

## Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Wadi'ah di Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar

Eky Dwi Juswina<sup>1</sup>, Ambo Asse<sup>2</sup>, Trimulato<sup>3\*</sup>  
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

**Corresponding Author:** Trimulato [tri.mulato@uin-alauddin.ac.id](mailto:tri.mulato@uin-alauddin.ac.id)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Lokasi, Promosi, Keputusan Nasabah, Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar

*Received :* 01 Juni

*Revised :* 11 Juni

*Accepted:* 21 Juni

©2022 Juswina, Asse, Trimulato:  
This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Tujuan penelitian menguji Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Wadi'ah di BSI Kantor cabang Makassar. Jenis Penelitian yaitu kuantitatif pendekatan asosiatif. Sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yaitu penyebaran kuesioner, diukur dengan menggunakan Skala Likert, pustaka, dan dokumentasi. Sampel yang digunakan sebanyak 75 responden nasabah dengan menggunakan teknik probability sampling. Pengolahan data yaitu uji validitas, realibilitas, asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan aplikasi program SPSS 25. Hasil menunjukkan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah nilai Sig 0.006, promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah nilai Sig 0.690, lokasi dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah nilai Sig 0.016 pada Bank Syariah Indonesia Cabang Veteran Kota Makassar.

## PENDAHULUAN

Secara filosofis bank syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Dengan demikian, penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia islam saat ini. Para ekonom muslim telah mencurahkan perhatian besar guna menemukan cara untuk menggantikan sistem dalam transaksi perbankan konvensional dan keuangan yang lebih sesuai dengan etika islam. Upaya ini dilakukan dalam rangka untuk membangun sistem ekonomi yang bebas bunga dan pengujiannya terhadap pertumbuhan ekonomi, alokasi, dan distribusi pendapatan. Oleh karena itu, maka mekanisme perbankan bebas bunga yang biasa disebut dengan bank syariah didirikan. (Syahril, 2016)

Dalam hal ini, bank syariah terlahir dari kesadaran umat untuk saling bekerjasama dan toleransi kepada sesama. Bank syariah tidak melakukan pemutusan kekayaan pada sebagian kecil orang, tetapi mendistribusikan kekayaan secara adil dan merata. Selain itu, bank syariah tidak terjebak pada permainan bisnis untuk keuntungan pribadi, tetapi membangun kebersamaan untuk mencapai kemakmuran bersama. Bank syariah diharapkan tidak terjebak pada pikiran pragmatis tetapi memiliki konsep yang idealis dan istiqomah. Dalam praktiknya bank syariah merupakan salah satu lembaga yang menawarkan kerjasama berbasis *profit and loss sharing* yang menguntungkan serta bebas dari transaksi ribawi. (Alhusain, 2021)

Tujuan penggabungan bank syariah yaitu untuk mendorong bank syariah lebih besar sehingga dapat masuk ke pasar global dan menjadi katalis pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa hadirnya BSI sebagai hasil merger 3 Bank Syariah BUMN ternyata mendapat sambutan baik dari masyarakat, baik pelaku usaha maupun investor sebagaimana dicatat oleh bursa saham. Kalangan pengusaha pun memberikan komentar yang positif terhadap BSI. Direktur PT Anugerah Mega Investama Hans Kwee optimistis bahwa eksistensi bank syariah baru tersebut akan berkontribusi positif terhadap proses penguatan ekonomi Indonesia yang tengah diterjang pandemi. (Kurniasari, 2021)

Ditegaskan bahwa BSI akan mendapat size yang sangat besar, baik dari sisi aset, kantor cabang, maupun sumber daya manusia yang sangat berkualitas. Banyak hal yang BSI dapat lakukan untuk pemulihan ekonomi nasional. Dilakukannya merger ini diharapkan mampu meningkatkan pangsa pasar ekonomi syariah di Indonesia yang saat ini baru mencapai 9,68% dan kontribusi perbankan syariah baru sekitar 6,81%. Hal ini sangat ironis mengingat populasi muslim mencapai sekitar 229 juta jiwa dari total 270 juta penduduk Indonesia, sehingga sudah saatnya potensi ekonomi dan keuangan syariah perlu terus ditingkatkan agar tumbuh dan berkembang menjadi besar.<sup>1</sup>

PT Bank Syariah Indonesia Tbk resmi beroperasi pada 1 Februari 2021. BSI merupakan bank syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan tiga bank syariah dari Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT Bank BRI

---

<sup>1</sup> Eka (Kurniasari, 2021) 'Prospek Masa Depan Bank Syariah Di Indonesia Pasca Pemergeran Bank-Bank Syariah BUMN', *Rechtenstudent*, 2.1, 2021, 35-45 <<https://rechtenstudent.iain-jember.ac.id/index.php/rch/article/view/52>>.

Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS). Pemerintah melihat bahwa penetrasi perbankan syariah di Indonesia sangat jauh ketinggalan dibandingkan dengan bank konvensional. Pembentukan bank syariah merupakan salah satu upaya pemerintah untuk memperkuat industri keuangan syariah di Indonesia. Maka permasalahan yang muncul adalah apakah BSI dapat menarik perhatian masyarakat sebagai alternatif lembaga keuangan baru.<sup>2</sup>

Salah satu produk unggulan dari bank syariah adalah tabungan dengan menggunakan akad wadiah. Tabungan wadiah adalah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan wadiah, bank syariah menggunakan akad wadiah. Berbeda dengan wadiah amanah, dimana pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan hingga ia boleh memanfaatkan harta titipan. Sedangkan pada wadiah amanah harta titipan tidak dimanfaatkan oleh yang dititipi. (Grasela, 2019)

Selain itu pemilihan tabungan wadiah dalam penelitian ini juga karena di bank syariah sendiri dalam membuka rekening tabungan umumnya otomatis menggunakan akad wadiah ini, apalagi untuk kalangan pelajar atau mahasiswa, serta masyarakat umum yang notabene tujuannya semata-mata hanya untuk menabung, kecuali sebelum membuka tabungan nasabah telah mendiskusikan terlebih dahulu kepada *customer service* atas keinginannya untuk menggunakan sesuai kebutuhan yang di inginkan nasabah.

Lokasi dapat menjadi faktor penentu keputusan nasabah dalam memilih produk bank syariah, karena lokasi tentunya akan menjadi faktor yang dapat menunjang pengambilan keputusan dari nasabah, lokasi yang dimaksud adalah tempat berdirinya atau beroperasinya bank syariah, lokasi yang strategis tentunya dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi.

Alasan penggunaan variabel lokasi karena letak dari bank syariah sendiri sangat berperan penting terhadap jumlah nasabahnya, umumnya bank yang strategis akan memiliki nasabah dengan jumlah yang tinggi. Nasabah akan menentukan pilihannya dengan pertimbangan kemudahan akses serta biaya yang dikeluarkan akan lebih minim. (Riskayanti, 2021)

Alasan menggunakan promosi karena dalam menarik minat nasabah yang paling populer dilakukan oleh perusahaan termasuk perbankan syariah sendiri adalah menggunakan promosi. Berbagai promosi yang dilakukan oleh bank syariah diharapkan mampu untuk meningkatkan keinginan nasabah dengan menetapkan keputusannya menggunakan produk ini.

Keputusan nasabah dalam memilih produk wadiah tentunya atas arahan dari *customer service*, namun sebelumnya tentunya nasabah akan lebih tertarik jika telah mendapatkan informasi terlebih dahulu mengenai produk yang akan digunakan, apalagi produk wadiah ini adalah salah satu produk unggulan dari bank syariah dengan sistem tabungan yang tidak memberatkan nasabah.

---

<sup>2</sup> Achmad Sani (Alhusain, 2021) 'Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional', *Info Singkat: Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 13.3, 2021, 19-24.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor lokasi dan promosi terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan wadi'ah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Veteran Kota Makassar.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Promosi' merupakan usaha-usaha yang dilakukan oleh bank untuk lebih memperkenalkan bank tersebut kepada masyarakat luas baik melalui media elektronik maupun media cetak.(Harahap, 2020) "Keputusan Nasabah" Pemahaman kosumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga pengambilan keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah pemberian.(Fajar Fahrudin & Yulianti, 2015)

Produk Tabungan Wadi'ah Bank Syariah, Wadi'ah Yad Al-Amanah adalah akad penitipan barang atau uang dimana pihak penerima titipan tidak diperkenankan menggunakan barang atau uang tersebut.(Ridawati, 2016) Wadi'ah Yad Adh Dhamanah adalah titipan yang selama belum dikembalikan kepada penitip dapat dimanfaatkan oleh penerima titipan.(Widayatsari, 2013)

