EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi
Vol.3, No.4, Mei 2024

# Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Simpanan Hari Raya (Sariya)

**Dhaniel Widhi Pratomo[1], Danang Satrio[2], Arif Budiharjo[3]**
[1,2,3] Universitas Pekalongan
E-mail: dhaniel23.mahezone@gmail.com

**Article History:**
Received: 19 Maret 2024
Revised: 25 April 2024
Accepted: 27 April 2024

**Keywords:** *Promosi, Pelayanan, Peningkatan Nasabah, Sariya.*

***Abstract:*** *Penelitian ini dimaksudkan untuk memahami serta mengevaluasi dampak promosi dan layanan terhadap peningkatan jumlah nasabah simpanan hari raya (Sariya) di Koperasi X. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah simpanan hari raya (Sariya) di suatu Kecamatan Kabupaten Batang. Jumlah sampel penelitian ini yaitu 91 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang kemudian di olah menggunakan SPSS. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling, dengan teknik sampling insidental. Pengukuran jawaban instrumen kuesioner menggunakan skala likert dengan 5 tingkatan skor jawaban. Uji validitas istrumen menggunakan metode person's produck moment correlation, uji reliabilitas menggunakan cronbach alpha. Pengujian hipotesis menggunakan uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: 1) Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah, berarti H1 diterima. 2) Pelayanan memiliki positif signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah berarti H2 diterima. 3) Promosi dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah berarti H3 diterima.*

## PENDAHULUAN

Koperasi merupakan lembaga keuangan di Indonesia yang cukup berkembang dengan pesat. Peran koperasi termasuk penting dalam memajukan ekonomi Indonesia dengan dasar kekeluargaan dan gotong-royong yang membantu perekonomian rakyat. Koperasi juga mampu memberikan peluang yang menguntungkan pada usaha kecil dalam memberikan modal tanpa mengambil keuntungan yang berlebihan, menerapkan suku bunga yang rendah sehingga masyarakat dapat memperoleh keuntungan dan tidak memberatkan nasabahnya (Anifah, 2018).

Tujuan koperasi yaitu untuk mencapai keuntungan bersama bukan perorangan, karena dengan memegang erat dasar kebersamaan menimbulkan rasa percaya jika usaha dan keuntungan dilakukan bersama-sama akan lebih mendapatkan banyak berkah untuk kelangsungan hidup

koperasi. Berkembangnya syariat islam saat ini telah memicu terbentuknya lembaga keuangan berlandaskan syariah, dengan menerapkan sistem syariah seperti Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). KSPPS merupakan suatu lembaga keuangan yang menyediakan layanan jasa keuangan yang dikemas dalam syariah untuk memasarkan produk yang dimiliki koperasi, yang tumbuh berkembang dari peran masyarakat secara luas tidak terbatas, mulai dari faktor ekonomi dan agama. KSPPS menjadi wadah untuk memperoleh dana agar dapat memperbaiki dan mengembangkan usaha yang menciptakan kehidupan lebih baik dan terpenuhi segala kebutuhan (Mufidah, 2019).

Tingginya minat masyarakat menggunakan jasa lembaga keuangan ini untuk kepentingan masyarakat diberbagai bidang usaha kecil maupun usaha besar yang produktif, konsumtif, maupun untuk investasi. Koperasi syariah berperan untuk meningkatkan kualitas SDM anggota, mengelola dana masyarakat agar lebih bermanfaat, meningkatkan lapangan pekerjaan, dan meningkatkan kualitas usaha serta pasar produk anggota dalam (Ningsih, 2020).

Salah satu lembaga koperasi yang mengupayakan meningkatkan promosi dan pelayanan kepada nasabah agar dapat bersaing didunia usaha yaitu KSPPS Koperasi X. KSPPS Koperasi X adalah sebuah lembaga keuangan koperasi berbasis syariah yang mengurus layanan simpan pinjam dan pembiayaan syariah. Mereka memfasilitasi pengumpulan dana dari anggota, menggunakan dana tersebut untuk menyimpan serta memberikan pinjaman kepada anggota yang membutuhkan dana tambahan. Koperasi X berperan membantu anggota mengelola dana permodalan usaha terlebih pada usaha kecil, perdagangan, juga berpartisipasi membangun perekonomian daerah agar lebih baik. Koperasi X didirikan atas ide dan gagasan para generasi muda dengan menyasar potensi umat yang memiliki ciri khas berpegang teguh atas kebersamaan dan kegotongroyongan (Mufidah, 2019).

