



Factors Influencing Customer Interest in Using Financing Products at Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta

Pipit Puspita

Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia

pipit1900012014@webmail.uad.ac.id

Rintan Nuzul Ainy

Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia

rintan.aINY@act.uad.ac.id

Received: June 16, 2023, Revised: June 20, 2023

Accepted: June 29, 2023 Published: July 03, 2023

Abstract: *Islamic banking is one of the targets in the economic sector that will be developed and focused on in Indonesia. The advantage possessed by Islamic banking is that it lies in an operational system based on sharia principles. However behind these advantages there are some people who do not understand related to regulations and sharia principles so that this can trigger the emergence of negative perceptions which are a factor in reducing customer interest in using sharia bank products, especially financing products. This study aims to examine the effect of knowledge of financing products, perceived service quality, perceived product quality, and perceived profit sharing ratios on customers' interest in using financing products at Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta. This research is a quantitative research. The data source is using primary data. The sample selection used a purposive sampling technique. The analytical method uses multiple linear regression assisted by SPSS version 29 software. The results of this study indicate that the variable knowledge of financing products has a significant influence on customers' interest in using financing products at Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta. Meanwhile perceptions of service quality, perceptions of product quality, and perceptions of profit sharing ratios do not have a significant effect on customers' interest in using financing products at Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta. This study recommends the need factor to determine the influence of customer interest in using financing products in Islamic banks.*

Keywords: *customer interest, knowledge of financing products, perceived service quality, perceived product quality, perceived profit sharing ratio.*

Abstrak: Perbankan syariah merupakan salah satu target pada sektor ekonomi yang akan dikembangkan dan difokuskan di Indonesia. Keunggulan yang dimiliki oleh perbankan syariah yaitu terletak pada sistem operasional yang berlandaskan pada prinsip syariah. Akan tetapi dibalik keunggulan tersebut terdapat beberapa masyarakat yang belum memahami terkait dengan regulasi serta prinsip syariah sehingga hal tersebut dapat memicu munculnya persepsi negatif yang menjadi faktor berkurangnya minat nasabah dalam menggunakan produk bank syariah khususnya produk

pembayaran. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan produk pembayaran, persepsi kualitas layanan, persepsi kualitas produk, dan persepsi nisbah bagi hasil terhadap minat nasabah menggunakan produk pembayaran di Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yaitu menggunakan data primer. Pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis menggunakan regresi linear berganda dibantu dengan *software SPSS* versi 29. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk pembayaran memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk pembayaran di Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta. Sedangkan persepsi kualitas layanan, persepsi kualitas produk, dan persepsi nisbah bagi hasil tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk pembayaran di Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta. Penelitian ini merekomendasikan faktor kebutuhan untuk mengetahui pengaruh minat nasabah menggunakan produk pembayaran di bank syariah.

Kata Kunci: *minat nasabah, pengetahuan produk pembayaran, persepsi kualitas layanan, persepsi kualitas produk, persepsi nisbah bagi hasil.*

A. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya berkeyakinan muslim. Fenomena tersebut menjadi salah satu keuntungan bagi sebuah perusahaan, unit instansi, maupun pebisnis untuk mengembangkan kegiatan usahanya berlandaskan prinsip-prinsip syariah.¹ Oleh karena itu, salah satu target pada sektor ekonomi yang akan dikembangkan dan difokuskan di Indonesia yaitu perbankan syariah. Bank syariah merupakan aktivitas pengumpulan dan penyaluran dana dengan berpedoman kepada syariat Islam. Prinsip-prinsip yang diterapkan di perbankan syariah yaitu tidak menggunakan riba (bunga), gharar, maisir, haram, dan zalim.² Dalam Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, merupakan perbankan yang menerapkan sistem ekonomi Islam. Dalam aktivitasnya pembiayaan merupakan salah satu produk yang dimiliki bank syariah yang bertujuan untuk membantu masyarakat dalam penyediaan dana dan/atau barang serta fasilitas lain. Produk-produk pembiayaan di bank syariah antara lain seperti pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*) transaksi sewa-menyewa *ijarah muntahiya bittamlik*), transaksi jual beli (*murabahah*, *salam*, dan *istishna*), transaksi pinjam meminjam (*qardh*), dan transaksi sewa menyewa jas (transaksi multi jasa).³

Fenomenanya, walaupun produk-produk tersebut unggul secara syariah akan tetapi masyarakat masih ada yang meragukan produk dan keprofesionalan pelayanan bank syariah. Hal tersebut ditandai oleh minimnya pengetahuan masyarakat terhadap produk pembiayaan serta minimnya aktivitas jasa perbankan syariah sehingga dapat menimbulkan reaksi yang kurang tepat seperti masyarakat meyakini ketika sistem bunga tidak diterapkan pada operasional bank syariah maka bank syariah tidak akan bisa memperoleh pendapatan atau laba. Kemudian dalam operasionalnya, kualitas pelayanan bank syariah masih terdapat kritik

¹ Otoritas Jasa Keuangan, “Perbankan Syariah Dan Kelembagaannya,” accessed October 26, 2022, <https://www.ojk.go.id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>.

