

**PENGARUH CITRA LEMBAGA, *PERSONAL SELLING*,
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
ANGGOTA MENABUNG DI KSPPS BMT MANDIRI
SEJAHTERA CABANG DUKUN**

SKRIPSI

Oleh
KHASBIYULLOH RIFQI ZIDANE
NIM: 08040422122



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
2025**

PERNYATAAN

Saya Khasbiyulloh Rifqi Zidane, 08040422122, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 16 Desember 2025



Khasbiyulloh Rifqi Zidane
NIM 08040422122

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Surabaya, 10 Desember 2025

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,



Dr. Maziyah Mazza Basya, S.HI., M.SEI

NIP. 199001092019032014

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA LEMBAGA, *PERSONAL SELLING*, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA MENABUNG DI KSPPS BMT MANDIRI SEJAHTERA CABANG DUKUN

Oleh
Khasbiyulloh Rifqi Zidane
NIM: 08040422122

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
Tanggal 24 Desember 2025 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Maziyah Mazza Basya, M.SEI
NIP. 199001092019032014
(Penguji 1)
2. Dr. Bakhrul Huda, Lc., M.E.I
NIP. 198509042019031005
(Penguji 2)
3. Nurul Lathifah, S.A., M.A
NIP. 198905282018012001
(Penguji 3)
4. Nurul Fatma Hasan, M.E.I.
NIP. 198907112020122013
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



Surabaya, 24 Desember 2025

Dekan,

Dr. Sunardi Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001 ✓



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Khasbiyulloh Rifqi Zidane
NIM : 08040422122
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : khasbiyullohrifqizidane@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pengaruh Citra Lembaga, *Personal Selling*, Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota
Menabung di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Januari 2026

Penulis

Khasbiyulloh Rifqi Zidane

ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat dalam industri keuangan syariah menuntut lembaga untuk memiliki strategi yang efektif dalam meningkatkan keputusan anggota. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih tempat menabung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra lembaga, *personal selling*, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun, baik secara parsial maupun simultan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan anggota KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun. Teknik analisis data yang diterapkan meliputi uji instrumen data, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra lembaga, *personal selling*, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota menabung. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik reputasi lembaga di mata masyarakat, semakin efektif pendekatan penjualan personal yang dilakukan, serta semakin prima kualitas layanan yang diberikan, maka akan semakin tinggi tingkat keputusan anggota untuk mempercayakan dananya di BMT tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan kepada manajemen KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun untuk terus mempertahankan citra positif yang telah terbangun di masyarakat. Selain itu, pihak manajemen perlu memberikan pelatihan berkelanjutan bagi staf terkait teknik *personal selling* dan standar pelayanan prima agar kepuasan anggota tetap terjaga dan jumlah anggota penabung dapat terus meningkat di masa mendatang. Dan bagi peneliti selanjutnya dapat menguji variabel lain yang relevan dalam konteks lembaga keuangan syariah mikro.

Kata Kunci: Citra Lembaga, *Personal Selling*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Menabung, BMT.

ABSTRACT

Increasingly fierce competition in the Islamic financial industry demands that institutions develop effective strategies to improve member decisions. This research is motivated by the importance of understanding the factors that influence public preferences in choosing a savings account. The purpose of this study is to examine and analyze the influence of institutional image, personal selling, and service quality on members' savings decisions at the KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Dukun Branch, both partially and simultaneously.

The method used in this study was a quantitative approach with an associative approach. Data were collected through questionnaires distributed to respondents who were members of the KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Dukun Branch. Data analysis techniques applied included data instrument testing, classical assumption testing, and multiple linear regression analysis to test the research hypotheses.

The results indicate that institutional image, personal selling, and service quality have a positive and significant influence on members' savings decisions. These findings indicate that the better the institution's reputation in the public eye, the more effective the personal selling approach, and the better the quality of service provided, the higher the level of members' decision to entrust their funds to that BMT.

