

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP MINAT MENABUNG PADA PRODUK TABUNGAN QALAM

Susi Noviana¹, Athi' Hidayati²

Universitas Hasyim Asy'ari, Tebuireng Jombang

Email:susinoviana038@gmail.com

ABSTRACT

Customer interest in saving is influenced by various factors, including the quality of products offered by financial institutions and the level of customer confidence in these products. Qalam savings product from PT BPRS Lantabur Tebuireng Mojokerto Branch is one of the services aimed at increasing student participation in saving. This study analyzes the influence of two main factors, namely, product quality and customer trust on interest in saving on Qalam savings products. Product quality (X1) is measured through product features, reliability, and ease of access, while customer trust (X2) includes trust in the bank and product safety. The dependent variable in this study is saving interest (Y), which is evaluated based on saving intention, saving frequency, and saving amount. Data were collected using a questionnaire and analyzed by multiple linear regression. The results show that both variables, product quality and customer trust, have a significant positive influence on saving interest. The findings provide insights for financial institutions in improving services and building customer trust to encourage saving intention.

Keywords: *Customer Service, Financial Institutions, Product Quality, Qalam Savings, Saving Interest.*

ABSTRAK

Minat nasabah untuk menabung dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan dan tingkat kepercayaan nasabah terhadap produk tersebut. Produk tabungan Qalam dari PT BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Mojokerto merupakan salah satu layanan yang ditujukan untuk meningkatkan partisipasi pelajar dalam menabung. Penelitian ini menganalisis pengaruh dua faktor utama yaitu, kualitas produk dan kepercayaan nasabah terhadap minat menabung pada produk tabungan Qalam. Kualitas produk (X1) diukur melalui fitur produk, keandalan, dan kemudahan akses, sementara kepercayaan nasabah (X2) mencakup kepercayaan terhadap bank dan keamanan produk. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menabung (Y), yang dievaluasi berdasarkan niat menabung, frekuensi menabung, dan jumlah tabungan. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel, kualitas produk dan kepercayaan nasabah, memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat menabung. Temuan ini memberikan wawasan bagi lembaga keuangan dalam meningkatkan layanan dan membangun kepercayaan nasabah untuk mendorong minat menabung.

Kata Kunci: Kepercayaan Nasabah, Kualitas Produk, Lembaga Keuangan, Minat Menabung, Tabungan Qalam

PENDAHULUAN

Dalam era modern ini, pengelolaan keuangan pribadi menjadi semakin penting, terutama dalam konteks masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya menabung. Menabung bukan hanya sekadar menyimpan uang, tetapi juga merupakan langkah strategis dalam mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Dalam konteks perbankan syariah, produk tabungan yang ditawarkan harus mampu memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah, serta sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Islam & Bone, 2024). Salah satu produk tabungan yang menarik perhatian adalah produk Tabungan Qalam, yang dirancang untuk memberikan kemudahan dan manfaat bagi pelajar untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh kualitas produk dan kepercayaan nasabah terhadap minat menabung pada produk Tabungan Qalam.

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang memiliki pengaruh besar terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Dalam hal produk tabungan, kualitas mencakup berbagai elemen, seperti fitur, manfaat, dan kemudahan akses. Penelitian menunjukkan bahwa produk dengan kualitas baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada akhirnya dapat meningkatkan minat mereka untuk menabung (Dwiantoro *et al.*, 2021). Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana kualitas produk Tabungan Qalam dapat berkontribusi terhadap peningkatan minat menabung nasabah.

Kepercayaan nasabah menjadi salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan untuk menabung. Kepercayaan ini dapat dibangun melalui transparansi, reputasi yang baik bank, dan pengalaman positif yang dialami nasabah sebelumnya. Berdasarkan penelitian, nasabah yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap bank lebih cenderung tertarik untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana kepercayaan nasabah terhadap PT. BPRS Lantabur Tebuireng dapat memengaruhi minat nasabah untuk menabung pada produk Tabungan Qalam.

Selain itu, religiusitas juga dapat memainkan peran dalam mengambil keputusan menabung di PT. BPRS Lantabur Tebuireng. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa nasabah yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi,

lebih memilih produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, termasuk produk tabungan (Adilla *et al.*, 2021). Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis bagaimana faktor religiusitas berinteraksi dengan kualitas produk dan kepercayaan nasabah dalam memengaruhi minat menabung.

