

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN, LOKASI DAN
FASILITAS TERHADAP MINAT NASABAH UNTUK MENABUNG
PADA BANK BRI UNIT HARAPAN BARU**

Sektalonir Oscarini Wati Bhakti¹, Pransiska Diana²
: sektalonir1226@gmail.com¹, p.siskadiana@gmail.com²

¹² Jurusan Akuntansi. Politeknik Negeri Samarinda

¹² Jl. Dr. Cipto Mangunkusumo Samarinda

Abstrak

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap minat menabung pada Bank BRI Unit Harapan Baru. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, disebarkan kepada 100 responden yaitu nasabah Bank BRI Unit Harapan Baru. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 23. Analisis penelitian meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, uji hipotesis (uji t, uji F, dan uji R²), dan juga uji asumsi klasik. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk dan lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Sedangkan pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Kata Kunci: Produk, pelayanan, lokasi, fasilitas, Minat

Abstract

The research objective was to determine effect the quality of the product, service, location and facilities on the customer Interest in the Saving in BRI New Hope Bank. The method of data collection was done through by a questionnaire, distributed to 100 respondents, namely customers of the BRI New Hope Bank. The data obtained was then processed using the SPSS version 23 tool. The analysis of the research included the validity test, reliability test, multiple regression analysis hypothesis testing (t test, F test, and R² test), and also the classical assumption test. The test results partially show that product quality and location do not have a positive and significant effect on interest in saving. While services and facilities have a positive and significant effect on interest in saving.

Keyword: Product, Service, Location, Facilities, Interest.

PENDAHULUAN

Dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan suatu negara sangatlah besar. Bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian. Hal ini dikarenakan dalam realita kehidupan sehari-hari dapat dilihat bahwa hampir semua kegiatan ekonomi disuatu negara, tidak mungkin untuk menghindari lembaga keuangan atau perbankan. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut. Artinya, keberadaan dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakat.

Tingginya kebutuhan masyarakat terhadap lembaga keuangan atau perbankan baik bank konvensional maupun bank syariah yang di iringi pertumbuhan perekonomian di Indonesia membuat persaingan antar bank semakin ketat. Persaingan tersebut terjadi karena setiap lembaga keuangan bank berlomba-lomba untuk menarik setiap masyarakat agar mau menyimpan uangnya pada bank tersebut, sehingga bank dapat memaksimalkan fungsi utamanya yaitu fungsi menghimpun dana (*funding*), fungsi penyaluran dana (*lending*), dan pelayanan jasa. Kondisi persaingan inilah yang memunculkan fenomena yang terbalik, jika dahulu nasabah yang mencari-cari bank, maka sekarang banklah yang mencari-cari



nasabah, dan kondisi ini juga yang dialami oleh Bank-bank yang ada di Indonesia khususnya PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk atau yang lebih sering kita sebut dengan Bank BRI adalah salah satu bank milik pemerintah terbesar di Indonesia. Kegiatan Bank BRI lebih diarahkan kepada perbaikan ekonomi dan pembayaran ekonomi nasional dengan jalan melakukan usaha Bank-Bank Umum, yaitu menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dananya dalam bentuk kredit.

Dalam usaha menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan tabungan, Bank BRI dihadapkan dengan persaingan yaitu hadirnya lembaga keuangan bank dan nonbank lainnya. Kondisi persaingan ini terjadi hampir diseluruh kantor cabang dan kantor unit BRI yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia, secara khusus yaitu pada Bank BRI Unit Harapan Baru. Sehingga diperlukan strategi khusus untuk mendapatkan perhatian nasabah dan calon nasabah mengingat kegiatan menabung kaitannya sangat erat pada nasabah, karena nasabah merupakan konsumen-konsumen penyedia dana dalam proses transaksi keuangan atau jasa.