Based on the research findings, the management of the KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Dukun Branch is advised to continue maintaining the positive image it has established in the community. Furthermore, management needs to provide ongoing training for staff on personal selling techniques and excellent service standards to maintain member satisfaction and increase the number of savings members in the future. Furthermore, future researchers can examine other relevant variables in the context of Islamic microfinance institutions.

Keywords: Institutional Image, Personal Selling, Service Quality, Savings Decisions, BMT.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Bagi Regulator.....	13
1.4.2 Bagi Investor	14
1.4.3 Bagi Pihak Internal BMT	14
BAB II.....	15
LANDASAN TEORI.....	15
2.1 <i>Theory of Islamic Planned Behaviour</i>	15
2.1.1 Definisi <i>Theory of Islamic Planned Behaviour</i>	15
2.1.2 Indikator <i>Theory of Islamic Planned Behaviour</i>	16
2.2 Citra Lembaga	19
2.2.1 Definisi Citra Lembaga	19
2.2.2 Jenis-Jenis Citra.....	21
2.2.3 Indikator Citra Lembaga.....	23
2.2.4 Citra Lembaga dalam Perspektif Islam	25
2.3 <i>Personal Selling</i>	27
2.3.1 Definisi <i>Personal Selling</i>	27

2.3.2 Prinsip-Prinsip <i>Personal Selling</i>	28
2.3.3 <i>Personal Selling</i> secara Islam.....	29
2.3.4 Tahapan-Tahapan <i>Personal Selling</i>	31
2.3.5 Indikator <i>Personal Selling</i>	33
2.4 Kualitas Pelayanan	34
2.4.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....	34
2.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	36
2.4.3 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	37
2.4.4 Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Ekonomi Islam	38
2.5 Keputusan Menabung.....	40
2.5.1 Definisi menabung.....	40
2.5.2 Indikator Keputusan Menabung	42
2.5.3 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menabung	44
2.5.4 Menabung dalam Perspektif Islam	45
2.6 Penelitian Terdahulu.....	46
2.7 Kerangka Konseptual	57
2.8 Pengembangan Hipotesis.....	58
BAB III	62
METODE PENELITIAN.....	62
3.1 Jenis Penelitian	62
3.2 Tempat atau Lokasi Penelitian	62
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	62
3.3.1 Populasi	62
3.3.2 Sampel	63
3.4 Variabel Penelitian	65
3.5 Definisi Operasional.....	65
3.6 Jenis dan Sumber Data	68
3.6.1 Data Primer.....	68
3.6.2 Data Sekunder	68
3.7 Teknik Pengumpulan Data	69
3.7.1 Kuesioner.....	69
3.7.2 Dokumentasi.....	70
3.8 Teknik Analisis Data	71
3.8.1 Uji Validitas.....	71
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	71
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	72

3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda	73
3.8.5 Uji Hipotesis	74
BAB IV	77
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	77
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	77
4.1.1 Profil KSPPS BMT Mandiri Sejahtera.....	77
4.1.4 Struktur Organisasi, Personalia, dan Deskripsi Tugas KSPPS BMT Mandiri Sejahtera.....	83
4.1.5 Produk Simpanan KSPPS BMT Mandiri Sejahtera.....	88
4.1.6 Karakteristik Responden.....	92
4.2 Hasil Uji Kelayakan Data	94
4.2.1 Hasil Uji Validitas	94
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	99
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	102
4.3.1 Uji Normalitas	102
4.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas	103
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	105
4.2.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	107
4.2.5 Uji Hipotesis	109
4.5.1 Uji Parsial (Uji T).....	109
4.5.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)	110
4.5.3 Uji Koefisien Determinan.....	112
4.2.6 Pembahasan	112
4.6.1 Pengaruh Citra Lembaga terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun	112
4.6.2 Pengaruh <i>Personal Selling</i> terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang dukun	114
4.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang dukun	115
4.6.4 Pengaruh Citra Lembaga, <i>Personal Selling</i> dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang dukun.....	116
BAB V	119
PENUTUP	119
5.1 Kesimpulan	119
5.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN.....	130