Suatu hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 18 variabel yang ada, terbentuk 3 faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri. Faktor-faktor tersebut adalah faktor pribadi dan psikologi dengan eigenvalue sebesar 36,254%, faktor sosial dan budaya eigenvalue sebesar 14,037%, dan faktor pemasaran eigenvalue sebesar 11,872%. Faktor dominan yang mempengaruhi nasabah menggunakan produk dan jasa bank syariah adalah faktor pribadi dan psikologi dengan eigenvalue sebesar 36,254%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, dan faktor pemasaran adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh nasabah dalam memilih dan menggunakan jasa bank syariah. (Fitriyani, 2016)

variabel tingkat margin merupakan satu-satunya variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih layanan di Bank Syariah. Sedangkan variabel lainnya seperti kualitas pelayanan, lokasi perusahaan, promosi, dan tingkat religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih layanan di bank syariah. Hal ini dapat terjadi karena banyaknya nasabah yang masih menggunakan motif rasional dan emosional serta kehati-hatian dalam memilih layanan bank syariah. Dimana nasabah bertindak atas dasar pikiran yang sehat, patut dan layak yang diukur berdasarkan harga, kemudahan, keuntungan dan kehandalan produk berdasarkan pertimbangan-pertimbangan subyektif seperti perasaan kebanggaan, status, harga diri yang diukur berdasarkan status social, kebanggaan, kenyamanan serta keamanan.(Nugroho, 2019)

Faktor-faktor seperti pengetahuan, religiusitas, produk, reputasi dan pelayanan diBank Syariah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih menabung diBank Syariah, meskipun tidak signifikan. faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan bank syariah cabang ciputat terdiri dari lima faktor yang terbentuk, dimana

faktor tersebut dinamakan faktor lima. Faktor tersebut adalah: (1). Faktor 1, terdiri atas variabel *process*, *brand awareness*, dan *perceived quality*. (2). Faktor 2, terdiri atas variabel *physical evindance*, *perceived value*, dan faktor sosial. (3). Faktor 3, terdiri atas variabel *pricing*, *promotion*, *people* dan faktor sosial. (4). Faktor 4, terdiri atas variabel *products* dan faktor pribadi. (5). Faktor 5, terdiri atas variabel *place*, *physical evindance*, dan faktor budaya. Dan faktor yang paling dominan dalam pengambilan keputusan nasabah memilih produk pembiayaan bank syariah cabang ciputat adalah *process* (X7), sebab variabel proseslah yang memiliki nilai *loading factor* yang tertinggi dalam pengambilan keputusan.(Zainuddin et al., 2016)

Secara simultan (uji F) pengaruh antara produk (X1), promosi (X2), lokasi (X3) adalah positif dan signifikan terhadap [pengaruh nasabah memilih pembiayaan murabahah, dengan kekuatan nilai Adjusttwd R-Squared sebesar 62,8%. Secara parsial (uji T) produk berpengaruh negative dan tidak signifikan, promosi berpengaruh negative dan tidak signifikan, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengaruh nasabah memilih pembiayaan murabahah.(Nadira & Susianto, 2020)

variabel faktor internal dan faktor eksternal secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah. Sedangkan berdasarkan uji pasial variabel faktor internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan musyarakah. Sedangkan variabel faktor eksternal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan musyarakah.(Liza, 2017)

Faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah tabungan haji dalam memilih lembaga keuangan syariah. Lima faktor yang terbentuk, yaitu; pertama faktor sosial, faktor psikologi, faktor pribadi, faktor budaya, dan faktor motivasi. Serta faktor dominan yang mempengaruhi perilaku nasabah Tabungan Haji dalam memilih lembaga keuangan syariah adalah faktor pertama atau faktor social.(Hayuningtyas, 2019)

## Hipotesis

a. **Lokasi** (X1) atau tempat bank syariah merupakan faktor penting yang berkaitan dengan kemudahan akses nasabah, semakin strategis lokasi bank syariah maka semakin besar minat nasabah untuk memilih produk tabungan wadiah bank syariah.

H1: Lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan wadiah bank syariah indonesia cabang veteran kota makassar

H0: Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan wadiah bank syariah indonesia cabang Veteran kota makassar

b. **Promosi** (X2) yaitu suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang ataupun perusahaan kepada masyarakat luas. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat dan mempengaruhi mereka untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Semakin baik bank syariah

melakukan promosi maka semakin menarik minat nasabah untuk menggunakan produk wadiah bank syariah.

H2: Promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan wadiah bank syariah indonesia cabang veteran kota makassar

H0: Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan wadiah bank syariah indonesia cabang veteran kota makassar  
c. Lokasi dan Promosi bersama sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan wadiah pada bank syariah indonesia cabang veteran kota makassar

H3: Lokasi dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan wadiah pada bank syariah indonesia cabang veteran kota makassar

H0: Lokasi dan Promosi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan wadiah pada bank syariah cabang veteran kota makassar.

## **METODOLOGI**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2018) Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research), pada Bank Syariah Kantor cabang Veteran kota Makassar.