Adapun upaya yang perlu dilakukan oleh Bank BRI Unit Harapan Baru untuk menghadapi persaingan adalah memahami apa yang menjadi minat nasabahnya untuk menabung. Karena dengan adanya minat maka perilaku nasabah akan terarah pada aktivitas menabung. Untuk dapat memahami apa yang menjadi minat menabung, perusahaan harus lebih dulu mengetahui bagaimana gambaran minat menabung melalui kegiatan transaksi atau kegiatan menabung nasabah yang ada pada Bank BRI Unit Harapan Baru. Adapun gambaran minat menabung pada Bank BRI Unit Harapan Baru dapat dilihat pada banyaknya jumlah penabung selama periode bulan Januari sampai dengan bulan Desember tahun 2018 yaitu sebagai berikut:

Manusia sangat diperlukan sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan serta pemberian informasi yang relevan dan realistis bagi setiap pihak mengingat setiap tahunnya BKPPD Kota Samarinda mengeluarkan biaya yang sangat besar dalam pengelolaan Sumber Daya Manusia.

Tabel 1. Gambaran Minat Menabung Pada Bank BRI Unit Harapan Baru Periode 2018

| Periode 2018 | Bulan | Jumlah Penabung | % |
|---------------------|--------------|------------------------|----------|
| Triwulan 1 | Januari | 2.220 | 26% |
| | Februari | | |
| | Maret | | |
| Triwulan 2 | April | 2.140 | 24,7% |
| | Mei | | |
| | Juni | | |



| | | | |
|---------------|-----------|-------|-------|
| Triwulan 3 | Juli | 2.208 | 25,3% |
| | Agustus | | |
| | September | | |
| Triwulan 4 | Oktober | 2.078 | 24% |
| | November | | |
| | Desember | | |
| Total | | 8,646 | 100% |

Sumber: Bank BRI Unit Harapan Baru, juni 2019

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui gambaran jumlah nasabah yang menabung pada Bank BRI Unit Harapan Baru selama periode 2018 mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak menentu. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan harus memberikan perhatian khusus terhadap kegiatan menabung, bisa saja ada faktor-faktor yang kemungkinan mempengaruhi minat nasabah untuk menabung sehingga pada periode selanjutnya jumlah nasabah yang menabung bisa mengalami kenaikan yang stabil

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Menurut Shinta (2014:3) Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Sedangkan menurut Kotler (2005:10) Manajemen pemasaran merupakan proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok dengan tujuan mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Begitu pula menurut Suryani (2017:23) Manajemen pemasaran sebagai bagian dari aktivitas bisnis merupakan kegiatan yang kompleks, tidak hanya sekedar promosi atau penjualan saja, tetapi bagaimana menciptakan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga mereka puas.

Berdasarkan pengertian yang ada maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan atau mengendalikan, serta bagaimana menciptakan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga mereka puas.

Kualitas Produk

Menurut Machfoedz (2007:78) Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya yang meliputi keawetan, keandalan, kemudahan penggunaan dan perbaikan,



serta sifat-sifatnya. Sedangkan menurut Supranto (2010:2) Kualitas produk adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Begitu pula menurut Ratnasari dan Aksa (2011:103) Kualitas produk merupakan penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan kualitas produk ini adalah dimensi yang global.

Berdasarkan pengertian yang ada dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya sehingga mampu menjadi penggerak kepuasan pelanggan sepenuhnya. Untuk memahami lebih dalam mengenai kualitas produk tidak bisa jika hanya dilihat dari pengertian menurut pendapat para ahli. Pemahaman kualitas produk selanjutnya dapat dipahami melalui dua pokok bahasan, yaitu sebagai berikut:

Pelayanan

Menurut Kasmir (2008:15) Pelayanan dapat di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan atau perbuatan yang dimaksud pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Sedangkan menurut Hurriyati (2010:56) Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen. Begitu pula menurut Kotler dan Keller (2007:42) Pelayanan (*service*) adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah seluruh aktivitas, tindakan, kinerja yang pada dasarnya tidak berwujud, yang dapat diberikan dari satu pihak kepada pihak lain, dan tidak mengakibatkan kepemilikan akan sesuatu atau apapun.

Lokasi

Menurut Kasmir (2010:129) Lokasi adalah tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen (nasabah/pelanggan, aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan, ataupun untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan). Sedangkan menurut Tarigan (2005:122) Lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (*spatial order*) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungan dan pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Begitu pula menurut Swastha (2002:24) Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan.

Berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen, dengan menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial serta pengaruh terhadap keberadaan usaha.

Fasilitas

Sosial Ekonomi dan Bisnis

Halaman 50



Menurut Tjioptono (2018:19) Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Sedangkan menurut Nirwana (2004:17) Fasilitas merupakan bagian dari variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan yang cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang sangat memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaianya. Begitu pula menurut Kotler (2009:45) Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk kenyamanan konsumen.