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Rekening DPK di Bank Umum Syariah	2
Tabel 1. 2 Data Jumlah Anggota Simpanan.....	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	47
Tabel 3. 1 Tabel Definisi Operasional	65
Tabel 3. 2 Tabel Penilaian Skala Likert.....	70
Tabel 4. 1 Jumlah Frekuensi Usia Responden	92
Tabel 4. 2 Jumlah Frekuensi Jenis Kelamin	93
Tabel 4. 3 Jumlah Frekuensi Pekerjaan	93
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Citra Lembaga.....	95
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Personal Selling	96
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	97
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Keputusan Menabung	98
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Citra Lembaga	100
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Personal Selling.....	101
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	101
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Menabung.....	102
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	103
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	104
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	107
Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial	109
Tabel 4. 17 Hasil Uji Simultan.....	111
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	112

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	57
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi KSPPS BMT Mandiri Sejahtera.....	83
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas di SPSS 25	106
Gambar 4. 3 grafik pertumbuhan jenis simpanan	117



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 biodata peneliti	130
Lampiran 2 Izin Surat Penelitian	131
Lampiran 3 Lembar Kuesioner	132
Lampiran 4 Rekapitulasi Data Hasil Pengisian Kuesioner	137
Lampiran 5 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....	141



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Adimah, N., Irsyad, M., & Oktriawan, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Nasabah dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan kantor Cabang Purwakarta). *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 3(2), 177–194. <https://doi.org/10.52593/mtq.03.2.01>
- Al-‘Aynī, Badr al-Dīn Abū Muḥammad Maḥmūd ibn Aḥmad ibn Mūsā. (2001). *‘Umdat al-Qārī Syarḥ Ṣaḥīḥ al-Bukhārī* (Juz 22, hlm. 113, Hadis No. 5678). Beirut: Dār Iḥyā’ al-Turāth al-‘Arabī.
- Al-Sindi, A. al-H. N. al-D. M. ibn ‘A. al-H. al-Sindi. (2007). *Hāsyiyah Musnad al-Imām Aḥmad ibn Ḥanbal* (Juz 3, hlm. 407, Hadis No. 4257). Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Andini, N., Sinaga, V. A., & Nasution, S. (2024). Meningkatkan Kesadaran Menabung Sejak Dini Melalui Sosialisasi Pentingnya Menabung di SDN 104272 Desa Ujung Rambung. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 3(4), 401–405.
- Anggraeni, A., & Rachmanita. (2015). Effects of Brand Love, Personality and Image on Word of Mouth; the Case of Local Fashion Brands Among Young Consumers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211(September), 442–447. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.058>
- Ashraf, M. A. (2023). Theory of Islamic planned behavior : applying to investors ’ Sukuk purchase intention. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(4), 554-573. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2021-0096>
- Aulia, A. I., Fitriah, Y., & Astuti, R. P. (2025). Analisis Hubungan Kelembagaan Antara Bank Sentral, Pemerintah, Dan Perbankan Dalam Stabilitas Keuangan Indonesia. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(5), 325-333.
- Dahrani, D., & Syafitri, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop Ditinjau Dari

