

PENGARUH PRODUK, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA MENABUNG (STUDI KASUS KSPPS BMT AL-FATH IKMI DI KOTA TANGERANG SELATAN)

Rian Hidayatulloh, M. Koesmawan, Aris Muftie

Program Pascasarjana Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

E-mail: rianhidayatulloh01@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of products, promotions, and service quality on members' saving decisions (Case Study of KSPPS BMT Al-Fath IKMI in South Tangerang City). Both partially and simultaneously. The independent variables in this study are savings products, promotions, and service quality, the dependent variable in this study is the decision of members to save. The population in this study were members of KSPPS BMT Al-Fath IKMI in South Tangerang City. The population in this study amounted to 18,441 members, the sample in this study amounted to 377 respondents, the sampling technique used was random sampling, the data source used primary and secondary data, the data collection tool used was a questionnaire with a Likert scale. Based on the results of researchers, I was using quantitative methods with the method of analysis of Validity, Reliability, Classical Assumptions Test, Simple Linear Regression Test, Determination Coefficient Test (R²), Hypothesis Test. That savings products, promotions, and service quality The results of the research have a positive and significant effect on the decisions of members of savings (Case Study of KSPPS BMT Al-Fath IKMI in South Tangerang City). Give a good impact on members who make deposits.

Kata Kunci: Produk, Promosi Dan Kualitas Terhadap Keputusan Anggota

PENDAHULUAN

Baitul Maalwa Tamwil memiliki peran penting dalam lembaga keuangan yang menjalankan bisnisnya dengan prinsip syariah, yang berbadan hukum koperasi. Adanya keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004, berfungsi sebagai suatu lembaga keuangan syariah, lembaga keuangan syariah yang melakukan upaya penghimpunan dana penyaluran dana berdasarkan prinsip syariah, prinsip syariah dengan berlandaskan prinsip ekonomi islam yang mengharamkan unsur-unsur aktivitas atau transaksi yang mengandung maysir (judi),

gharar (tidak jelas), risywah (suap), dan riba (bunga). Selain itu (BMT) berfungsi sebagai untuk mengawal gerakan penghimpunan dan pengeluaran dana koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah agar berjalan sesuai prinsip syariah. Dengan terbentuknya Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT Al-Fath IKMI menjadi menarik perhatian dari sekian perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia. Peran koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah, sangat penting dalam mewujudkan kehidupan demokrasi ekonomi yang mempunyai ciri-ciri demokrasi kebersamaan, keadilan, kekeluargaan, dan keterbukaan. Adanya pertumbuhan penduduk yang setiap tahun meningkat, masyarakat

membutuhkan untuk menyimpan dana simpanan kepada lembaga keuangan seperti Perbankan Konvensional, Perbankan Syariah, Koperasi Simpan Pinjam dan BMT Al-Fath IKMI. Lembaga keuangan lain yang terus berinovasi untuk membidik pangsa pasar dengan strategi produk, promosi, dan kualitas pelayanan. dapat disampaikan Penduduk di Kota Tangerang Selatan yang menentukan keputusan menabung pada lembaga keuangan.

Berkembangnya lembaga keuangan saat ini akan mendapatkan respon dari masyarakat khususnya di Kota Tangerang. Penduduk di Kota Tangerang Selatan dan persentase kenaikan pada Tahun 2013 jumlah 3,51%, pada Tahun 2014 jumlah 3,43%, pada Tahun 2015 jumlah 3,36% dan pada Tahun 2016 jumlah 3,27% dengan rata-rata kenaikan per tahun dari 2013 s/d 2016 jumlah 3,39%. Sumber data diambil dari BPS Dinas Kota Tangerang Selatan.go.id (2017). Dengan jumlah penduduk di Kota Tangerang Selatan yang setiap tahun meningkat, lembaga keuangan seperti Bank Konvensional, Bank Syariah, KSP, dan BMT Al-Fath IKMI meningkatkan sistem keuangan yang mampu memobilisasi tabungan masyarakat, serta mengalokasikannya ke investasi produktif secara optimal. Untuk itu diperlukan arsitektur sistem keuangan yang sesuai (berbasis pasar atau berbasis bank) dengan kondisi lokal yang dapat mengalokasikan sumber daya modal secara efisien guna menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang tinggi dalam jangka panjang.