Sumber Data yang digunakan yaitu data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Untuk memperoleh data primer dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner yang disebar ke nasabah. Serta data Sekunder diperoleh secara tidak langsung dengan menggunakan studi kepustakaan. Penelitian ini dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan berbagai bahan bacaan dan menggali berbagai teori yang berkaitan dengan topik penelitian yang diperoleh dari buku, artikel, jurnal, sps data dari ojk dan sejenisnya.

Teknik Pengumpulan Data yang digunakan yaitu dengan menyebar kuesioner (angket). Teknik ini dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada orang yang dijadikan responden. Teknik ini dapat dilakukan dengan melalui tatap muka langsung maupun melalui kuesioner surat, baik dalam bentuk surat maupun dalam bentuk kertas maupun elektronik. Kemudian kepustakaan menggunakan data yang diperoleh dari berbagai literatur, buku, artikel, jurnal dan sejenisnya yang berhubungan dengan objek penelitian dan dapat mendukung bahan kajian. Mengumpulkan dokumentasi atau sering disebut metode dokumentasi merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Teknik Analisis Data analisis data yang digunakan yaitu Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok

orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert , maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Pengolahan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 25. Data yang diperoleh melalui beberapa uji untuk mengukur pengaruh variabel Lokasi dan Variabel Promosi terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan wadi'ah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Veteran Makassar. Analisis data dalam bentuk Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Hipotesis, Uji Validitas.

### HASIL PENELITIAN

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Berikut pengujian yang telah dilakukan pada tabel dibawah ini

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item Pernyataan	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
1	Lokasi (X <sub>1</sub> )	X1.1	.524**	0.000	Valid
		X1.2	.524**	0.000	Valid
		X1.3	.436**	0.000	Valid
		X1.4	.605**	0.000	Valid
		X1.5	.436**	0.000	Valid
		X1.6	.500**	0.000	Valid
		X1.7	.601**	0.000	Valid
		X1.8	.485**	0.000	Valid
2	Promosi (X <sub>2</sub> )	X2.1	.394**	0.000	Valid
		X2.2	.579**	0.000	Valid
		X2.3	.509**	0.000	Valid
		X2.4	.651**	0.000	Valid
		X2.5	.570**	0.000	Valid
		X2.6	.622**	0.000	Valid
		X2.7	.452**	0.000	Valid
		X2.8	.408**	0.000	Valid
3	Keputusan Nasabah (Y)	Y1	.418**	0.000	Valid
		Y2	.293*	0.000	Valid
		Y3	.524**	0.000	Valid
		Y4	.574**	0.000	Valid
		Y5	.627**	0.000	Valid
		Y6	.720**	0.000	Valid
		Y7	.497**	0.000	Valid
		Y8	.389**	0.000	Valid

		Y9	.415**	0.000	Valid
--	--	----	--------	-------	-------

**Sumber:** Data Penelitian diolah, Output SPSS 25, 2022.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan degree of freedom (df) = n-2 dengan alpha 0.05. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Pada tabel 1 di atas menunjukkan bahwa hasil pengujian pada setiap variabel yaitu mulai dari variabel X<sub>1</sub> (Lokasi), X<sub>2</sub> (Promosi), Y (Keputusan Nasabah). Maka dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam kuesioner ini valid secara statistik, dimana dalam Sig. (2-tailed) setiap item pertanyaan menunjukkan angka yang < 0.05 dan nilai r hitung yang ditunjukkan dari nilai *Pearson Correlation* dari setiap item pertanyaan menunjukkan lebih besar dari r table > 0.1914.

### Uji Realiabilitas Data

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner pada penelitian ini dengan melihat besaran nilai *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 (Ghozali, 2011). Berikut pengujian yang telah dilakakukan pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Data  
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	79.39	13.240	.344	.186
X2	79.44	15.817	.172	.491
Y	74.29	13.129	.279	.306

**Sumber:** Data Penelitian diolah, Output SPSS 25, 2022.

Pada tabel 2 di atas menunjukkan bahwa hasil pengujian pada setiap variabel yaitu mulai dari variabel X<sub>1</sub> (Lokasi), X<sub>2</sub> (Promosi), (Y) Keputusan Nasabah. Maka dari data diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini dapat dikatakan *reliable* (terpercaya) untuk pengukuran serta penelitian lebih lanjut yang dapat dilihat dari nilai Cronbach's Alpha yang semuanya menunjukkan angka yang > 0.060.

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas disini wajib dipenuhi untuk dapat dilaksanakan analisis regresi. Uji normalitas adalah usaha untuk menentukan apakah data variabel

yang kita miliki mendekati populasi distribusi normal atau tidak. Bahasa lainnya, apakah data kita terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak.