² Zaharman, Arini, and Serly Novianti, “Analisis Perkembangan Aset, Pembiayaan, Dan Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah Di Indonesia Dimasa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Akuntansi Kompetif* 5, no. 2 (2022): 174–79, <https://ejournal.kompetif.com/index.php/akuntansikompetif/article/view/951/641>.

³ Republik Indonesia, “Undang-Undang No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah,” 2008.

dari beberapa masyarakat mengenai pelayanan bank syariah yang kurang maksimal. Sehingga hal tersebut dapat memicu munculnya persepsi negatif nasabah kepada kualitas pelayanan bank syariah sehingga dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan tersebut. Pada penelitian yang dilakukan oleh Ghazali⁴ menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada kualitas layanan terhadap minat nasabah. Selain itu, masih ada masyarakat yang beranggapan bahwa banyaknya produk pembiayaan yang ditawarkan pihak bank syariah tidak memuaskan karena kualitas produknya tidak sesuai dengan kebutuhan nasabah. Nasabah berharap agar bank syariah lebih memfokuskan dan mengembangkan produk pembiayaan sesuai dengan kebutuhan yang paling banyak diminati oleh nasabah. Menurut penelitian Mariatul dkk⁵ menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan nasabah. Sedangkan pada penelitian Ghazali⁶ menyatakan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah.

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 15/DSN-MUI/IX/2000 bagi hasil adalah pemberian dari perolehan usaha antara pemilik dana (*shahibul mal*) dengan pengelola dana (*mudharib*) dalam bentuk kerjasama antar kedua belah pihak.⁷ Dalam pengelolaan dana, jika mengalami kerugian atas kesalahan yang disebabkan oleh kelalaian nasabah maka pihak bank tidak bertanggungjawab atas kerugian tersebut akan tetapi jika terjadi kesalahan yang disebabkan oleh pihak bank maka kerugian akan sepenuhnya ditanggung pihak bank.⁸ Dalam

⁴ Mohamad Ghazali, "Faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Margin Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah," *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2021): 65, <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v3i1.8566>.

⁵ Mariatul Hazira, Lia Suprihartini, and Firmansyah Kusasi, "Pengaruh Nilai Taksiran, Kualitas Produk, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Kca Di Pt.X," *Maritim Raja Ali Hajji*, 2019, 1–17.

⁶ Ghazali, "Faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Margin Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah."

⁷ "Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 15/DSN-MUI/IX/2000 Tentang Prinsip Distribusi Dalam Lembaga Keuangan Syari'ah," 2000.

⁸ Faruk, "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Deposito Barokah," *Iqtisadiyah: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy* 01, no. 01 (2021): 93–112.

penelitian Wahyuni⁹ menyimpulkan bahwa bagi hasil memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

Bank KB Bukopin Syariah (KBBS) merupakan lembaga keuangan yang berpedoman pada prinsip syariah serta menjadi tempat penyaluran dana yang berasal dari pemilik dana (*shahibul mal*) kepada nasabah yang memerlukan dana. Selanjutnya, dana tersebut akan disalurkan kepada nasabah pembiayaan yang dipergunakan sebagai modal kerja dan investasi serta keperluan konsumtif. Dalam kegiatan operasionalnya, bank KBBS dibantu oleh 7 kantor cabang yang diberbagai daerah di Indonesia, salah satunya yaitu Bank KBBS Yogyakarta. Dalam aktivitasnya, Bank KBBS Yogyakarta menyediakan beberapa produk layanan diantaranya yaitu produk penghimpunan dana (*funding*), penyaluran dana (*landing*), dan produk pelayanan jasa. Adapun jenis produk pembiayaan di Bank KBBS Yogyakarta meliputi pembiayaan *murabahah*, *mudharabah* dan *musyarakah*.¹⁰ Perbankan syariah tetap eksis di tengah krisis pandemi Covid-19, terlihat dari meningkatnya bisnis serta kinerja perusahaan.¹¹ Lembaga keuangan syariah berhasil bertahan pada krisis pandemi Covid-19 salah satunya yaitu Bank KBBS Yogyakarta. bank KBBS Yogyakarta selalu melakukan berbagai terobosan di tengah pandemi seperti menawarkan layanan terbaik di masa pandemi, bekerjasama dengan kontraktor melalui program pembiayaan bank garansi, serta mendukung program PEMDA pada sektor kesehatan, pendidikan, dan UMKM. Program layanan tersebut dikatakan cukup efektif bagi keberlangsungan perusahaan. Hal tersebut ditandai dengan pencapaian laba pada tahun 2021 melebihi laba tahun 2020. Walaupun program tersebut telah berjalan sesuai harapan, namun secara rutin akan tetap dilaksanakan evaluasi agar produk atau layanan tersebut tetap berkembang serta dapat menarik minat nasabah

⁹ Sri Wahyuni, "Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah," *At-Tawassuth* Vol. II, N (2017).

¹⁰ "KB Bukopin Syariah," "Profil Perusahaan KB Bukopin Syariah," accessed October 29, 2022, www.kbbukopinsyariah.com.