Sebagai lembaga keuangan, Koperasi X menyediakan layanan kepada masyarakat yang ingin melakukan simpan pinjam dan pembiayaan akan menjadi lebih mudah. Koperasi X memiliki berbagai macam produk jasa simpanan dan pembiayaan, layanan produk jasa tersebut tidak hanya untuk anggota, tetapi berlaku untuk semua masyarakat dengan mengikuti peraturan dan memenuhi syarat mendaftar terlebih dahulu sebagai anggota baru.

**Tabel 1. Jenis Produk Koperasi X**

| JENIS | PRODUK |
|---|---|
| Simpanan | 1. Tabungan Haji dan Umroh<br>2. Tabungan Ziarah<br>3. Tabungan Sukarela<br>4. Tabungan Juwita<br>5. Tabungan Tastour<br>6. Tabungan Hari Raya (Sariya)<br>7. Tabungan Qurban (Siqurma)<br>8. Simpanan Berjangka |
| Pembiayaan | 1. Mudharobah<br>2. Murabahah<br>3. Rahn<br>4. Modal Usaha<br>• Angsuran<br>• Tempo<br>• Insidentil (Cek/Giro) |

| | |
|---|---|
| | • Kredit Motor dan Mobil |

*Sumber: Koperasi X, 2023*

Dari beberapa produk diatas peneliti tertarik meneliti produk Sariya, karena sariya banyak diminati nasabah, dimana produk tahunan yang dinanti nasabah untuk kebutuhan hari raya dan memiliki keunggulan mendapat paket sembako gratis dengan jaminan saldo tabungan kembali utuh.

Produk tersebut akan sulit berkembang apabila masyarakat kurang mengetahui. Koperasi X harus melaksanakan aktivitas promosi untuk memasarkan produk-produknya. Promosi merupakan upaya interaksi dari perusahaan untuk memberikan informasi kepada konsumen dengan tujuan meningkatkan penjualan. Menurut Marsheres (2019), promosi adalah proses komunikasi dari pihak penjual yang bertujuan untuk memberikan informasi, membujuk, dan mengingatkan calon pembeli tentang suatu produk, dengan harapan dapat memengaruhi pendapat mereka atau memicu suatu respons. Tujuan utama dari promosi adalah untuk mengenalkan, memberitahukan, dan mengingatkan kembali manfaat produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Dalam sebuah perusahaan yang diharapkan adalah mampu menciptakan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah agar proses pencapaian tujuan dapat terwujud secara efektif dan efisien. Pelayanan yang kurang baik akan berpengaruh negatif dalam mencapai tujuan perusahaan. Pelayanan yang tidak ramah atau kurang baik, akan menimbulkan masalah bagi perusahaan kurangnya minat nasabah, penurunan pendapatan, penurunan jumlah nasabah, dan masalah lainnya yang dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan secara baik dan maksimal maka pendapatan perusahan dapat meningkat, nasabah merasa puas dan tetap bertahan menjadi anggota aktif, serta banyak masyarakat lebih tertarik menjadi anggota baru, sehingga akan lebih menguntungkan bagi perusahaan.

Koperasi X memiliki dua layanan produk yaitu Simpanan dan Pembiayaan. Angka peningkatan jumlah nasabah dari beberapa tahun yang lalu kini semakin meningkat. Layanan produk Koperasi X yang paling dominan, lancar, dan rutin yaitu Simpanan, dari total keseluruhan anggota Koperasi X sampai sekarang adalah 4.300 anggota. Hal tersebut dilihat dari kebiasaan menabung, karena masyarakat lebih minat menabung apalagi seorang wirausaha seperti usaha mikro atau pedagang kecil yang menyimpan pendapatannya untuk usaha tersebut. Produk Simpanan juga menyesuaikan pendapatan anggotanya, tidak mengharuskan nominal yang banyak, kecuali anggota tersebut mengikuti layanan produk simpanan lain yang mengharuskan anggotanya menyetorkan pendapatan sesuai syarat ketentuan produk yang ditargetkan.

Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) Kabupaten Batang melalui sensus penduduk, data jumlah penduduk Kecamatan tempat Koperasi X berada tahun 2022 disebutkan dalam tabel berikut:

**Tabel 2. Jumlah Penduduk Tahun 2022**

| **Jenis Kelamin** | **Total** |
|---|---|
| Laki – Laki | 36.309 |
| Perempuan | 36.142 |
| Jumlah | 72.451 |

*Sumber: https://batangkab.bps.id*

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan Pimpinan Koperasi X mengatakan

bahwa agenda pemasaran menggunakan via online yang dilakukan satu arah, hanya memasang brosur iklan di story whatsapp, dilakukan oleh karyawan setiap pagi hari mulai jam kerja sehingga terlalu membosankan.