Untuk melihat apakah nilainya residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melakukan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov (One Sample K-S)*, untuk penentuan normalitas dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov (One Sample K-S)*, yakni apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* penelitian lebih kecil dari  $< 0.05$  maka data tidak berdistribusi secara normal, sebaliknya jika lebih dari  $> 0.05$  maka data berdistribusi secara normal.

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas  
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<b>Unstandardi zed Residual</b>
N		75
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	42.2666667
	Std. Deviation	.83300405
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.089
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.190 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Sumber:** Data Penelitian diolah, Output SPSS 25, 2022.

Pada tabel 3 di atas menunjukkan bahwa hasil uji normalitas residual dari data yang digunakan dalam penelitian ini, dimana jika nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)* lebih besar dari 0,05 ( $>0.05$ ) berarti data berdistribusi normal. Maka setelah dilakukan uji normalitas maka di peroleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0.190 maka menunjukkan angka yang lebih besar dari 0.05 ( $>0.05$ ), maka data berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas juga menjadi sangat penting, sama halnya dengan dengan uji yang lain karena uji ini dapat membuktikan apakah terdapat hubungan atau korelasi diantara variabel bebas (Variable Independent). Dimana data penelitian dikatakan baik apabila tidak ditemukan atau dengan kata lain tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Untuk dasar pengukuran ada tidaknya korelasi antara variabel bebas dapat dilihat dari nilai *Tolerance dan VIF*. Jika nilai *Tolerance* lebih besar dari  $> 0.10$  maka artinya tidak terdapat korelasi antar variabel bebas, namun jika lebih

kecil dari  $< 0.10$  maka artinya terdapat korelasi antar variabel bebas. Sedangkang untuk nilai *VIF*, jika lebih kecil dari  $< 10.00$  maka artinya tidak terdapat korelasi antara variabel bebas, namun jika lebih besar dari  $> 10.00$  maka artinya terdapat korelasi antara variabel bebas.

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	27.738	5.786			4.794	.000		
X1	.342	.122	.318		2.807	.006	.967	1.034
X2	.049	.121	.045		.401	.690	.967	1.034

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Penelitian diolah, Output SPSS 25, 2022.

Pada tabel 4 diatas menunjukkan apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dengan melalui Uji Multikolinieitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance dan VIF*, dimana jika nilai *Tolerance* lebih besar dari  $> 0.10$  maka artinya tidak terjadi Multikolinieritas dan untuk nilai *VIF*, jika lebih kecil dari  $< 10.00$  maka artinya tidak terjadi Multikolinieritas. Maka setelah dilakukan Uji Multikolinieritas maka diperoleh nilai *Tolerance* X1 = 0.967 dan X2 = 0.967, dimana semua lebih besar dari  $> 0.10$  maka tidak terdapat korelasi antara variabel bebas pada data dalam penelitian ini dan untuk semua nilai *VIF* pada tabel diatas lebih kecil dari  $< 10.00$  yakni X1 = 1.034 dan X2 = 1.034, yang menunjukkan tidak terjadi Multikolinieritas.

### c. Uji Hateroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan kepengamatan lain. Jika varian dan residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika tidak disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang memiliki sifat homoskedastisitas.

Dalam penelitian ini, uji yang digunakan yaitu Haterokedestisitas Glesjser dimana jika nilai *Signifikasi (Sig)* antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari  $> 0.05$  maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Tabel 5 Hasil Uji Hateroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.980	3.601			.550	.584
X1	.031	.076	.050		.415	.680
X2	-.035	.075	-.055		-.462	.646

a. Dependent Variable: RES\_2

Sumber: *Data Penelitian diolah, Output SPSS 25, 2022.*

Pada tabel 5 di atas menunjukkan hasil dari uji heteroskedastisitas yaitu dengan melihat nilai Sig, dimana jika nilai Sig menunjukkan angka yang lebih besar dari  $> 0.05$  maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini. Maka setelah dilakukan uji heteroskedastisitas maka diperoleh nilai Sig variabel  $X_1 = 0.680$ , dan variabel  $X_2 = 0.646$ , di mana seluruh nilai Sig variabel lebih besar dari  $>0.05$  maka tidak terdapat heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji ini pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variansi variabel dependen. Variabel independen dianggap memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen yang dapat dilihat dari nilai R Square ( $R^2$ ).