¹¹ Zaharman, Arini, and Novianti, "Analisis Perkembangan Aset, Pembiayaan, Dan Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah Di Indonesia Dimasa Pandemi Covid-19."

untuk memilih produk dari Bank KBBS Yogyakarta.¹² Selain itu, Bank KBBS Yogyakarta memiliki lokasi yang cukup strategis, pelayanan yang baik, produk pembiayaan yang beragam, serta memiliki berbagai prestasi pada acara awards perbankan syariah yang dapat dibuktikan melalui piagam penghargaan yang diperoleh (Sertifikat *Best Sharia Bank in Indonesia Syariah Awards 2022*). Pencapaian tersebut dapat menjadi kelebihan bagi Bank KBBS Yogyakarta untuk dapat menarik minat nasabah menggunakan produk pembiayaan dan jasa dari Bank KBBS Yogyakarta.

B. Kajian Pustaka

Pengetahuan Produk Pembiayaan

Pengetahuan produk merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah terkait produk-produk yang dikeluarkan oleh bank syariah.¹³ Produk pembiayaan merupakan produk yang paling diminati oleh nasabah karena selain tidak mengandung riba juga dapat membantu permasalahan nasabah yang sedang membutuhkan pendanaan. Terdapat tiga aspek dasar dalam mempengaruhi pengetahuan nasabah terhadap produk pembiayaan, antara lain: pengetahuan terkait ciri khas atau atribut produk, pengetahuan terkait kepuasan produk bagi nasabah, dan pengetahuan terkait manfaat produk.¹⁴

Pada dasarnya, pengetahuan memiliki peran yang penting bagi nasabah dalam menentukan keputusan menggunakan produk pembiayaan di bank syariah. Aktivitas yang dilakukan nasabah guna mengetahui terkait dengan manfaat keunggulan, serta risiko yang kemungkinan akan dihadapi ketika menggunakan produk pembiayaan yaitu dengan cara mengenalai, mengevaluasi, dan membandingkan kualitas produk pembiayaan yang akan digunakan di bank syariah dengan bank lainnya. Sehingga semakin banyak informasi yang diketahui nasabah terkait produk pembiayaan maka semakin tinggi pula minat nasabah menggunakan produk pembiayaan di bank syariah tersebut.

¹² Herlambang Jati Kusumo, "Bank Syariah Bukopin Jogja Tetap Tumbuh Di Tengah Pandemi," Harian Jogja, 2021, <https://m.harianjogja.com/ekbis/read/2021/08/18/502/1080321/bank-syariah-bukopin-bsb-jogja-tetap-tumbuh-di-tengah-pandemi>.

¹³ Danang Prio Utomo, Huzain Jailani, and Regita Ayu Cahyati, "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Koperasi Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Nur Hayyu Ambara NTB," *Iqtishaduna* Vol. 12 No (2021).

¹⁴ Utomo, Jailani, and Cahyati.

Hal ini didukung oleh penelitian Utomo et al.¹⁵ yang menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Sejalan dengan penelitian Rahmad dan Santi¹⁶ menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Sumut Syariah. sehingga hipotesis ke-I pada penelitian ini yaitu:

HI: Pengetahuan produk pembiayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk pembiayaan di Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta.

Persepsi Kualitas Layanan

Persepsi adalah proses memahami terkait informasi terhadap situasi yang datang dari indra manusia¹⁷. Kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkat layanan yang diberikan pihak bank sesuai dengan kebutuhan nasabah¹⁸.

Persepsi nasabah terhadap kualitas layanan merupakan sebuah bentuk pengamatan dan pemahaman nasabah terkait dengan layanan yang diterima apakah sesuai dengan yang diharapkan nasabah. Jika layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan positif atau baik, jika layanan yang diterima melebihi harapan nasabah maka dapat dipersepsikan bahwa kualitas layanan tersebut ideal, akan tetapi jika layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan nasabah maka dapat dipersepsikan bahwa kualitas layanan bank syariah tersebut sangat buruk¹⁹.

Demikian, baik atau tidaknya kualitas layanan tergantung dari kekonsistennan kinerja pihak bank syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah.²⁰ Semakin baik kualitas layanan bank syariah maka dapat menciptakan persepsi yang positif terhadap kualitas layanan

¹⁵ Utomo, Jailani, and Cahyati.

¹⁶ Rahmad Husny and Santi Arafah, "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Sumut Syariah," *Jurnal FEB* 1, no. 01 (2020): 103–12.

¹⁷ Muhammad Zuhirsyan and Nurlinda Nurlinda, "Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah," *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2, no. 2 (2021): 114–30, <https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>.

¹⁸ Uswatun Hasanah and Dzikrulloh, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Daya Tarik Produk Pembiayaan LASISMA (Layanan Berbasis Jamaah) Di BMT NU Cabang Ganding Kabupaten Sumenep," *KAFFA: Jurnal Fakultas Keislaman* Vol.2, No. (2021).

¹⁹ Gumilar Irfanullah and Desy Fitriana Sari, "Volume 3 Number 1 2023 Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Murabahah" 3, no. 1 (2023): 75–84.

²⁰ Wahyuni, "Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah."

sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk pembiayaan di bank syariah.

Pada penelitian Wahyuni²¹ menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan pada penelitian Hasanah dan Dzikrulloh²² menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap daya tarik produk pembiayaan LASISMA (Layanan Berbasis Jamaah). Sehingga hipotesis ke-2 pada penelitian ini yaitu:

H2: Persepsi kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk pembiayaan di Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta.