Masalah kedua yaitu pelayanan, pelayanan yang dilakukan kurang memuaskan seperti pembagian tabungan Sariya dan sembako gratis tidak dilakukan serentak bersama-sama, nasabah harus menunggu jadwal pembagian. Banyak nasabah memilih langsung ke kantor, jika menunggu karyawan yang mengantarkan dirasa lama, terutama tabungan yang sangat dibutuhkan untuk keperluan nanti hari raya. Sembako yang didapatkan tidak sesuai harapan nasabah. Hal tersebut menyebabkan kurangnya rasa percaya terhadap pelayanan di Koperasi X.

Hasil wawancara juga menyatakan proses pencairan dana menunggu persetujuan pusat, dilakukan pendataan terlebih dahulu sehingga pencairan dana juga dibatasi. Kurang tersedianya transportasi yang memadai untuk pengangkutan sembako, karyawan hanya menggunakan sepeda motor yang sekali angkut hanya 4 dus saja. Sembako disesuaikan dengan harga di pasaran. Jumlah nasabah Sariya sampai bulan Agustus tahun 2023 hanya sebanyak 1.080 anggota, yang sudah ditarget sebelumnya sebesar 2.500 anggota pertahunnya. Target nasabah Sariya seluruh nasabah aktif yang mengikuti produk-produk simpanan lain yang tersedia di Koperasi X agar ikut menjadi anggota Sariya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian ilmiah yang sistematis untuk menganalisis komponen-komponen dan fenomena, serta hubungan antara mereka. Data kuantitatif dikumpulkan melalui instrumen seperti angket dan kemudian dianalisis dan disajikan dalam bentuk tabel atau angka-angka, sesuai dengan penjelasan oleh Zhelfi (2018).

Salah satu teknik penelitian ini menggunakan teknik *sampling insidental*. Teknik sampling insidental adalah metode penentuan sampel yang dilakukan secara kebetulan, di mana siapa pun yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Dalam teknik ini, peneliti mengumpulkan data langsung dari unit sampling yang ditemui, tanpa memperhatikan karakteristik khusus dari unit tersebut. Peneliti terus mengumpulkan data dari setiap individu yang mereka temui hingga jumlah sampel yang diinginkan tercapai, sebagaimana dijelaskan oleh Maftuhah (2020).

Instrumen penelitian yaitu observasi menurut (Maftuhah, 2020) adalah observasi langsung dilakukan terhadap objek yang ada di lingkungan tersebut, baik yang sedang berlangsung maupun yang masih dalam tahap perkembangan. Proses observasi ini melibatkan perhatian terhadap berbagai aktivitas yang relevan dengan objek penelitian, menggunakan teknik pengamatan. Peneliti secara langsung melakukan observasi dan pencatatan mengenai pengaruh promosi dan pelayanan terhadap peningkatan jumlah nasabah simpanan hari raya (sariya) di Koperasi X.

Kuesioner (angket) adalah metode pengumpulan data yang melibatkan serangkaian pertanyaan tertulis. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi dari responden mengenai pengalaman dan pengetahuan mereka terkait subjek yang diteliti. Kuesioner ini biasanya berbentuk tertutup, di mana responden diminta untuk memilih jawaban yang telah disediakan. Format kuesioner ini seringkali mirip dengan kuesioner pilihan ganda. Penjelasan ini sejalan dengan yang dijelaskan oleh Khasanah (2021)).

Dokumentasi merujuk pada pengumpulan data atau variabel yang diperlukan untuk penelitian, yang bisa berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, agenda, dan sumber-sumber lainnya. Tujuan dari dokumentasi adalah untuk mengumpulkan informasi tertulis

yang sesuai dengan kebutuhan penelitian di lokasi penelitian tersebut. Penjelasan ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Maftuhah (2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Promosi (X1) terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Y) Simpanan Hari Raya (Sariya) di Koperasi X

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, terungkap bahwa promosi yang dilakukan oleh Koperasi X telah efektif. Secara parsial, variabel promosi (X1) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah (Y). Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003, yang lebih kecil dari 0,05. Nilai t-hitung sebesar 3,107 juga melebihi t-tabel (t_tabel = 1,991), sehingga menyatakan bahwa variabel promosi (X1) secara positif dan signifikan memengaruhi peningkatan jumlah nasabah (Y) simpanan hari raya di Koperasi X. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa promosi yang telah dilakukan dengan baik dan tepat, dalam bentuk apapun, memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah Koperasi X. Oleh karena itu, penting bagi Koperasi X untuk terus mengembangkan strategi promosi yang lebih baik dan terus melakukan inovasi guna memastikan informasi tersebar luas ke masyarakat. Penggunaan teknologi juga perlu ditingkatkan, sambil meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Fatimah (2020) tentang "Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT Ash-Syaff Taman Indah Pringgarata Lombok Tengah", yang menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah.