- Perspektif Islam Pada Home Industry Queennacollection. *SOSEK: Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, 3(1), 30–34.
- Dalimunthe, N., & Lubis, N. K. (2023). Peran Lembaga Perbankan terhadap Pembangunan Ekonomi: Fungsi dan Tujuannya dalam Menyokong Ketenagakerjaan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(30), 956–963. <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/20997%0Ahttps://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/download/20997/7132>
- Dewi Kartikasari, & Ulyana Muslimin. (2023). the Effect of E-Commerce and Corporate Image on Customer Saving Decisions in Pt Bank Rakyat Indonesia Parepare Branch. *International Journal Of Accounting, Management, And Economics Research*, 1(1), 01–03. <https://doi.org/10.56696/ijamer.v1i1.3>
- Fadilah, et al. (2025). Pengaruh Motivasi, Citra Lembaga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Donatur Pada LAZ Azka Al Baitul Amien Jember. *Value: Journal of Business Studies*, 4(37).
- Faruq, U., & Jennah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong. *Mabny: Journal of Sharia Management and Business*, 3(01), 22–34. <https://doi.org/10.19105/mabny.v3i01.9111>
- Fataruba, S., & Maulana, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik. *JIESP : Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 2(1), 25–33.
- Fauzani, S. M., & Nellyaningsih. (2019). Tinjauan Personal Selling Pada Pt Bank Negara Indonesia Jpk Di Bandung Tahun 2019. *E-Proceeding of Applied Science*, 5(2), 899–908.
- Francis, L. J., Sahin, A., & Al-Failakawi, F. (2008). Psychometric properties of two Islamic measures among young adults in Kuwait: the Sahin- Francis Scale of Attitude toward Islam and the Sahin Index of Islamic Moral Values. *Journal of Muslim Mental Health*, 3(1), 9–24.
- Ghozali, I., & Karlina Aprilia Kusumadewi. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian*

Empiris.

- Habib, Z., & Mundhori. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di KSPPS BMT Kemitraan Bojonegoro. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 1(1), 79–94.
- Haki, U. (2020). Pengaruh Pengetahuan Zakat dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat Fitrah. *Syi'ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 4(1), 81–97. <https://doi.org/10.35448/jiec.v4i1.8182>
- Hanik, U. A., Afkar, T., & Utami, H. W. (2021). Pengaruh Faktor Sosial dan Tingkat Pendidikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BMT Mandiri Ukhuwah Persada (Muda) Jawa Timur. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(2), 123–132.
- Hariyanto, D. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Hasan, I., Farida, L., & Kholilah, K. (2021). The role of Islamic Corporate Social Responsibility in building corporate image to increase customer loyalty. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(2), 83–94. <https://doi.org/10.21067/jem.v17i2.5334>
- Hindun, K., Anwar, M., & Purwanto, S. (2025). THE ROLE OF TRUST IN MEDIATING PERSONAL SELLING AND CUSTOMER EXPERIENCE TOWARDS THE DECISION TO SAVE AT BPR SYARIAH (Study at BPRS Baiturridha Pusaka-Bandung). *Economics and Business Journal (ECBIS)*, 3(6), 503–518.
- Ibnu Daqīq al-ʿĪd, M. bin ʿA. bin W. bin Muṭīʿ. (1995). *Iḥkām al-Iḥkām Syarḥ ʿUmdah al-Aḥkām* (Juz 2, hlm. 652, Hadis No. 372). Beirut: Dār al-Kutub al-ʿIlmiyyah.
- Ibnu Daqīq al-ʿĪd, M. bin ʿA. bin W. bin Muṭīʿ. (1995). *Iḥkām al-Iḥkām Syarḥ ʿUmdah al-Aḥkām* (Juz 2, hlm. 657, Hadis No. 377). Beirut: Dār al-Kutub al-ʿIlmiyyah.
- Ibnu Hajar al-ʿAsqalani, A. ibn ʿA. ibn H. al-ʿAsqalani. (1987). *Fath al-Bārī Syarḥ*