Persepsi Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan dari kinerja sebuah produk dalam memaksimalkan fungsinya sehingga dapat memenuhi kebutuhan yang diharapkan nasabah.²³ Sebelum menggunakan produk pembiayaan, nasabah akan terlebih dahulu mencari tahu kualitas produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhannya. Jika kualitas produk yang ditawarkan mempunyai kualitas yang baik, sesuai dengan kebutuhan, serta memiliki keuntungan dan manfaat bagi nasabah maka nasabah akan tertarik dan berminat menggunakan produk pembiayaan tersebut. Kualitas produk yang baik dapat menarik minat nasabah menggunakan produk pembiayaan.²⁴

Pada penelitian yang dilakukan oleh Irfanullah dan Sari²⁵ menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat nasabah dalam mengambil pembiayaan *murabahah*. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Hasanah dan Dzikrulloh²⁶ menunjukkan hasil bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap daya tarik produk pembiayaan LASISMA (Layanan Berbasis Jamaah). Sehingga hipotesis ke-3 pada penelitian ini yaitu:

²¹ Wahyuni.

²² Hasanah and Dzikrulloh, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayaan Terhadap Daya Tarik Produk Pembiayaan LASISMA (Layanan Berbasis Jamaah) Di BMT NU Cabang Ganding Kabupaten Sumenep."

²³ Ghozali, "Faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Margin Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah."

²⁴ Irfanullah and Sari, "Volume 3 Number 1 2023 Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Murabahah."

²⁵ Irfanullah and Sari.

²⁶ Hasanah and Dzikrulloh, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayaan Terhadap Daya Tarik Produk Pembiayaan LASISMA (Layanan Berbasis Jamaah) Di BMT NU Cabang Ganding Kabupaten Sumenep."

H3: Persepsi kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk pembiayaan di Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta.

Persepsi Nisbah Bagi Hasil

Dalam kamus bahasa Inggris, istilah bagi hasil diartikan sebagai *profit sharing* yang artinya pemberian laba. Bagi hasil merupakan pembagian keuntungan usaha antara nasabah dengan pihak bank yang diperoleh atas usaha kerjasama sesuai dengan kesepakatan bersama.²⁷ Pada masing-masing pihak antara nasabah dengan pihak bank syariah akan berpartisipasi dalam kerugian dan keuntungan proses kerjasama guna menciptakan sebuah keadilan antar kedua belah pihak.²⁸

Dalam praktiknya, sistem bagi hasil ditetapkan berdasarkan nisbah bagi hasil, dimana dalam menentukan nisbah perlu diperlihatkan aspek-aspek seperti data usaha nasabah, kesanggupan membayar angsuran, keuntungan usaha nasabah, nisbah pembiayaan serta distribusi pembagian hasil. Jika dalam kerjasama tersebut mengalami kerugian yang disebabkan atas kelalaian pihak bank, maka sepenuhnya kerugian akan ditanggung oleh pihak bank. akan tetapi jika kerugian tersebut disebabkan oleh kelalaian nasabah, maka nasabah akan bertanggung jawab penuh atas kelalaian tersebut. Hal ini dilakukan guna menciptakan rasa keadilan antar kedua belah pihak yang terlibat. Persepsi nisbah bagi hasil merupakan persepsi masyarakat mengenai sistem bagi hasil yang berlandaskan dengan prinsip-prinsip syariah dan berorientasi pada keadilan antar pihak yang bekerjasama.²⁹

Penelitian Wahyuni³⁰ menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian Gicella dan Halmawati³¹ yang menyatakan bahwa bagi hasil tidak berpengaruh positif terhadap minat nasabah bank syariah. sehingga hipotesis ke-4 pada penelitian ini yaitu:

H4: Persepsi nisbah bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk pembiayaan di Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta.

²⁷ Wahyuni, "Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah."

²⁸ Wahyuni.

²⁹ Wahyuni.

³⁰ Wahyuni.

³¹ Gicella Fanny AndrianiI and Halmawati Halmawati, "Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah," *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* 1, no. 3 (2019): 1322–36, <https://doi.org/10.24036/jea.v1i3.145>.

C. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh antar variabel penelitian. Jenis data berdasarkan sumbernya menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari responden. Peneliti menyebarkan kuesioner yang berisi pernyataan yang disebarluaskan kepada responden. Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan teknik *skala Likert*. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank KBBS Yogyakarta. metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana sampel ditentukan mengacu pada kriteria yang telah sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden pada penelitian ini antara lain: (1) Nasabah Bank KBBS Yogyakarta, (2) Masih aktif menggunakan produk pembiayaan, dan (3) Pernah menggunakan produk pembiayaan di Bank KBBS Yogyakarta. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 responden. Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda untuk menganalisis data yang telah diperoleh.

D. Hasil dan Pembahasan

I. Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Nasabah yang sedang menggunakan produk pembiayaan maupun yang pernah menggunakan produk pembiayaan di Bank KBBS Yogyakarta didominasi oleh nasabah dengan rentang usia 22-30 tahun sebesar 66% atau 33 orang, dan diikuti usia 31-50 tahun dengan persentase 34% atau sebanyak 17 orang dari total 50 responden. Adapun berdasarkan jenis kelamin, nasabah laki-laki sebesar 82% atau sebanyak 41 orang dari total 50 responden dan Nasabah Pembiayaan perempuan sebanyak 9 orang dengan tingkat persentasenya sebesar 18%. Dilhat dari domisiliya seluruh nasabah pembiayaan yang menjadi responden berdomisili di Yogyakarta.