Berdasarkan beberapa pengertian fasilitas menurut pendapat para ahli diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus disediakan oleh pihak penjual jasa dan menjadi bagian yang memiliki peranan cukup penting sebelum suatu jasa ditawarkan.

Minat

Menurut Poerwadaminta (2006:166) Minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) yang tinggi terhadap sesuatu, gairah dan keinginan yang menyangkut aspek kejiwaan serta perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada suatu. Sedangkan menurut Slameto (2010:180) Minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan menyokong belajar selanjutnya. Begitu pula menurut Syah (2001:136) minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau yang besar terhadap sesuatu.

Berdasarkan pengertian yang ada dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu dan minat merupakan hasil belajar yang kemudian menyokong belajar selanjutnya.

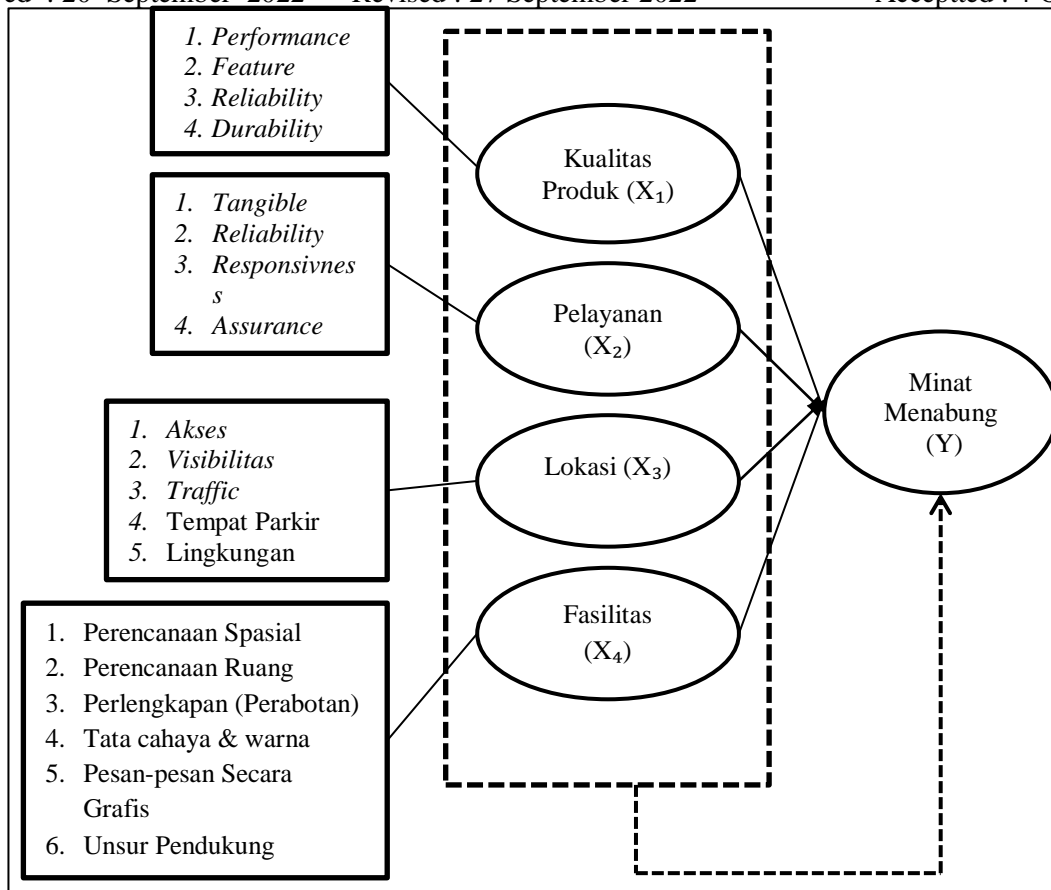
Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir penelitian adalah konsep suatu penelitian yang menghubungkan antara visualisasi satu variabel dengan variabel lainnya, sehingga penelitian menjadi tersusun secara sistematis dan dapat diterima oleh semua pihak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji permasalahan tentang minat nasabah untuk menabung pada Bank BRI Unit Haparan Baru. Minat merupakan suatu perpaduan keinginan dan kemauan dalam suatu produk. Sudut pandang yang dimaksud dalam permasalahan adalah yang berkaitan dengan variabel minat nasabah untuk menabung dengan indikator-indikator yang meliputi:

- a. Kualitas Produk (X_1)
 - b. Pelayanan (X_2)
 - c. Lokasi (X_3)
 - d. Fasilitas (X_4)
- Kerangka Pikir Teoritis dituangkan kedalam gambar berikut:





Gambar 1. kerangka pikir penelitian

Keterangan : —————> : Pengaruh secara parsial

-----> : Pengaruh secara bersama-sama (simultan)

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berdasarkan pada populasi dan sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kualitatif dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:15). Jenis penelitian ini adalah berusaha mengukur pengaruh antar variabel, yakni berusaha mengukur pengaruh kualitas produk, pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap minat menabung.

Populasi dan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Cluster Sampling* (sampling daerah). Teknik sampling daerah ini digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data yang akan digunakan sangat luas, maka prosedur pengambilan sampelnya berdasarkan populasi yang telah ditetapkan (Sujarweni, 2015:86).



Selanjutnya untuk penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada teori Heir at al (Heir J.F at. al, 1995:91), yang menyatakan bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pertanyaan yang digunakan pada kuesioner, dengan asumsi $n \times 5$ *observed variable* (variabel yang diamati) sampai dengan $n \times 10$ *observed variable* (variabel yang diamati). Dalam penelitian ini jumlah item sebanyak 20 pertanyaan yang digunakan untuk mengukur pengaruh 4 variabel bebas terhadap 1 variabel terikat, sehingga perhitungannya adalah 20 item pertanyaan $\times 5 = 100$. Berdasarkan hal tersebut maka jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Penelitian ini diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis (uji t, uji f dan koefisien determinasi) untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti. Ketepatan pengujian suatu hipotesis tentang hubungan variabel penelitian sangat bergantung pada kualitas data yang di pakai dalam pengujian tersebut. Untuk analisis pada penelitian ini, data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada 100 responden, kemudian hasilnya diuji. Uji kesalahan dan keandalan kuesioner pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan komputer dan melalui aplikasi SPSS 23.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif, dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan dan penurunan. Adapun hasil uji Analisis Regresi Linier Berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X_1) Terhadap Minat Menabung

Hasil uji linier berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel kualitas produk bertanda negatif (-0,046), artinya kualitas produk (X_1) tidak berbanding lurus atau berlawanan arah terhadap minat menabung. Sedangkan pada hasil uji hipotesis yaitu uji t (uji parsial) menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,704 > 0,05$ maka Hipotesis ditolak, artinya bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung pada Bank BRI Unit Harapan Baru.

Pengaruh Variabel Pelayanan (X_2) Terhadap Minat Menabung

Berdasarkan hasil regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bertanda positif (0,311), artinya pelayanan (X_2) berbanding lurus atau searah



Received : 20 September 2022 Revised : 27 September 2022 Accepted : 4 Oktober 2022
terhadap minat nasabah menabung. Sedangkan hasil uji hipotesis yaitu uji t (uji parsial) menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,029 < 0,05$, maka Hipotesis diterima, artinya pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada Bank BRI Unit Harapan Baru.

Pengaruh Variabel Lokasi (X_3) Terhadap Minat Menabung

Berdasarkan hasil regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel lokasi bertanda positif (0,084), artinya lokasi (X_3) berbanding lurus atau searah terhadap minat nasabah menabung. Sedangkan hasil uji hipotesis yaitu uji t (uji parsial) menunjukkan nilai signifikan $0,398 > 0,05$, maka Hipotesis ditolak, artinya bahwa variabel lokasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung pada Bank BRI Unit Harapan Baru.

Pengaruh Variabel Fasilitas (X_4) Terhadap Minat Menabung

Berdasarkan hasil regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel fasilitas bertanda positif (0,242), artinya fasilitas (X_4) berbanding lurus atau searah terhadap minat nasabah. Sedangkan hasil uji hipotesis yaitu uji t (uji parsial) menunjukkan nilai signifikan $0,022 < 0,05$, maka Hipotesis diterima. Artinya bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada Bank BRI Unit Harapan Baru.