### Pengaruh Pelayanan (X2) terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Y) Simpanan Hari Raya (Sariya) di Koperasi X

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, terungkap bahwa pelayanan yang diberikan oleh Koperasi X telah berkualitas baik. Secara parsial, variabel pelayanan (X2) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah (Y). Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Nilai t-hitung sebesar 3,438 juga melebihi t-tabel (t_tabel = 1,991), sehingga menyatakan bahwa variabel pelayanan (X2) secara positif dan signifikan memengaruhi peningkatan jumlah nasabah (Y) simpanan hari raya di Koperasi X. Dengan demikian, disimpulkan bahwa H2 diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik di Koperasi X, dalam berbagai bentuknya, akan meningkatkan jumlah nasabah simpanan hari raya di cabang Bandar Koperasi X. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan dan kebutuhan nasabah, maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada peningkatan jumlah nasabah Koperasi X.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ani Maftukha (2020) tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Emas PT Pegadaian Syariah Unit Burneh Bangkalan", yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah.

### Pengaruh Promosi (X1) dan Pelayanan (X2) terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Y) Simpanan Hari Raya (Sariya) di Koperasi X

Berdasarkan hasil data penelitian, terungkap bahwa promosi dan pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah simpanan

hari raya di Koperasi X. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F_hitung yang lebih besar dari F_tabel, yaitu 27,986 > 3,10, sehingga disimpulkan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak. Ini berarti terdapat pengaruh simultan dari variabel promosi (X1) dan variabel pelayanan (X2) terhadap peningkatan jumlah nasabah (Y).

Selanjutnya, hasil uji koefisien determinasi secara simultan menunjukkan nilai koefisien determinasi (R_square) sebesar 0,389 atau 38,9%. Ini mengindikasikan bahwa 38,9% dari variasi peningkatan jumlah nasabah dapat dijelaskan oleh variabel promosi dan pelayanan. Sementara itu, sisanya sebesar 61,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, seperti lokasi, sarana dan prasarana, bunga, dan faktor-faktor lainnya.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Ance Marsheres (2019) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Pelayanan dan Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu", yang menunjukkan bahwa pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil data dan pembahasan penelitian yang membahas pengaruh promosi dan pelayanan terhadap peningkatan jumlah nasabah, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Jika promosi dilakukan dengan strategi sesuai dan target tepat serta mengikuti perkembangan jaman, maka jumlah nasabah meningkat.
2. Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Jika pelayanan diberikan dengan kualitas yang baik dan selalu mementingkan kebutuhan nasabah, maka jumlah nasabah meningkat.
3. Promosi dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Karena peningkatan jumlah nasabah ditentukan variabel promosi dan pelayanan sebesar 38,9%.

## DAFTAR REFERENSI

Anifah, N. (2018). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sirela Di KSPPS Bima Semarang*. Skripsi. Program Studi D3 Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Aprilia, N. (2021). *Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di PT Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekan Baru*. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Syariah dan Hukum. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Berry, J.N. (2021). *Penerapan Pelayanan Dalam Meningkatka Jumlah Nasabah Di BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) Mitra Arta Pekan Baru*. Skripsi. Program Studi D3 Perbankan Syariah. Fakultas Syariah dan Hukum. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Ernawati, E.E. (2017). *Strategi Koperasi Simpan Pinjam Jasa (Kospin Jasa) Dalam Pengembangan Usaha*. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.

Fatimah, N. (2020). *Pengaruh Promodi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT Ass-*

*Syaff Taman Indah Pringgarata Lombok Tengah*. Skripsi. Jurusan Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram.

Firdasari. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Britama Di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Takalar*. Skripsi. Konsentrasi Keuangan dan Perbankan Mikro. Program Studi Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi. Nobel Indonesia Makasar.

Ghozali. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 24,* Universitas Diponegoro, Semarang.