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.329 <sup>a</sup>	.108	.083	2.425

a. Predictors: (Constant),  $X_2$ ,  $X_1$

Sumber: *Data Penelitian diolah, Output SPSS 25, 2022.*

Pada table 6 dapat dilihat nilai dari *R Square* yang menunjukkan hasil dari uji koefisien determinasi, untuk pengambilan keputusan dapat dilihat:

Tabel 7 Tabel Keputusan  $R^2$

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00-0.199	Sangat Rendah
0.20-0.399	Rendah
0.40-0.599	Sedang
0.60-0.799	Kuat
0.80-1.00	Sangat Kuat

(Sumber: Sugiono, 2019)

Pada table 7 menunjukkan hasil *R Square* sebesar 0.108, hal ini berarti bahwa tingkat hubungan jika dilihat pada tabel 4.11 berada pada posisi sangat rendah, sehingga presentase sumbangan keeratan hubungan antara variabel independent yakni pembiayaan Lokasi dan Promosi, memiliki hubungan sangat rendah dengan variabel dependen yakni Keputusan Nasabah.

#### b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t adalah suatu pengujian yang dilakukan untuk membuktikan pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

Penentuan hasil uji statistik t dapat dilihat dari nilai Sig dan nilai t sebagai berikut:

1). Jika nilai Sig lebih kecil dari 0.05 ( $<0.05$ ) maka menunjukkan berpengaruh, sedangkang nilai Sig lebih besar dari 0.05 ( $>0.05$ ) maka menunjukkan tidak berpengaruh.

2). Jika nilai t maka  $t_{hitung}$  harus lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) maka menunjukkan berpengaruh, sedangkang jika nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ) maka akan menunjukkan tidak berpengaruh.

Tabel 8 Hasil Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t)  $X_1$  Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.738	5.786		4.794	.000
	X1	.342	.122	.318	2.807	.006
	X2	.049	.121	.045	.401	.690

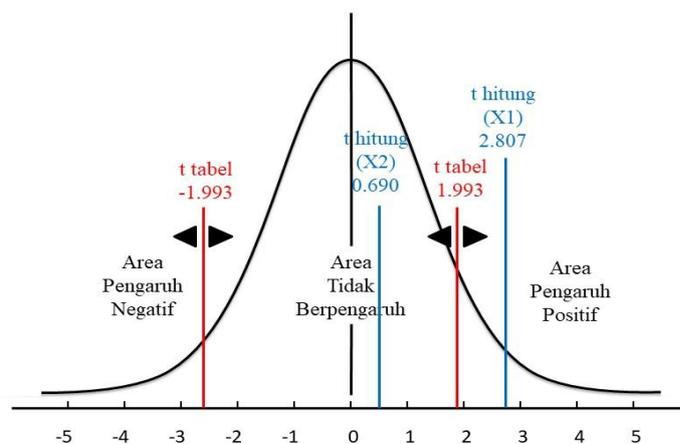
a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Penelitian diolah, Output SPSS 25, 2022.

Pada table 8 di atas menunjukkan nilai Sig  $X_1$  (Lokasi) yaitu 0.006 yang menunjukkan angka lebih kecil dari 0.05 dan untuk nilai  $t_{hitung}$  pada variabel ini yaitu 2.807 menunjukkan lebih besar jika dibandingkan dengan  $t_{table}$  yaitu 1.993. Maka dapat disimpulkan Variabel Lokasi ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Variabel Keputusan Nasabah (Y). Sedangkan nilai Sig  $X_2$  (Promosi) yaitu 0.690 yang menunjukkan angka lebih besar dari 0.05 dan untuk nilai  $t_{hitung}$  pada variabel ini yaitu 0.045 menunjukkan lebih kecil jika dibandingkan dengan  $t_{table}$  yaitu 1.993. Maka dapat di simpulkan Variabel Promosi ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap Variabel Dependen Keputusan Nasabah (Y).

Untuk melihat penentuan apakah variabel berpengaruh positif atau negatif dalam uji t dapat dilihat melalui kurva uji t berikut ini:

Gambar 1 Kurva Uji t (Parsial)



Sumber: Dimodifikasi oleh penulis.

1). Pada gambar 1 di atas dimana variabel  $X_1$  berada pada area berpengaruh positif, sehingga dapat disimpulkan Variabel Lokasi berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah.

2). Pada gambar 1 di atas dimana variabel  $X_2$  berada pada area tidak berpengaruh, sehingga dapat disimpulkan Variabel Promosi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah.

### c. Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F adalah suatu pengujian terhadap semua variabel independen, untuk membuktikan apakah semua variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama (simultan). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan statistik F dengandapat dilihat dari nilai Sig nilai F sebagai berikut:

1). Jika nilai Sig lebih kecil dari 0.05 ( $<0.05$ ) maka menunjukkan berpengaruh secara simultan sedangkan jika nilai Sig lebih besar 0.05 ( $> 0.05$ ) maka menunjukkan tidak berpengaruh secara simultan.