Pengaruh Secara Simultan

Secara simultan variabel kualitas produk, pelayanan, lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pada Bank BRI Unit Harapan Baru. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung $> F$ tabel ($4,647 > 2,467$), dan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ maka Hipotesis diterima.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk, pelayanan, lokasi, dan fasilitas terhadap minat nasabah untuk menabung Pada Bank BRI Unit Harapan Baru, maka dapat di tarik kesimpulan bahwa Secara parsial variabel kualitas produk (X_1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada Bank BRI Unit Harapan Baru, secara parsial variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank BRI Unit Harapan Baru, secara parsial variabel lokasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung pada Bank BRI Unit Harapan Baru, secara parsial variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada Bank BRI Unit Harapan Baru, dan kemudian secara simultan variabel kualitas produk, pelayanan, lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pada Bank BRI Unit Harapan Baru.



Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis (2012). *Bank dan Lembaga keuangan, Edisi 1*. Jakarta: Rajawali Pers.

Abror, Abdulrahman (1993). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: PT Tiara Wacana.

Bawono, Anton (2006). "*Multivariate Analysis dengan SPSS, cetakan pertama*". STAIN Salatiga Press.

Diana, Susanti Mei (2017). *Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di BMT Umat Sejahtera Kalijambe*. IAIN Surakarta.

Ghozali, Imam (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Undip.

Hasibuan, Malayu (2011). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Heir J.F. et. al (1995). *Multivariate Data Analysis With Reading*, Edisi 4. New Jersey: Prentice Hall.

Homsatun (2018). *Pengaruh Lokasi, Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Pada PT Bank Muamalat Tbk, Cabang Kendari*. IAIN Kendari.

Hurriyati, Ratih (2010). *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

Kasiram, H.Moh (2008). *Metodologi penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN Malang Press.

Kasmir (2008). *Etika Customer Service, Edisi 1*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Kasmir (2014). *Manajemen Perbankan, edisi revisi*". Jakarta: Rajawali Pers.

Kotler, Philip (2005). *Manajemen pemasaran, Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2007). *Manajemen Pemasaran, edisi 12 jilid 2*. PT Indeks.

Khotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane (2009), *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 2*, Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.

Machfoedz, Mahmud (2007). *Pengantar Bisnis Modern, Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.

Malau, Harman (2017). *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Alfabeta.

Marwanto, Aris (2015). *Marketing Sukses*. Yogyakarta: Kobis.

Nurhayati, Vita (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah* . IAIN Salatiga.

Poerwadaminta, W.J.S. (2006). "*Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi III*", Jakarta: Balai Pustaka

Priyatno, Duwi (2012). *Olah Data Statistik dengan SPSS, Edisi 1*. Yogyakarta: ANDI.



Putri, Tandi Larasati (2017). *Pengaruh Lokasi, Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa IAIN Salatiga Dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah*. IAIN Salatiga.

Ratnasari, Ririn Tri dan Aksa, Mustati (2011). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Shinta, Agustina (2014). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).

Slamento (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor Yang mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi (2000). *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bina Aksara.

Sujarweni, Wiratna (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.

Supranto, J (2010). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Cet. 1*, Jakarta: PT, Rineka Cipta.

Suryani, Tatik (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Swastha, Basu (2002). *Azaz-Azaz Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.

Tarigan, Robinson (2005). *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Bumi Perkasa.

Tjiptono, Fandy (2018). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi offset.

Wandira, Ayu (2018). *Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syari'ah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.

Wardani, Aisya (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Pelayanan dan Fasilitas Bank Terhadap Prilaku Menabung (Studi Pada Nasabah Bank Purworejo)*. Universitas Muhammadiyah Purworejo.

Wibowo (2010). *"Manajemen Kinerja, Edisi 3"*. Jakarta: Rajawali Pers.

Internet:

<https://mirave21.wordpress.com/tag/pengertian-nasabah/>

(2018,24Desember) <https://www.cermati.com/artikel/amp/tabungan-bri-pilihan-lengkap-dengan-syarat-dan-biaya-yang-memuaskan>

(2019,6Januari)

<https://ekonomi-kompas-com/read/2016/05/31/164626326/bri-satusatunya-bank-di-dunia-yang-punya-satelit-sendiri>