Berdasarkan tingkat pendidikan, responden pada penelitian ini didominasi oleh nasabah dengan lulusan sarjana sebanyak 34 orang atau dalam persentasenya sebesar 68%, disusul tingkat pendidikan responden dengan lulusan SMA sebanyak 16 orang dengan persentase sebesar 32%. Berdasarkan pekerjaannya 62% responden bekerja

sebagai wiraswasta yakni 31 orang disusul dengan responden bermata pencaharian sebagai pegawai swasta sebanyak 12 orang dengan tingkat persentase sebesar 24%, kemudian responden dengan mata pencaharian sebagai pegawai negeri sebanyak 6 orang dengan tingkat persentase sebesar 12%, dan responden dengan mata pencaharian sebagai buruh sebanyak 1 orang dengan tingkat persentase sebesar 2%. Nasabah yang memiliki pendapatan perbulan sebesar Rp3.000.000 – Rp4.000.000 sebanyak 37 orang atau 74%, kemudian yang memiliki pendapatan sebesar Rp2.000.000 – Rp3.000.000 sebanyak 9 orang atau 18%, disusul dengan pendapatan perbulan sebesar Rp4.000.000 – Rp8.000.000 dan Rp1.000.000 – Rp2.000.000 masing - masing sebesar 2 orang atau 4%.

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan proses perubahan data penelitian dalam bentuk tabulasi agar mudah dipahami dan diinterpretasikan.³² Ukuran yang mencakup uji statistik deskriptif yaitu nilai mean, nilai median, nilai modus, dan standar deviasi. Berikut hasil analisis statistic deskriptif:

Tabel I. Analisis Statistik Deskriptif

		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
Pengetahaun	Produk	50	3,30	3,81	3,6002	0,10421
Pembiaayaan (X1)						
Persepsi	Kualitas Layanan	50	3,66	4,17	3,9793	0,11438
(X2)						
Persepsi	Kualitas Produk	50	2,89	3,40	3,1779	0,11090
(X3)						
Persepsi	Nisbah Bagi Hasil	50	3,18	3,69	3,4983	0,09989
(X4)						
Minat Nasabah (Y)		50	2,48	3,00	2,7920	0,11523
Valid N (listwise)		50				

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

³² Nur Indriantoro and Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*, Edisi Pert (Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2016).

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui nilai N atau data responden sebanyak 50 orang. Kemudian data minat nasabah pembiayaan memiliki nilai nilai minimum sebesar 2,48 dan nilai maximum sebesar 3,00 nilai rata-rata (*mean*) sebesar 2,7920 dengan standar deviasi sebesar 0,11523. Pada variabel pengetahuan produk pembiayaan (X1) menghasilkan bahwa selama periode penelitian ini memiliki nilai minimum sebesar 3,30 nilai maximum sebesar 3,81 dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,6002 dengan standar deviasi sebesar 0,10421. Pada variabel persepsi kualitas layanan (X2) memiliki nilai minimum sebesar 3,66 dan nilai maximum sebesar 4,17 serta nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,9793 dengan standar deviasi 0,11438. Kemudian pada variabel persepsi kualitas produk (X3) memiliki nilai minimum sebesar 2,89 nilai maximum sebesar 3,40 dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,1779 dengan standar deviasi sebesar 0,11090. Sedangkan pada variabel persepsi nisbah bagi hasil (X4) menyajikan bahwa nilai minimum sebesar 3,18 dan nilai maximum sebesar 3,69 serta nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,4983 dengan standar deviasi 0,09989.

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menganalisis responden atas jawaban dari pernyataan dalam instrument penelitian. Dalam pengujian validitas menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dimana hasil uji dapat dikatakan valid apabila nilai KMO $> 0,5$. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Nilai KMO $>$ 0,5	Ket	Cronbach Alpha $>$ 0,60	Ket
Minat Nasabah (Y)	0,781	Valid	0,779	Reliabel
Pengetahuan Produk Pembiayaan (X1)	0,879	Valid	0,898	Reliabel
Persepsi Kualitas Layanan (X2)	0,886	Valid	0,950	Reliabel
Persepsi Kualitas Produk (X3)	0,811	Valid	0,818	Reliabel
Persepsi Nisbah Bagi Hasil (X4)	0,773	Valid	0,892	Reliabel

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji di atas diolah menggunakan SPSS versi 29 menyatakan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini dinyatakan valid. Serta pada setiap item terdapat 40

pernyataan. Setelah dilakukan pengujian, dari ke 40 item pernyataan tersebut dinyatakan valid dengan melihat nilai MSA di *anti image correlation*.