Terbentuknya empat cabang koperasi BMT Al-Fath IKMI di Kota Tangerang Selatan, yaitu Cabang utama Kecamatan Pamulang, Cabang Kecamatan Ciputat, Cabang Kecamatan Ciputat Timur dan Cabang Kecamatan Pondok Aren. Dengan jumlah anggota penabung dan jenis produk tabungan yang dipilih oleh anggota, seperti Produk Tawakal, Pendidikan, Idul Fitri, Walimah, Qurban, Haji, Tabah 3 Bulan, Tabah 6 Bulan, dan Tabah 12 Bulan pada tahun 2017. Anggota yang aktif sebesar 16.626. Produk tawakal adalah produk yang bersifat sukarela saldo yang ditabung dan penarikan saldo tabungan bisa dilakukan kapan saja pada jam buka kantor. Dari empat cabang BMT Al-Fath

IKMI di Kota Tangerang Selatan, yang sudah menjadi anggota aktif pada Cabang Utama Pamulang dengan total anggota 13.281, Cabang Jombang total anggota 2.749, Cabang Legoso total anggota 1.692, dan Cabang Pondok Aren total anggota 719. Total keseluruhan anggota aktif BMT Al-Fath IKMI di Kota Tangerang Selatan per tanggal 31 Desember 2016 yaitu 16.489 dengan Total aset 31.008.212.122. Dan Total anggota per tanggal 31 Desember 2017 yaitu 18.441 anggota dan total aset 40.100.000.000,-. Sumber data dari BMT Al-Fath IKMI Kota Tangerang Selatan tahun 2017. Dengan tumbuhnya anggota dan aset koperasi BMT Al-Fath IKMI di Kota Tangerang Selatan, dengan persaingan yang ketat di lembaga keuangan Indonesia baik konvensional maupun syariah, koperasi BMT Al-Fath IKMI di Kota Tangerang Selatan perlu meningkatkan kualitas produk tabungan, promosi dan pelayanan, dalam memberikan kemudahan dan manfaat kepada masyarakat di Kota Tangerang Selatan dan Indonesia.

Perilaku menabung para anggota BMT perlu mendapatkan perhatian, hal ini terkait dengan peningkatan aset BMT. Semakin banyak dana tabungan yang masuk semakin tinggi aset yang dimiliki. Dengan aset yang semakin tinggi, jangkauan pelayanan BMT terhadap masyarakat akan semakin luas, artinya kemanfaatan terhadap masyarakat semakin luas pula. Oleh karena itu, loyalitas anggota untuk menyimpan dana pada BMT perlu mendapatkan perhatian secara sungguh-sungguh Kartiko A. Wibowo, (2016: 90).

Berkembangnya BMT Al-Fath IKMI menuntut adanya penambahan modal, maka untuk memenuhi kebutuhan modal tersebut, jumlah anggota pendiri terus ditambah Yusuf KS, (2017:28). Masyarakat memiliki banyak pilihan dalam memutuskan menyimpan dana simpanan sebagai sarana penyimpanan maupun membantu dalam usaha. BMT AL-Fath IKMI harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat guna mempengaruhi masyarakat dalam memilih tempat penyimpanan.

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk: (1) Mengetahui pengaruh produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota menabung (Studi Kasus Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT Al-Fath IKMI di Kota Tangerang Selatan); dan (2) Mengetahui hasil statistik dari pengaruh produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota menabung (Studi Kasus Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT Al-Fath IKMI di Kota Tangerang Selatan).

METODE

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu *rasional*, *empiris*, dan sistematis. *Rasional* berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. *Empiris* berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat di amati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan Sugiyono, (2013:3).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif adanya suatu peristiwa terjadinya sebab akibat, pengaruh produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota menabung. Peristiwa pada variabel bebas dan terikat yang dilakukan pada penelitian, dengan menggunakan angket pertanyaan yang akan diberikan kepada responden dan dijawab oleh responden dengan nilai jawaban menghasilkan angka-angka dan analisis menggunakan statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur

atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau bentuk angka Sugiyono, (2010: 15).

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, penelitian yang berbentuk angka. Adapun sumber data primer penelitian ini adalah data-data yang didapat dari penelitian lapangan yang mendukung dalam penelitian, menggunakan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner yang akan diberikan kepada para anggota yang menabung pada BMT Al-Fath IKMI. Adapun sumber data sekunder diperoleh dari kepustakaan yang menitik beratkan kajian terhadap objek penelitian melalui penelusuran buku-buku dan literatur yang ada. Juga referensi-referensi dari jurnal-jurnal lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh produk tabungan, terhadap keputusan anggota menabung (Studi Kasus BMT Al-Fath IKMI di Kota Tangerang Selatan)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa pengaruh produk dengan nilai t hitung sebesar 1.904 dengan nilai signifikansi 0.058 karena nilai signifikasinya kurang dari $<0,05$ maka H_0 diterima. Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan produk (X_1) terhadap keputusan anggota menabung (Y). Sehingga hipotesis ke-1 "Ada Pengaruh yang signifikan produk terhadap keputusan anggota menabung (Studi Kasus BMT Al-Fath IKMI di Kota Tangerang Selatan) terbukti kebenarannya.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan produk terhadap keputusan anggota menabung. Artinya apabila produk di BMT Al-Fath IKMI Kota Tangerang Selatan sesuai kebutuhan anggota, maka dapat meningkatkan keputusan menabung. Hasil dari penelitian ini

sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Dwi Ari Susanto, Handoyo Djoko Waluyo, Sari Listyorini(2012) menyimpulkan bahwa mempunyai pengaruh positif variabel produk terhadap variabel keputusan menabung pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera Kec. Lasem. Dan hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitroh Saibantono, Rahayu Triastity, Retno Susanti, (2018). Menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel produk terhadap keputusan anggota untuk menabung(Survei pada Anggota KSPPS Bina Insan Mandiri Cabang Jeruk sawit Karanganyar).

Pengaruh Promosi terhadap keputusan anggota menabung (Studi Kasus BMT Al-Fath IKMI Di Kota Tangerang Selatan)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa promosi dengan nilai t hitung sebesar 6.082 dengan nilai signifikansi 0.000 karena nilai signifikasinya kurang dari < 0,05 maka H_0 diterima. Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan promosi (X_2) terhadap keputusan anggota menabung (Y). Sehingga hipotesis ke-2 “Ada Pengaruh yang signifikan promosi terhadap keputusan anggota menabung (Studi Kasus BMT Al-Fath IKMI di Kota Tangerang Selatan) terbukti kebenarannya.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan promosi terhadap keputusan anggota menabung. Artinya apabila promosi di BMT Al-Fath IKMI Kota Tangerang Selatan sesuai kebutuhan anggota, maka dapat meningkatkan keputusan menabung. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitroh Saibantono, Rahayu Triastity, Retno Susanti, (2018). Menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan promosi (X_2) terhadap keputusan anggota untuk menabung(Survei pada Anggota KSPPS Bina Insan Mandiri Cabang Jeruk sawit Karanganyar).

Pengaruh kualitas pelayanan, terhadap keputusan anggota menabung (Studi Kasus BMT Al-Fath IKMI Kota Tangerang Selatan)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa kualitas pelayanan dengan nilai t hitung sebesar 5.581 dengan nilai signifikansi 0.000 karena nilai signifikasinya kurang dari < 0,05 maka H_0 diterima. Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (X_3) terhadap keputusan anggota menabung (Y). Sehingga hipotesis ke-3 “Ada Pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota menabung (Studi Kasus BMT Al-Fath IKMI di Kota Tangerang Selatan) terbukti kebenarannya.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota menabung. Artinya apabila kualitas pelayanan di BMT Al-Fath IKMI Kota Tangerang Selatan sesuai kebutuhan anggota, maka dapat meningkatkan keputusan menabung. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Dwi Ari Susanto, Handoyo Djoko Waluyo, Sari Listyorini (2012). Menyimpulkan bahwa mempunyai pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan menabung pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera Kec. Lasem. Dan hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Helmi Haris dan Nur Said Irham T, (2012). Menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menabung pada bank syariah (Studi Kasus pada BTN Syariah Surakarta). Dan hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Muhammad Fajar Fahrudin Emma Yulianti, (2015). Menyimpulkan bahwa mempunyai pengaruh secara positif signifikan kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian nasabah bank mandiri Surabaya. Dan hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitroh Saibantono, Rahayu Triastity, Retno Susanti, (2018). Menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (X_3) terhadap keputusan anggota untuk menabung(Survei pada Anggota KSPPS Bina Insan Mandiri Cabang Jeruk sawit Karanganyar).

Variabel yang Dominan berpengaruh terhadap Keputusan anggota Menabung

Berdasarkan analisis tersebut, maka variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung adalah variabel kualitas (X_3), karena nilai koefisien regresinya paling besar yaitu 0,422 di antara koefisien regresi variabel bebas yang lain promosi (X_2) sebesar 0,364 dan produk (X_1) sebesar 0,126. Sehingga hipotesis ke-4 yang menyatakan bahwa: Kualitas pelayanan berpengaruh secara dominan terhadap keputusan anggota menabung (Studi Kasus BMT Al-Fath IKMI di Kota Tangerang Selatan).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial (individu) semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan ketiga variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin tinggi produk, promosi dan kualitas pelayanan maka mengakibatkan semakin tinggi pula keputusan anggota menabung (Studi Kasus BMT Al-Fath IKMI di Kota Tangerang Selatan). Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Anggota Menabung.

Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara produk tabungan terhadap keputusan anggota menabung. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 1,904 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,058 tersebut lebih kecil dari 0,05, dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa produk berpengaruh positif terhadap keputusan anggota menabung. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel produk terhadap keputusan

anggota menabung pada BMT Al-Fath IKMI Di Kota Tangerang Selatan.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Anggota Menabung.

Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara promosi terhadap keputusan anggota menabung. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 6,082 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05, dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan anggota menabung. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel promosi terhadap keputusan anggota menabung pada BMT Al-Fath IKMI Di Kota Tangerang Selatan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Menabung.

Hasil pengujian hipotesis (H3) telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota menabung. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,581 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05, dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan anggota menabung. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota menabung pada BMT Al-Fath IKMI Di Kota Tangerang Selatan.

4. Pengaruh Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Menabung

Hasil pengujian hipotesis (H3) telah membuktikan terdapat pengaruh antara produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota menabung. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai F hitung sebesar

41.147 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 karena nilai signifikansi kurang dari 0.05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_a dan menolak H_o . Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa secara bersama-sama produk, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung pada BMT Al-Fath IKMI Di Kota Tangerang Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari, (2010), *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Antonio Syafii, (2001), *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Gema Insani, Jakarta.
- Arikunto, (1992), *Penelitian Data*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Ferdinand, (2006), *Populasi*, Semarang Bada, Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, (2005), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Penerbit Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Istijanto, (2009), *Riset*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kasmir. 2004. "Pemasaran Bank". Edisi Pertama. Jakarta: Prenada Media.
- Kartiko A dan Wibowo, (2016), *BMT Praktik dan Kasus*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler Philip, (2009), *Bauran Pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid Satu, Indeks, Penerbit PT. Mancanan Jaya Cemerlang, Indonesia, US.ISBN: 0-13145757-8.
- Kotler Philip dan Kevin Lane, (2009), *Manajemen Pemasaran*, Erlangga Jakarta.
- Lovelock dan Wright, (2007), *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Indeks, Jakarta.
- Maski, (2010), *Analisis Keputusan Nasabah Menabung*, Antonio Muhammad, Upi Repository.
- Nunnally dalam Ghozali, (2007), *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Penerbit Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Rambat Lupiyoadi, (2013), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Ratih Hurriyati, (2010), *Manajemen Pemasaran*, Alfabeta Bandung.
- Rivai, (2012), *Analisis Mekanisme Pembiayaan Mudharabah*, CV Dwiputra Pustaka, Jakarta.
- Sofjan Assauri, (2011), *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Sukma, S. T. I. M, (2018), *Pengaruh Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kspps Bmt Amanah Ray Medan*.
- Supranto J, Nandan Limakrisna, *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun Sekripsi, Tesis, dan Desertasi*, Penerbit Mitra Wacana Media, Edisi 3, Jakarta, ISBN: 978-602-1521-43-4.
- Sugiyono, (2010), *Statistik Pendidikan*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, (2013), *Metode Penelitian Kombinasi Mixed Methods*, Cetakan Ketiga, Penerbit Alfabeta, Bandung, ISBN: 978-602-9328-06-6.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, (2011), *Service Quality dan Satisfaction*, Edisi Tiga, Penerbit Andi, Yogyakarta, ISBN: 978-979-29-2785-6.
- Widiyanto, Abdul Ghafar, Kartiko, (2016), *BMT Praktik dan Kasus*, Penerbit Rajawali Pers, Jakarta, 2016, ISBN 978-979-769-975-8.
- Yulianto, (2010), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pembelian*, Alfabeta, Bandung.
- Yusuf KS, (2017), *Sejarah Perjalanan KSPPS BMT Al-Fath IKMI*, Amanah Printing, Tangerang.

Jurnal Artikel :

- Haris, H. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan periklanan terhadap keputusan nasabah dalam menabung pada bank syariah (studi kasus pada BTN syariah Surakarta). Muqtasid: *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1), 1-24.
- Muhammad Fajar Fahrudin Emma Yulianti, (2015), pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya, *Jurnal Of Business and Banking*, ISSN 2088-7841.
- Saibantono, F., Triastity, R., & Susanti, R. (2018). Pengaruh Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Untuk Menabung (Survei pada Anggota

KSPPS Bina Insan Mandiri Cabang Jeruk sawit Karanganyar). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 18(1).

Susanto, M. D. A., Waluyo, H. D., & Listyorini S. (2012), Pengaruh Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada KJKS BMT Binna Ummat

Sejahtera Kec. Lasem. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(2), 177-186.

Perundang - undangan :

Tantang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Nomor : 91/Kep/M.KUKM/IX/2004).