Dalam konteks perkembangan teknologi informasi, bank syariah dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut. Produk yang ditawarkan harus memiliki kualitas yang mampu bersaing dengan produk perbankan konvensional, termasuk dalam hal kemudahan akses dan penggunaan (Ryan & Nur Kholis, 2024). Penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses dan penggunaan produk tabungan dapat meningkatkan minat nasabah untuk menabung. Dengan demikian, bank syariah perlu terus melakukan inovasi dalam mengembangkan produk tabungan yang dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi nasabah.

Diharapkan, penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan strategi pemasaran produk tabungan di PT. BPRS Lantabur Tebuireng, khususnya dalam meningkatkan minat menabung nasabah. Dengan memahami dampak kualitas produk dan kepercayaan nasabah, bank syariah dapat menyusun kebijakan yang lebih efektif untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan yang sudah ada. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian-penelitian berikutnya dalam bidang perbankan syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif untuk mengeksplorasi dan menganalisis pengaruh kualitas produk (X1) serta kepercayaan nasabah (X2) terhadap minat menabung (Y) pada produk Tabungan Qalam. Metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang menggunakan data dalam bentuk angka dan analisis statistik untuk mengukur, menganalisis, dan menginterpretasikan fenomena yang sedang diteliti. (Syahrizal & Jailani, 2023). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis secara objektif melalui analisis data yang terukur (Alaslan *et al.*, 2023).

Data dikumpulkan dengan membagikan kuesioner kepada responden yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Kuesioner dirancang untuk mengeksplorasi

variabel kualitas produk, kepercayaan nasabah, dan minat menabung pada produk Tabungan Qalam secara sistematis.

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda untuk mengidentifikasi pengaruh serta hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Analisis tambahan, seperti uji normalitas untuk memastikan distribusi data yang sesuai dan uji multikolinearitas untuk memastikan tidak adanya hubungan yang kuat antar variabel independen, juga dilakukan untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai r- hitung	Sig	r- tabel	Kriteria
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,828	0,000	0,301	Valid
	X1.2	0,745	0,000	0,301	Valid
	X1.3	0,854	0,000	0,301	Valid
Kepercayaan Nasabah	X2.1	0,816	0,000	0,301	Valid
	X2.2	0,803	0,000	0,301	Valid
	X2.3	0,839	0,000	0,301	Valid
Minat Menabung pada Produk Tabungan Qalam	Y1.1	0,768	0,000	0,301	Valid
	Y1.2	0,856	0,000	0,301	Valid
	Y1.3	0,792	0,000	0,301	Valid

Sumber Data: Hasil Pengolahan SPSS (2024)

Berdasarkan uji validitas yang terdapat pada tabel 1, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam penelitian ini valid. Validitas ini terbukti melalui nilai R hitung yang lebih besar dari nilai R-tabel pada setiap pernyataan, yang menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam penelitian ini dapat diterima.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,731	Reliabel
2	Kepercayaan Nasabah	0,754	Reliabel
3	Minat Menabung	0,721	Reliabel

Sumber Data: Hasil Pengolahan SPSS (2024)

Berdasarkan tabel 2 di atas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Kepercayaan Nasabah (X2) dan Minat Menabung pada Produk Tabungan Qalam (Y) memiliki nilai cronbach's alpha > dari 0.60 maka dinyatakan reliabilitas yang baik.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

		Understandized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.31330680
Most Extreme Differences	Absolute	0.103
	Positive	0.103
	Negative	-.066
Test Statistic		0.103
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.200

Sumber Data: Hasil Pengolahan SPSS (2024)

Berdasarkan hasil output di atas hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0.200 ini memiliki arti bahwa hasil residual berdistribusi normal, karena nilai signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0.05 maka Ho diterima, dan dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

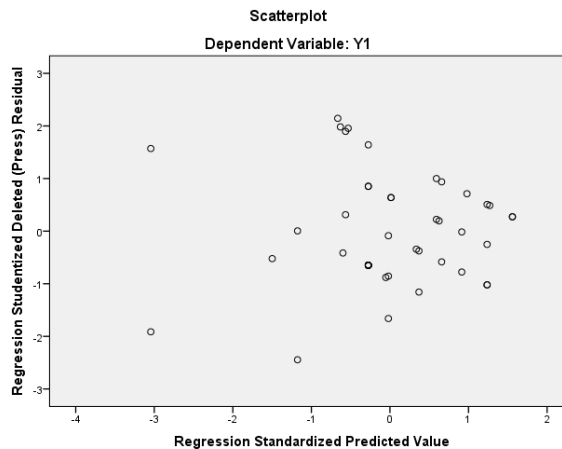
No.	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	0.693	1.444	Tidak terjadi Multikolinieritas
2	Kepercayaan Nasabah (X2)	0.693	1.444	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber Data: Hasil Pengolahan SPSS (2024)