Uji Reliabilitas

Data penelitian dapat dikatakan reliabel ketika jawaban responden konsisten terhadap pernyataan yang ada dalam kuesioner. Variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ ³³. Pada tabel 2 uji reliabilitas, data penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel dikarenakan secara keseluruhan nilai *Cronbach Alpha* pada tiap variabel adalah $> 0,60$.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah penyebarannya berdistribusi normal atau tidak.³⁴ Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*, jika nilai *asymp. Sig* atau tingkat signifikan $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov	
Test Statistik	Asymp. Sig.
0,119	0,076

Sumber: Data Primer, diolah (2023).

Berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnov* pada tabel 3 diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig.* 0,076 $> 0,05$. Artinya data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas pada model regresi apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai Tolerance $> 0,10$. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Pengetahuan Produk Pembiayaan (XI)	0,213	4,691

³³ Indriantoro and Supomo.

³⁴ Rambat Lupiyoadi and Ridho Bramulya Ikhsan, *Praktikum Metode Riset Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2015).

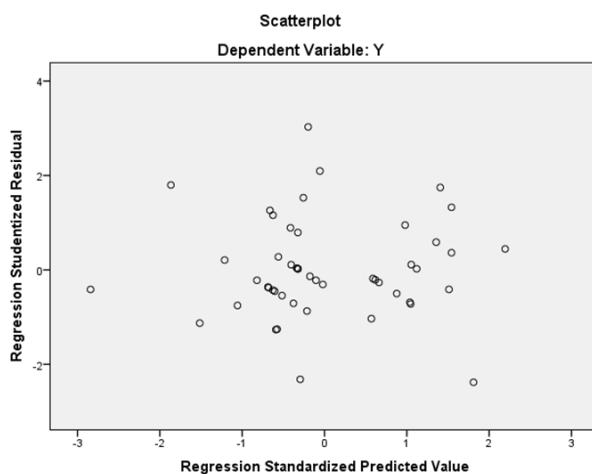
Persepsi Kualitas Layanan (X2)	0,171	5,834
Persepsi Kualitas Produk (X3)	0,239	4,177
Persepsi Nisbah Bagi Hasil (X4)	0,361	2,772

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4 hasil uji multikolinearitas menunjukkan hasil bahwa nilai VIF tiap variabel <10 dan nilai Tolerance tiap variabel $> 0,10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak memiliki gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk menguji apakah terdapat kesamaan *variance* pada model regresi dari pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat melalui gambar *Scatterplot* di bawah ini:



Gambar I. Uji Heteroskedastisitas - *Scatterplot*

Pada gambar I di atas, dapat disimpulkan bahwa pola titik-titik data menyebar di atas, di bawah atau di sekitar angka 0 sehingga model regresi pada penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

2. Pembahasan

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda berguna dalam membantu menguji hipotesis apakah memiliki pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen³⁵. Berdasarkan uji regresi linear berganda dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	t	Sig.	Ket
(Constant)	-0,510	-1,104	0,276	
Pengetahuan Produk Pembiayaan (X1)	0,601	2,524	0,015	Terdukung
Persepsi Kualitas Layanan (X2)	0,202	0,836	0,407	Tidak Terdukung
Persepsi Kualitas Produk (X3)	-0,162	-0,768	0,446	Tidak Terdukung
Persepsi Nisbah Bagi Hasil (X4)	0,242	1,267	0,212	Tidak Terdukung
<i>R-Square</i>	0,555			
<i>Adjusted R-Square</i>	0,515			
<i>F-statistic</i>	14,003			
<i>Sig. (f)</i>	000			

Sumber: Data Primer, diolah (2023)

Uji Simultan (F)

Uji F berguna untuk melihat pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen³⁶. Ketika nilai F pada tingkat signifikan < 0,05 maka variabel independen dan variabel dependen memiliki pengaruh yang simultan³⁷. Sesuai dengan hasil uji F pada tabel 5 menunjukkan bahwa tingkat signifikan sebesar 000. Artinya, bahwa variabel pengetahuan

³⁵ Lupiyoadi and Ikhsan.

³⁶ Lupiyoadi and Ikhsan.

³⁷ Ghazali, "Faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Margin Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah."

produk pembiayaan (X1), persepsi kualitas layanan (X2), persepsi kualitas produk (X3), persepsi nisbah bagi hasil (X4) secara simultan berpengaruh terhadap variabel minat nasabah (Y) menggunakan produk pembiayaan di Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada penelitian ini berguna untuk menguji hipotesis sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual³⁸. Ketika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis pada penelitian ini terdukung atau diterima. Atau dengan kata lain terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 5, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a. Variabel pengetahuan produk pembiayaan diperoleh nilai signifikan sebesar 0,015 hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,015 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 terdukung. Artinya pengetahuan produk pembiayaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk pembiayaan di Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta.
- b. Variabel persepsi kualitas layanan diperoleh nilai signifikan sebesar 0,407 hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,407 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 tidak terdukung. Artinya persepsi kualitas layanan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah (Y) menggunakan produk pembiayaan di Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta.
- c. Variabel persepsi kualitas produk diperoleh nilai signifikan sebesar 0,446 hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,446 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 tidak terdukung. Artinya persepsi kualitas produk (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah (Y) menggunakan produk pembiayaan di Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta.
- d. Variabel persepsi nisbah bagi hasil diperoleh nilai signifikan sebesar 0,212 hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,212 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H4

³⁸ Lupiyoadi and Ikhsan, *Praktikum Metode Riset Bisnis*.

tidak terdukung. Artinya persepsi nisbah bagi hasil (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah (Y) menggunakan produk pembiayaan di Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta.

