–112. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.5474>
- Chotifah, Y. S. (2018). Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 1(1), 65–75. <https://doi.org/10.22515/jfib.v1i1.732>
- Cleanita Imra'atul Khasanah, & Nur Huri Mustofa. (2022). Analisis Persepsi Nasabah, Kepercayaan dan Brand Image Terhadap Minat dan Keputusan Nasabah Menabung. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 93–111. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i2.104.93-111>
- Crow, A., & Crow, L. (1998). Psikologi belajar. *Surabaya: Bina Ilmu*.
- Fajarwati, E. (2020). *PENGARUH UANG SAKU, GAYA HIDUP DAN KONTROL DIRI TERHADAP MINAT MENABUNG (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari)*. IAIN KENDARI.

- Fathin, A., Cahaya, Y. F., & Erasashanti, A. P. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pada pengguna SIMCARD Telkomsel di Jabodetabek). *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1).
- Fatmawati, R. (2023). *Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan dan Islamic Marketing Mix Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Malang)*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan Ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 96*.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. B*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hammoud, J., Bizri, R. M., & El Baba, I. (2018). The Impact of E-Banking Service Quality on Customer Satisfaction: Evidence From the Lebanese Banking Sector. *SAGE Open*, 8(3). <https://doi.org/10.1177/2158244018790633>
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2015). *Operation Management: Sustainability and Supply Chain Management 11 th Edition*. Pearson Education Limited England.
- Herliansyah, Y., Nugroho, L., Ardilla, D., & Putra, Y. (2020). *The Determinants of Micro, Small and Medium Entrepreneur (MSME) Become Customer of Islamic Banks (Religion, Religiosity and Location of Islamic Banks)*. March. <https://doi.org/10.4108/eai.26-3-2019.2290775>
- Herliansyah, Y., Nugroho, L., Ardilla, D., & Putra, Y. (2020). *The Determinants of Micro, Small and Medium Entrepreneur (MSME) Become Customer of Islamic Banks (Religion, Religiosity and Location*

of Islamic Banks). March. <https://doi.org/10.4108/eai.26-3-2019.2290775>

- Hidayat, R. (2009). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 59–72.
- Inayah, N. (2017). *Analisis keputusan nasabah menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di PT BPRS Puduarta Insani)*. Pascasarjana UIN Sumatera Utara.
- Indah, S. D. (2017). Strategi Promosi dan store Interior Pada Industri Ritel. *Journal Ecconomica*, 1(2), 183–191.
- Irmawati, H., Yulisetiarni, D., & Wulandari, D. (2017). Pengaruh Lokasi dan Brand Image serta Kualitas layanan Terhadap Kepuasan pada Mahasiswa Fakultas kedokteran Universitas Jember. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(2), 155–163.
- Jaswadi, K. (2018). Pengaruh keyakinan, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat muslim menabung di BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan (undergraduate). *UIN Walisongo, Semarang*. Diambil Dari <Http://Eprints.Walisongo.Ac.Id/7954>.
- Kamarni, N. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Berhubungan Dengan Bank Syariah. Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 2086–5031.
- Kasmir, D. (2017). Customer Services Excellent. *Depok: Raja Grafindo Persada*.
- Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, I. (2011). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson Education India.
- Khasanah, M. (2021). *Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2020). *Manajemen pemasaran : Jil. 1 / Philip Kotler, Kevin Lane Keller ; Alih Bahasa Bob Sabran*. *Jurnal Manajemen Dan Entrepreneurship*, 6(3), 1123.