Dari hasil pengujian di atas terlihat bahwa nilai tolerance variabel Kualitas Produk (X1) dan Kepercayaan Nasabah (X2) adalah sebesar 0.693 lebih besar dari 0.1. Sedangkan VIF variabel Kualitas Produk (X1) dan Kepercayaan Nasabah (X2) sebesar 1,444 kurang dari 10.00. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber Data: Hasil Pengolahan SPSS (2024)

Menurut Gambar 1, hasil uji heteroskedastisitas mengindikasikan bahwa penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas. Hal ini terlihat pada scatterplot, yang menunjukkan penyebaran data secara acak tanpa pola yang teridentifikasi.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.544	1.191		3.807	.000
	Kualitas Produk (X1)	.312	.133	.352	2.357	.023
	Kepercayaan Nasabah (X2)	.280	.130	.322	2.155	.037

Sumber Data: Hasil Pengolahan SPSS (2024)

Tabel 5 di atas menampilkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22, yang dijadikan dasar untuk membentuk model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y: 4.533 + 0.312(X1) + 0.280(X2)$$

b. Uji Parsial (T)

Berdasarkan tabel 5, pengujian hipotesis pengaruh variabel terhadap minat menabung pada produk tabungan Qalam menunjukkan hasil sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikansi (sig), untuk pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel minat menabung pada produk tabungan Qalam (Y) adalah 0.023 yang berarti lebih kecil dari 0.05, dan nilai t hitung sebesar 2.357 lebih besar dari t tabel 1.682. Hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan dari X1 terhadap Y.
- 2) Nilai signifikansi (sig), untuk pengaruh variabel kepercayaan nasabah (X2) terhadap minat menabung pada produk tabungan Qalam (Y) adalah 0.037 yang juga lebih kecil dari 0.05, dan nilai t hitung 2.155 yang lebih besar dari t tabel 1.682. Oleh karena itu, H2 diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari X2 terhadap Y.

Dari hasil uji T di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan kepercayaan nasabah (X2) memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung pada produk tabungan Qalam.

c. Uji F (Simultan)

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41.310	2	20.655	11.431	.000 ^b
	Residual	75.890	42	1.807		
	Total	117.200	44			

Sumber Data: Hasil Pengolahan SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji F (Simultan) di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung $11.431 > 3.220$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan kepercayaan nasabah (X2) secara simultan terhadap minat menabung pada produk tabungan Qalam (Y) diterima.

d. Uji Determinan

Tabel 7. Hasil Uji Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.594	.352	.322	1.344	1.926

Sumber Data: Hasil Pengolahan SPSS (2024)

Hasil dari analisis tabel di atas dapat disimpulkan bahwa, variabel kualitas produk dan kepercayaan nasabah memiliki hubungan yang positif sehingga dapat disimpulkan bahwa R Square sebesar 0.352 artinya 35.2%. Sisanya yaitu 64.8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Menabung pada Produk Tabungan Qalam

Berdasarkan tabel pada uji parsial, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel X1 (kualitas produk) terhadap variabel Y (minat menabung).

Hal ini didukung oleh nilai signifikansi (sig) sebesar 0.023 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (0.05) dan nilai t hitung sebesar 2.357 yang lebih besar dari nilai t tabel (1.682). Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H1) dapat diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap minat menabung berdasarkan hasil uji t (parsial) yang dilakukan.

Kualitas produk menjadi faktor utama yang mendorong pelajar untuk memilih Tabungan Qalam sebagai sarana menabung. Produk yang dirancang dengan fitur sederhana, fleksibilitas setoran, dan kemudahan akses memberikan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan pelajar. Selain itu, transparansi akad syariah dan jaminan keamanan transaksi menambah daya tarik produk, sehingga meningkatkan kepercayaan diri pelajar untuk memulai kebiasaan menabung (Halim *et al.*, 2024) (Zulfayani *et al.*, 2023).

Hasil uji ini menegaskan bahwa kualitas produk Tabungan Qalam tidak hanya mendukung minat menabung secara signifikan, tetapi juga menjadi langkah awal yang penting dalam membentuk budaya finansial yang baik sejak dini. Dengan menjaga kualitas produk yang relevan dengan kebutuhan pelajar, bank dapat terus meningkatkan jumlah pengguna Tabungan Qalam dan memaksimalkan dampaknya bagi generasi muda.

Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Minat Menabung pada Produk Tabungan Qalam

Berdasarkan uji t pada tabel 5, terlihat adanya pengaruh positif antara kepercayaan nasabah terhadap minat menabung pada produk Tabungan Qalam. Dilihat dari nilai signifikan $0.037 < 0.05$ dan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, yaitu $2.155 > 1.682$, hipotesis alternatif (H2) dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah (variabel X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung (variabel Y) berdasarkan hasil uji t (parsial) yang dilakukan.

Kepercayaan nasabah menjadi salah satu elemen kunci dalam membangun minat pelajar untuk menabung (Rudi Haryono, 2022). Ketika pelajar dan orang tua merasa yakin terhadap keamanan, transparansi, dan konsistensi layanan Tabungan Qalam, mereka akan lebih terdorong untuk memanfaatkan produk ini.

Kepercayaan ini juga menciptakan rasa nyaman dan keyakinan bahwa dana yang disimpan terkelola dengan baik sesuai dengan prinsip syariah (Lauza *et al.*, 2024).

Dengan kepercayaan yang kuat, pelajar cenderung lebih termotivasi untuk memulai atau meningkatkan aktivitas menabung melalui Tabungan Qalam. Oleh karena itu, hasil uji t ini mengindikasikan bahwa kepercayaan nasabah tidak hanya berperan penting secara parsial, tetapi juga berkontribusi signifikan dalam membangun budaya menabung sejak dini, yang menjadi tujuan utama dari Tabungan Qalam.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Nasabah terhadap Minat Menabung pada Produk Tabungan Qalam.

Berdasarkan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung sebesar $11.431 > 3.220$, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_3) diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel X_1 (kualitas produk) dan X_2 (kepercayaan nasabah) secara simultan terhadap variabel Y (minat menabung).

Kualitas produk dan kepercayaan nasabah berkontribusi bersama dalam meningkatkan minat pelajar untuk menabung pada Tabungan Qalam. Kualitas produk yang unggul, seperti fitur yang sederhana dan ramah pelajar, kemudahan akses melalui aplikasi digital, serta transparansi dalam pengelolaan dana, memberikan pengalaman menabung yang positif (Risma *et al.*, 2023) (Fadriansyah *et al.*, 2022). Sementara itu, kepercayaan nasabah, yang terbangun melalui keamanan transaksi dan komitmen bank dalam menjaga integritas produk, semakin memperkuat keyakinan pelajar dan orang tua untuk memilih Tabungan Qalam. Sinergi antara kualitas produk yang memadai dan kepercayaan nasabah mampu menciptakan dorongan yang kuat bagi pelajar untuk menjadikan Tabungan Qalam sebagai sarana utama dalam membangun kebiasaan menabung sejak dini. Dengan demikian, hasil analisis ini mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan memainkan peran penting dalam meningkatkan minat menabung pada produk Tabungan Qalam

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji parsial, baik kualitas produk maupun kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap minat menabung pada Tabungan Qalam.

Kualitas produk, yang meliputi kemudahan akses, fitur yang relevan, dan kesesuaian dengan prinsip syariah, terbukti memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan minat pelajar untuk menabung. Produk yang sesuai dengan kebutuhan pelajar dan memberikan pengalaman menabung yang positif mampu mendorong mereka untuk mulai menabung sejak dini. Sementara itu, kepercayaan nasabah, yang berkaitan dengan keamanan dan transparansi produk, juga berperan penting dalam meningkatkan minat menabung, karena nasabah merasa lebih yakin dan nyaman untuk menyimpan uang mereka.

Berdasarkan hasil uji simultan, ditemukan bahwa kualitas produk dan kepercayaan nasabah secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung pada Tabungan Qalam. Kedua variabel ini saling memperkuat dan berkontribusi signifikan dalam meningkatkan minat pelajar untuk menabung. Dengan demikian, pengembangan produk yang berkualitas dan upaya untuk membangun kepercayaan nasabah harus dilakukan secara simultan untuk mencapai hasil yang optimal dalam meningkatkan kebiasaan menabung pada generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Adilla, N. S., Eliyanora, & Handayani, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 14(2), 352–360. <https://doi.org/10.35143/jakb.v14i2.5174>
- Alaslan, A., Suharti, B., Laxmi, Rustandi, N., Sutrisno, E., & Rahmi, S. (2023). *Penelitian Metode Kualitatif* (Achmad Hidir (ed.); Pertama). Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia Anggota IKAPI Jawa Barat. <https://osf.io/preprints/thesiscommons/smrh>
- Buhari, A. T., & Sanjaya, M. I. (2023). Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal of Economic and Islamic Research*, 1(02), 153–164. <https://doi.org/10.62730/journalofeconomicandislamicresearch.v1i02.55>
- Dwiantoro, R. Z., Haryono, H., & Imamah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di BANK JATIM KCP Driyorejo Gresik. *EkoBis: Jurnal Ekonomi*