2). Jika nilai F maka Fhitung harus lebih besar dari Ftabel (Fhitung  $>$  Ftabel) menunjukkan berpengaruh secara simultan sedangkan jika nilai F maka Fhitung lebih kecil dari Ftabel (Fhitung $<$ Ftabel) menunjukkan tidak berpengaruh secara simultan. Adapun rumus mencari  $F_{tabel}$  :

Tabel 9 Hasil Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51.348	2	25.674	4.367	.016 <sup>b</sup>
	Residual	423.318	72	5.879		
	Total	474.667	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

**Sumber:** Data Penelitian diolah, Output SPSS 25, 2022.

Pada tabel 9 di atas diperoleh dari hasil Uji Statistik F diperoleh nilai Sig yaitu 0.016 yang menunjukkan angka lebih kecil dari  $<0.05$  dan nilai Fhitung yaitu 4.367 yang menunjukkan jumlahnya lebih besar jika dibandingkan dengan Ftabel yaitu 3.12. Maka dapat disimpulkan Variabel Independen Lokasi dan Promosi (X) berpengaruh secara simultan terhadap Variabel Dependen Keputusan Nasabah (Y).

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Cabang Veteran Kota Makassar**

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t) dengan nilai *Sig*  $X_1$  (Lokasi) yaitu 0.006 yang menunjukkan angka lebih kecil dari 0.05 dan untuk nilai  $t_{hitung}$  pada variabel ini yaitu 2.807 menunjukkan lebih besar jika dibandingkan dengan  $t_{table}$  yaitu 1.993. Maka dapat disimpulkan Variabel Independen Lokasi ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Variabel Dependen Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Wadiah (Y),  **$H_1$  dalam penelitian ini diterima.**

Pada gambar 4.2 di yaitu pada Kurva t menunjukkan hasil variabel  $X_1$  berada pada area berpengaruh positif, sehingga dapat disimpulkan Variabel Lokasi tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah. Dengan hasil yang menunjukkan pengaruh positif maka semakin lokasi bank syariah maka akan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Lokasi menjadi faktor yang dapat menunjang pengambilan keputusan dari nasabah, lokasi yang dimaksud adalah tempat berdirinya tau beroperasinya bank syariah, lokasi yang strategis tentunya akan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Letak dari bank syariah sangat berpengaruh terhadap jumlah nasabahnya, umumnya bank yang strategis akan memiliki nasabah dengan jumlah yang tinggi, nasabah akan menentukan pilihannya dengan pertimbangan kemudahan akses serta biaya yang dikeluarkan akan lebih minim.

Setelah melakukan penelitian ini dengan hasil menunjukkan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Neneng fajriah pada, Diana Ulfah dan Utami Tri Sulistiorini, Andria Sapitri yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erik Rif'ad Hendra Putra dan Ade Sofyan Mulazid yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

### **Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Cabang Veteran Kota Makassar**

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t) dengan nilai *Sig*  $X_2$  (Promosi) yaitu 0.690 yang menunjukkan angka lebih besar dari 0.05 dan untuk nilai  $t_{hitung}$  pada variabel ini yaitu 0.401 menunjukkan lebih kecil jika dibandingkan dengan  $t_{table}$  yaitu 1.993. Maka dapat disimpulkan Variabel Independen Promosi ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap Variabel Dependen Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Wadiah (Y),  **$H_2$  dalam penelitian ini ditolak.**

Tabungan wadiah dalam penelitian ini merupakan produk yang cukup diminati oleh nasabah oleh karena itu pihak bank syariah tidak terlalu fokus

untuk mempromosikan produk wadiah ini, dibandingkan dengan mempromosikan produk-produk baru oleh BSI lebih diutamakan, guna mendukung perkembangan bank syariah.

Setelah melakukan penelitian ini dengan hasil menunjukkan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Atwal Arifin dan Husnul Khotimah yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Neneng fajriah, Marzah Afrina, serta Septi Dwi Restia Budi, yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

### **Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Cabang Veteran Kota Makassar**

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa dari hasil uji statistik  $f$  diperoleh nilai Sig yaitu 0.016 yang menunjukkan angka lebih kecil dari  $<0.05$  dan nilai  $F_{hitung}$  yaitu 4.367 yang menunjukkan jumlahnya lebih besar jika dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  yaitu 3.12. Maka dapat disimpulkan Variabel Independen Lokasi ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) berpengaruh secara simultan terhadap Variabel Dependen Keputusan Nasabah dalam memilih produk tabungan wadiah ( $Y$ )

Dari penelitian diatas menunjukkan keputusan nasabah ditentukan oleh lokasi dan promosi. Dimana letak bank syariah yang strategis tentunya akan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi serta promosi yang dilakukan oleh pihak bank memperkuat minat nasabah untuk memutuskan memilih produk wadiah.