Haqiqi, F., Alkausar, R.N & Laily, A. (2020). *Analisis Pengaruh Simpanan Anggota dan Pinjaman Anggota Terhadap Perolehan Sisa Hasil Usaha (Studi Kasus Pada KSP Kredit Union Jembatan Kasih Tanjung Balai Karimun Periode Tahun 2016-2018)*. Jurnal Cafetaria, Vol.1, No.2, Juli 2020, Hal 45-55.

https://batangkab.bps.id. *Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kecamatan di Kabupaten Batang (Jiwa)*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Batang. Diakses pada tanggal 1 September 2022. Pukul 11.30 WIB

Junaida. (2019). *Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada BNI Syariah KCP Tomoni (Studi Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur)*. Skripsi. Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Khasanah, U.N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Ijarah Di KSPS BMT Bee Mass Ngrambe*. Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institute Agama Islam Negeri Ponorogo.

Khotimah, M.K. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Griya IB Hasanah Di BNI Syariah Cabang Bengkulu*. Skripsi. Program Studi Perbankan Syariah. Jurusan Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Kurniawan, D.D & Sigit, K.N. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Kerja Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Jatisari Kecamatan Subah Kabupaten Batang*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis. Volume 6, No.2, November 2019, Hal 66-72.

Kusuma, W.L.A. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Pedagang Pasar Dolopo Dalam Memilih Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada BPRS Mentari Sejahtera Ponorogo)*. Skripsi. Jurusan Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Liza, I. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah (Studi Pada BMT Syariah Makmur Sukabumi Indah Bandar Lampung)*. Skripsi. Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Maftuhah, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Emas PT Pegadaian Syariah Unit Burneh Bangkalan*. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah. Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Bangkalan.

Marsheres, A. (2019). *Pengaruh Pelayanan dan Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu*. Skripsi. Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Mufidah, N. (2019). *Strategi Promosi Produk Simpanan Qurban (Siqurma) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di KSPPS Koperasi X Pekalongan*. Skripsi. Jurusan D3 Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

Ningsih, L.A. (2020). *Peran Koperasi Syariah Dalam Pengembangan UKM Sebagai Layanan Pemberi Modal Usaha*. Jurnal Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi Syariah, Vol.1, No.2, Januari-Juni 2020, Hal 28-48.

Novianti, E. (2019). *Penerapan Bauran Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Mudharabah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Bina Masyarakat Utama Cabang Pringsewu*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Ramadhan, D.R., Nurhasanah, N & Febriadi, S.R. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Tabunganku Di Bank Muamalat KCP Salman ITB*. Prosiding Hukum Ekonomi Syariah, Volume 4, No.2, Tahun 2018, Hal 1004-1011.

Ridaskan, R.M. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Online dan Kualitas Website Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT BRI Syariah Cabang Bengkulu)*. Skripsi. Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri IAIN Bengkulu.

Rifai, R.A & Palu, A.T.D. (2021). *Pengaruh Tingkat Bunga dan Simpanan AAnggota Terhadap Jumlah Pembelian Kredit Pada Koperasi Simpan Pinjam Di Kabupaten Marigi Moutong*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.3, No.1, Tahun 2021, Hal 21-30.

Rini, E.S. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Cabang Kabupaten Bulukumba*. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar.

Saputro, H.E. (2018). *Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT Mentari Simbarwaringin*. Jurusan Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Sigit, K.N & Hidayati, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Kecamatan Reban Kabupaten Batang*. Journal Economic Insights, Volume 1, No.2, June 2022, Hal 71-83.

Sigit, K.N & Kurniawan, D.D. (2022). *Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Mitra Karya Desa Karanggeneng Kecamatan Kandeman Kabupaten Batang*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis, Volume 9, No.1, April 2022, Hal 85-96.

Sigit, K.N., Rizal, M.S & Hidayati, A. (2020). *Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (studi Kasus: Kredit Usaha Rakyat BRI Unit Baros Kantor Cabang Batang)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Volume 7, No.1, Mei 2020, Hal 9-17.

Siregar, B.G. (2016). *Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah Di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan*. Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman, Vol.2, No.2, Desember 2016, Hal 17-34.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV: Alfabeta, Bandung.

Taslim. (2018). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Alauddin Makassar.

Wulandari, N.S. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Dalam Melakukan Pinjaman Pada Koperasi Simpan Pinjam "Artha Jaya Mandiri Cabang Ponorogo"*. Skripsi. Program Studi Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Wulandari, S. (2021). *Pemahaman Nasabah Dalam Mengakses Layanan Digital BSI*. Skripsi. Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Yani, P.A. (2018). *Analisis Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Minat Calon Nasabah (Studi Pada BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

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 Riset Manajemen dan Bisnis. Vol.1, No.1, Juni 2016, Hal 1-12.