- & *Bisnis*, 1(2), 55–63. <https://doi.org/10.46821/ekobis.v1i2.28>
- Fadriansyah, M. S., Hans, J. Z. A., & Ayningtyas, E. A. (2022). Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Kepercayaan serta Dampaknya pada Loyalitas Nasabah. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Vol. 24, N. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v24i1.758>
- Haikal, M., & Efendi, S. (2024). Prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah dalam Undang-Undang Perbankan Syariah. *MAQASIDI: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 4(1), 26–39. <https://doi.org/10.47498/maqasidi.v4i1.2988>
- Halim, H. H., Islam, M. H., & Nasrifah, M. (2024). Penerapan Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Dalam Meningkatkan Nilai Kualitas Produk Tabungan Prima iB Bank Tabungan Negara Syariah Kcps Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 12(1), 30–43. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v12i1.1865>
- Islam, A., & Bone, N. (2024). PENGARUH LITERASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG MASYARAKAT DI BANK SYARIAH INDONESIA. *Jurnal Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4(1). <https://ejournal.iain-bone.ac.id/index.php/ibf/article/view/5496/pdf>
- Lauza, A., Rasyidin, M., Saleh, M., Zulfikar, Z., Nova, N., & Rizkina, A. (2024). Analisis Faktor Layanan, Reputasi dan Keamanan yang Mempengaruhi Keputusan Gen Z Menggunakan Perbankan Syariah. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 5(2), 116–124. <https://doi.org/10.47065/tin.v5i2.5456>
- Muhammad, N., & Munir, M. (2023). Pengaruh Kualitas Relationship Marketing Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah pada Bank BSI di Bondowoso
Keywords : Relationship Marketing , Increasing Number of Customers , BSI Bank in Bondowoso Pendahuluan Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang. *Journal of Economic and Islamic Research*, 2(1), 126–136. <https://doi.org/https://doi.org/10.62730/journalofeconomicandislamicresearch.v2i1.80>
- Nurlasera, Julina, Lahamid, Q., & Zuhra, F. (2024). Financial Iteration from an Early Age to Children Literasi Keuangan Sejak Dini Pada Anak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat I*, 2(2), 48–54.

<https://doi.org/10.46750/abdimasisei.v1i2.233>

- Ovika, S. K. W. G., Priambudi, T. W., & Martono, S. (2024). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung : Sebuah Kajian Literatur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 4(1), 275–294. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v4i1.345>
- Risma, R., Salim, A., & Saprida, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bsi Tabungan Easy Wadiah Di Bank Syariah Indonesia Kc Simpang Patal Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 3(2), 135–144. <https://doi.org/10.36908/jimesha.v3i2.249>
- Rohmah, M., & Hidayati, A. (2023). Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Untuk Meningkatkan Profitabilitas Di PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang. *Journal of Cross Knowledge*, 1(2), 246–253. <https://edujavare.com/index.php/IJCK/article/view/142%0Ahttps://edujavare.com/index.php/IJCK/article/download/142/111>
- Rudi Haryono. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 133–156. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i1.95>
- Ryan, R. Y. P., & Nur Kholis. (2024). Konsep Hadiah Dalam Produk Perbankan Syariah Perspektif Fatwa Dewan Syari’Ah Nasional Dan Aplikasinya Diperbankan Syariah. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 6(1), 1542–1555. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol6.iss1.art6>
- Sari, M. A., & Husaen, F. D. U. (2024). PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, TINGKAT PEMAHAMAN PRODUK DAN KESADARAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG DI BSI PADA GENERASI Z. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 7(1), 1–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.29103/el-amwal.v7i1.14267>
- Soelistiawan, H., Lukitaningsih, A., & Wiyono, G. (2021). Pentingnya Trust dalam Mediasi Citra Perusahaan dan Relationship marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 188–196.
- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 1, 13–

23. <https://doi.org/https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49>

Zulfayani, A., Nurmilasari, N., Nurul Afdhal, A. M., Rahayu, A., Achriaty, N., & Nurfadilla, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Dan Layanan Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 6(2), 201–207. <https://doi.org/10.57093/metansi.v6i2.223>