- Kuswatiningsih. (2016). *Pemasaran Jasa*. ANDI.
- Majhaf, S. A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 2(1), 16–33. <https://doi.org/10.24256/kharaj.v2i1.1192>
- Marlius, D. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. *Jurmak*, 03(1), 12–22.
- Muaziz, I., Hamdani, I., & Kosim, A. M. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Nasabah Di Bprs Amanah Ummah. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 107–126. <https://doi.org/10.32507/ajei.v8i2.14>
- Muhammad, R. H. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN BPRS MUSYARAKAH UMMAT INDONESIA TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH*. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector. *Sustainability (Switzerland)*, 11(4), 1–24. <https://doi.org/10.3390/su11041113>
- Parasuraman, a, Zeithaml, V. a, & Berry, L. L. (1988). SERQUAL: A Multiple-Item scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(September 2014), 28. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)
- Parasuraman, A., & Colby, C. L. (2001). *Techno-ready marketing: How and why your customers adopt technology* (Vol. 224). Free Press New York.
- Parasuraman, A. ;, Zeithaml, V. A. ;, & Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perc. *Journal of Retailing; Spring*, 64.

- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2013). Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan. *Strategi Pemasaran. Dialihbahasakan Oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.*
- Philip, K., & Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing*. Prentice Hall.
- Prayitno. (2018). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Penerbit Andi.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer.*
- Prihanto, H. (2017). Analisis Terhadap Faktor -Faktor Yang Memengaruhi. *Komunikasi Ilmiah Dan Perpajakan*, 10(1), 1–26. <https://doi.org/10.22441/journal>
- Putra, E. R. H., & Mulazid, A. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil dan Promosi terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung di PT Panin Dubai Syariah Bank. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 1–17.
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(1), 77–88. <https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>
- Raharjo, S. (2017). *Panduan Uji Heteroskedastisitas dengan Gambar Scatterplots SPSS*. Retrieved from SPSS Indonesia: www.spssindonesia.com.
- Rambat, L., & Hamdani, A. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2. *Jakarta: Salemba Empat.*
- Restuputra, M. D. P., & Rahanatha, G. B. (2020). Promosi penjualan, store atmosphere, dan brand image berpengaruh terhadap repurchase intention. *E-Jurnal Manajemen*, 9(8), 3019–3039.
- Rista, D. P. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pensiunan Pada PT. Kantor Pos Ponorogo*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Rizaty, M. A. (2022, November). Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022. *Dataindonesia.Id*.

- Rizkulillah, C. A., Devy, H. S., & Pratama, V. Y. (2022). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan Dan Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 138–151. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.79>
- Rokhani, S., & Nurkhin, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Karakteristik Bank Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Business and Accounting Education Journal*, 2(2), 235–243. <https://doi.org/10.15294/baej.v2i2.50651>
- Sari, J. P. (2017). Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Bagi Hasil, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Nasabah Di BRI Syariah Jambi'. *Skripsi UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*.
- Selviana, N. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada BPRS Suriyah KC Salatiga)*. 1–143.
- Setiadi, N. J., & SE, M. M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga* (Vol. 3). Prenada Media.
- Sholihin, A., & Aulia, B. R. (2022). ANALISIS PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI BPRS AMPEK ANGKEK CANDUANG (Studi Kasus Pedagang Pasar Aur Kuning Bukittinggi). *Jesya*, 5(2), 1193–1204. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.584>
- Siregar, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perhitungan manual & SPSS*.
- Sri, M., & Yuliani, M. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(1), 18–28.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta: Bandung*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, M. P. P. (2016). Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D (cetakan ke-23). *Bandung: Alfabeta*.
- Tjiptono, F. (2007). Strategi Pemasaran, edisi kedua. *Yogyakarta: Andi*.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management : Mewujudkan Pelayanan Prima* . ANDI.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*.
- Tjiptono, F. (2022). *SERVICE MANAGEMENT: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 4*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, quality dan satisfaction. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Tyas, R. R., & Setiawan, A. (2012). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 277. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v3i2.277-297>
- Wahyuni, S., & Ghozali, I. (2019). The impact of brand image and service quality on consumer loyalty in the banking sector. *International Journal of Economics and Business Administration*, 7(4), 395–402. <https://doi.org/10.35808/ijeba/352>
- William, S., & Chuong, S. C. (2014). *Manajemen Operasi Perspektif Asia*. Edisi.
- Yasa, D. A., Nurhasanah, N., & Senjiati, I. H. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Tabungan Qurban di BPRS Baiturridha Pusaka Bandung. *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 4, 190–196.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46.