Berdasarkan hasil penelitian di atas mengungkapkan bahwa variabel pengetahuan produk pembiayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Belian et al.³⁹ yang menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh terhadap preferensi nasabah pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek. Artinya jika nasabah memiliki pengetahuan yang tinggi tentang ketentuan, keuntungan, serta manfaat produk pembiayaan sesuai dengan tujuan dan kebutuhan nasabah maka semakin tinggi pula minat nasabah menggunakan produk pembiayaan di Bank KBBS Yogyakarta.

Kebutuhan yang semakin tinggi merupakan salah satu keresahan yang dialami oleh setiap manusia, berbagai macam cara dilakukan untuk memenuhi kebutuhan tersebut salah satunya dengan cara melakukan pembiayaan di lembaga keuangan bank syariah. Nasabah pembiayaan di Bank KBBS Yogyakarta didominasi oleh nasabah yang membutuhkan pendanaan untuk kebutuhan modal kerja. Hal ini dibuktikan dengan realita yang terjadi yaitu sebagian besar nasabah pembiayaan di Bank KBBS Yogyakarta bermata pencarian sebagai wiraswasta dengan jumlah 31 orang dari total 50 responden sehingga hal tersebut yang menjadi latar belakang nasabah Bank KBBS Yogyakarta menggunakan pembiayaan sebagai kebutuhan modal kerja. Sebagian besar sebelum menggunakan produk pembiayaan nasabah akan terlebih dahulu mencari informasi terkait dengan manfaat, ketentuan, dan keuntungan yang diperoleh ketika menggunakan produk pembiayaan tersebut agar sesuai dengan tujuan dan kebutuhan. Oleh karena itu pengetahuan terkait produk pembiayaan merupakan hal yang penting bagi nasabah dalam memilih produk pembiayaan.

³⁹ Bela Belian, M. Ryzki Wiryawan, and Adi Indradi Wazdi, "Pengaruh Pengetahuan Produk, Bagi Hasil Dan Lokasi Terhadap Preferensi Nasabah Pembiayaan Mudharabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek," *Jurnal Dimamu* 1, no. 2 (2022): 138–48, <https://doi.org/10.32627/dimamu.v1i2.472>.

Setelah dilakukan pengujian variabel persepsi kualitas layanan, persepsi kualitas produk, dan persepsi nisbah bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk pembiayaan di Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta. Artinya kualitas layanan, kualitas produk dan nisbah bagi hasil menurut persepsi nasabah bukan merupakan faktor utama dalam mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk pembiayaan di Bank KBBS Yogyakarta. Akan tetapi disebabkan karena adanya faktor kebutuhan yang mendesak seperti kebutuhan modal kerja ataupun masalah pada kondisi keuangan yang minim sehingga pada fenomena tersebut nasabah akan cenderung mengabaikan faktor-faktor lain agar segera memperoleh pembiayaan dari Bank KBBS Yogyakarta untuk memenuhi tujuan dan kebutuhannya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Gumilar dan Desy⁴⁰ menyimpulkan bahwa tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada Bank BTPN Syariah, karena kualitas pelayanan bukan merupakan faktor utama dalam mempengaruhi minat. kemudian didukung juga oleh penelitian Ghozali⁴¹ yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah* di BJB Syariah KCP Arjawinangun. Penelitian tersebut berbanding terbalik dengan penelitian Hazira et al.,⁴² yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan di PT. Pegadaian (Persero) Tanjungpinang Timur. Serta hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian Syahrina dan Minarsih⁴³ yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh tingkat bagi hasil terhadap pembiayaan *mudharabah*. Karena

⁴⁰ Irfanullah and Sari, "Volume 3 Number I 2023 Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Murabahah."

⁴¹ Ghozali, "Faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Margin Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah."

⁴² {Formatting Citation}

⁴³ Syahrina Noormala Dewi and Minarsih Saleh, "Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Tingkat Bagi Hasil Dan Non Performing Financing Terhadap Pembiayaan Mudharabah," *Journal of Accounting And Financial* 5, no. 1 (2020): 14–24.

alasan utama nasabah menggunakan produk pembiayaan bukan melihat dari tingkat bagi hasilnya melainkan tingkat kebutuhannya.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi berguna untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁴⁴ Adapun variabel independen yang dimaksud adalah pengetahuan produk pembiayaan (X1), persepsi kualitas layanan (X2), persepsi kualitas produk (X3), dan persepsi nisbah bagi hasil (X4) serta variabel dependen yaitu minat nasabah (Y). Dapat dilihat pada tabel 5 diketahui bahwa nilai *R-Square* sebesar 0,555. Hal ini dapat dijelaskan bahwa variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen pada penelitian ini sebesar 55,5%.

E. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis menunjukan bahwa variabel pengetahuan produk pembiayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan di Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta. Sedangkan variabel persepsi kualitas layanan, persepsi kualitas produk, dan persepsi nisbah bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk pembiayaan di Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta. Implikasinya, nasabah akan semakin yakin dan tertarik menggunakan pembiayaan ketika nasabah memiliki pengetahuan yang tinggi terkait dengan produk pembiayaan tersebut. Sebagian besar nasabah menggunakan produk pembiayaan di Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta salah satu alasannya karena melihat urgensi kebutuhan nasabah. Sehingga faktor kualitas layanan, kualitas produk, dan nisbah bagi hasil tidak terlalu diperhatikan oleh nasabah ketika menggunakan pembiayaan tersebut. Hal ini menjadi faktor pendorong bagi pihak Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta untuk terus mengembangkan produk pembiayaan agar nasabah semakin tertarik dan berminat menggunakan produk pembiayaan dari Bank KB Bukopin Syariah Yogyakarta. Dalam penelitian ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan sehingga disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk menambahkan

⁴⁴ Nurhidayatus Sifki and Ibram Pinondang Dalimunthe, "Pengaruh Bagi Hasil, Biaya Promosi, Efisiensi Operasional Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah," *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)* 6, no. 1 (2022): 28–44, <https://doi.org/10.46367/jas.v6i1.505>.

variabel independen lain yang dapat mempengaruhi nasabah salah satunya seperti faktor kebutuhan.

F. Daftar Pustaka

- Andriani I, Gicella Fanny, and Halmawati Halmawati. "Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah." *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* 1, no. 3 (2019): 1322–36. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i3.145>.
- Belian, Bela, M. Ryzki Wiryanan, and Adi Indradi Wazdi. "Pengaruh Pengetahuan Produk, Bagi Hasil Dan Lokasi Terhadap Preferensi Nasabah Pembiayaan Mudharabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek." *Jurnal Dimamu* 1, no. 2 (2022): 138–48. <https://doi.org/10.32627/dimamu.v1i2.472>.
- Dewi, Syahrina Noormala, and Minarsih Saleh. "Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Tingkat Bagi Hasil Dan Non Performing Financing Terhadap Pembiayaan Mudharabah." *Journal of Accounting And Financial* 5, no. 1 (2020): 14–24.
- Faruk. "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Deposito Barokah." *Iqtisadiyah: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy* 01, no. 01 (2021): 93–112.
- "Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 15/DSN-MUI/IX/2000 Tentang Prinsip Distribusi Dalam Lembaga Keuangan Syari'ah," 2000.
- Ghozali, Mohamad. "Faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Margin Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah." *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2021): 65. <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v3i1.8566>.
- Hasanah, Uswatun, and Dzikrulloh. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Daya Tarik Produk Pembiayaan LASISMA (Layanan Berbasis Jamaah) Di BMT NU Cabang Ganding Kabupaten Sumenep." *KAFFA: Jurnal Fakultas Keislaman* Vol.2, No. (2021).
- Hazira, Mariatul, Lia Suprihartini, and Firmansyah Kusasi. "Pengaruh Nilai Taksiran, Kualitas Produk, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Kca Di Pt.X." *Maritim Raja Ali Hajji*, 2019, 1–17.
- Husny, Rahmad, and Santi Arafah. "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Sumut Syariah." *Jurnal FEB* 1, no. 01 (2020): 103–12.
- Indriantoro, Nur, and Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi Pert. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2016.

- Irfanullah, Gumilar, and Desy Fitriana Sari. "Volume 3 Number 1 2023 Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Murabahah" 3, no. 1 (2023): 75–84.
- "KB Bukopin Syariah." "Profil Perusahaan KB Bukopin Syariah." Accessed October 29, 2022. www.kbbukopinsyariah.com.
- Kusumo, Herlambang Jati. "Bank Syariah Bukopin Jogja Tetap Tumbuh Di Tengah Pandemi." *Harian Jogja*, 2021. <https://m.harianjogja.com/ekbis/read/2021/08/18/502/1080321/bank-syariah-bukopin-bsb-jogja-tetap-tumbuh-di-tengah-pandemi>.
- Lupiyoadi, Rambat, and Ridho Bramulya Ikhsan. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2015.
- Otoritas Jasa Keuangan. "Perbankan Syariah Dan Kelembagaannya." Accessed October 26, 2022. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>.
- Republik Indonesia. "Undang-Undang No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah," 2008.
- Sifki, Nurhidayatus, and Ibram Pinondang Dalimunthe. "Pengaruh Bagi Hasil, Biaya Promosi, Efisiensi Operasional Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah." *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)* 6, no. 1 (2022): 28–44. <https://doi.org/10.46367/jas.v6i1.505>.
- Utomo, Danang Prio, Huzain Jailani, and Regita Ayu Cahyati. "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Koperasi Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Nur Hayyu Ambara NTB." *Iqtishaduna* Vol. 12 No (2021).
- Wahyuni, Sri. "Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah." *At-Tawassuth* Vol. II, N (2017).
- Zaharman, Arini, and Serly Novianti. "Analisis Perkembangan Aset, Pembiayaan, Dan Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah Di Indonesia Dimasa Pandemi Covid-19." *Jurnal Akuntansi Kompetif* 5, no. 2 (2022): 174–79. <https://ejournal.kompetif.com/index.php/akuntansikompetif/article/view/951/641>.
- Zuhirsyan, Muhammad, and Nurlinda Nurlinda. "Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah." *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2, no. 2 (2021): 114–30. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>.