Setelah melakukan penelitian ini dengan hasil menunjukkan lokasi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan wadiah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh neneng fajriah, yang menyatakan bahwa lokasi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai signifikan yaitu 0.006 yang menunjukkan angka lebih kecil dari 0.05 dan untuk nilai  $t_{hitung}$  pada variabel ini yaitu 2.807 menunjukkan lebih besar jika dibandingkan dengan  $t_{table}$  yaitu 1.993.

Variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah yaitu 0.690 yang menunjukkan angka lebih besar dari 0.05 dan untuk nilai  $t_{hitung}$  pada variabel ini yaitu 0.401 menunjukkan lebih kecil jika dibandingkan dengan  $t_{table}$  yaitu 1.993.

Variabel lokasi dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dengan nilai Sig yaitu 0.016 yang menunjukkan angka lebih kecil dari  $<0.05$  dan nilai  $F_{hitung}$  yaitu 4.367 yang menunjukkan jumlahnya lebih besar jika dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  yaitu 3.12.

PT. Bank Syariah Indonesia KC. Veteran, agar tetap memperhatikan lokasi maupun area kantor agar dapat terus mempengaruhi keputusan nasabah, karena merupakan faktor pendukung bagi nasabah untuk memilih atau menggunakan jasa perbankan syariah, selain itu agar lebih meningkatkan promosi sehingga nantinya mampu menarik minat nasabah.

#### **PENELITIAN LANJUTAN**

Diperlukan adanya penelitian yang lebih lanjut dan lebih luas untuk mengkaji mengenai faktor-faktor lain yang diduga mempengaruhi keputusan nasabah. Selain itu, penambahan jumlah sampel pada penelitian selanjutnya tentunya akan memberikan hasil lebih akurat.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terimakasih pada semua pihak yang telah mendukung dan mengarahkan pelaksanaan penelitian ini. Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan penyusunan artikel penelitian ini. Serta terimakasih bagi pengelola jurnal telah berkenan mendukung publikasi artikel kami.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, A., Maulina, A. R., & Agustianingsih, E. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah. *Proceeding PESAT*, 5(1), 113713.
- Alhusain, A. S. (2021). Bank Syariah Indonesia: Tantangan dan Strategi dalam Mendorong Perekonomian Nasional. *Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik Info Singkat*.
- Fajar Fahrudin, M., & Yulianti, E. (2015). Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 5(1), 149. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i1.478>
- Fajriyah, N. (2013). Pengaruh Promosi, Reputasi, dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Sektor III. *Pengaruh Promosi, Reputasi, Dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri Kcp Tangerang Bintaro Sektor Iii*.
- Fitriyani, Y. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Kecamatan Ciputat*. 103.
- Grasela, C. (2019). *Faktor Penyebab Keputusan Memilih Tabungan Dengan Akad Wadiah Daripada Akad Wadiah Daripada Akad Mudharabah di Bank Syariah*. 1-92.
- Harahap, Z. (2020). Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta. *Seminar Nasional Dan Call For Paper*, h 171.
- Hayuningtyas, R. S. (2019). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*.
- Kurniasari, E. (2021). Prospek Masa Depan Bank Syariah di Indonesia Pasca Pemergeran Bank-Bank Syariah BUMN. *Rechtenstudent*, 2(1), 35-45.
- Liza, I. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Prduk Pembiayaan Musyarakah (Studi Pada BMT Syariah Makmur Sukabumi Indah Bandar Lampung)*. 138-141.
- Nadira, R., & Susianto. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Medan Aksara. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 737-748.
- Nugroho, M. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Layanan Dibank Syariah*.
- Ridawati, M. (2016). Yad Amanah dan Yad Dhamanah. *TAFATTAH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Ahwal Syahsiyah*, 1(2), 24-33.
- Riskayanti. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Cab.Makassar) Skripsi*.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syahril. (2016). Evaluasi Sistem dan Prosedur Pembiayaan Mudharabah Pada Perbankan Syariah PT.BPRS Bhakti Sumekar. *PERFORMANCE Bisnis & Akuntansi*, VI(1), 67-85.
- Widayatsari, A. (2013). Akad Wadiah dan Mudharabah dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah. *Economic: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, Vol. 4, No. 1 2014, 3(1), 1-21.
- Zainuddin, Z., Hamja, Y., & Rustiana, S. H. (2016). ANALISIS FAKTOR DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat). *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 13(1), 55-76. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i1.5>