- Ṣaḥīḥ al-Bukhārī* (Juz 10, hlm. 459, Hadis No. 5672). Beirut: Dār al-Ma‘rifah.
- Ilyasa, N. (2018). PENGARUH TEMPAT USAHA , DISPLAY PRODUK DAN PERSONAL SELLING SECARA ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PASAR BATIK DESA TRUSMI KABUPATEN CIREBON TAHUN 2018. *Inklusif: Jurnal Pengkajian Penelitian Syariah Dan Ilmu Hukum*, 3(2), 106–120.
- Inayah, N. (2021). ANALISIS PENGARUH FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH KOTA MEDAN. *Studi Economica Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 1–20.
- Irawan, D., N. P. W., Sagiman, R., & Nugroho, S. (2020). *Pengaruh Theory Planned Behavior terhadap Keputusan Menabung di Rekening Syariah*. 3(1), 1–14.
- Irda, M. M., & Devy, T. (2023). Analisis Strategi Promosi Personal Selling Pada Produk Tabungan Dalam Upaya Pencapaian Target Jumlah Tabungan Nasabah Di BMT. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 197–209. <https://doi.org/10.56145/jurnalekonomidanbisnis.v3i2.76>
- Jannah, N., & Amalia, I. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dana Pihak Ketiga pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2010-2022. *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 4(1), 315–321.
- Julhadi, Susilawati, D., & Rosa, I. (2020). *Metodologi Penelitian PENDIDIKAN*. Keuangan, otoritas jasa. (2024). *Statistik Perbankan Syariah*. Desember.
- Khaerunisahadi, A. A. (2023). Dampak Dana Pihak Ketiga dan Penyaluran Kredit Terhadap Profitabilitas Perbankan. *Cantaka: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 1(1), 37–46. <https://doi.org/10.61492/cantaka.v1i1.16>
- Kidwell, B., & Jewell, R. D. (2003). An examination of perceived behavioral control: Internal and external influences on intention. *Psychology & Marketing*, 20(7), 625–642.
- KSPPS BMT Mandiri Sejahtera. (2025). <https://www.bmtmandirisejahtera.co.id/>
- Lailiyah, A., Hakim, I., & Agustin, A. F. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menyimpan Dana di Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)

- Mandiri Sejatera Jawa Timur. *Journal of Islamic Economics Development and Innovation (JIEDI)*, 3(3), 197–205.
<https://ejournal.umm.ac.id/index.php/ijiedi/issue/view/1079>
- Lesmana, A. Z., Sahir, S. H., & Bank, J. (2023). Analisa Keputusan Menabung di Bank Mega Syariah di Kota Medan. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 580–585. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.716>
- Lestari, I. A., & Awali, H. (2023). Pengaruh Sharia Compliance, Religiositas, Kepercayaan (trust) dan Corporate Image Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(2), 164–174.
<https://doi.org/10.28918/velocity.v3i2.1215>
- Lestari, S., & Ulum, B. (2023). MENABUNG DI BANK KONVENSIONAL DAN DI BANK SYARIAH DALAM PANDANGAN EKONOMI ISLAM. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 65–82.
- M Difach Hazairin Nasution, Harahap, R. D., & Atika. (2025). The Influence of Product Quality, Service Quality and Promotion on Saving Decision Making in Islamic Banks For UIN North Sumatra Students. *International Journal of Community Engagement Payungi*, 5(3), 341–355.
<https://www.journal.payungi.org/index.php/ijcep/article/view/20>
- Maki, H. A., & Nurjaman, U. (2022). PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM PENDIDIKAN BERBASIS AGAMA, FILSAFAT, PSIKOLOGI, DAN SOSIOLOGI. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 16(1), 88–102.
- Masadah, M., Mu'ah, M., Masram, M., Sayyid, M., & Singgih, C. T. (2024). Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Tegal Ijo Madiun. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 4(1), 291–300.
<https://doi.org/10.36908/jimpa.v4i1.339>
- Mustofa, I. A. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil terhadap kepuasan anggota kspps bmt peta trenggalek.*
- N'uman, F. (2015). *Syarah Al-Arba'in An-Nawawiyah*. Sekapur Sirih.

- Octavianita, R., & Darmawan, E. D. (2021). Pengaruh Personal Selling Terhadap Pencapaian Target Penjualan (Studi Kasus PT. SETIAWAN SEDJATI). *Eqien*, 8(2), 218–227.
- Pohan, F. N. (2024). Rasionalitas Dalam Berbagai Konteks. *Circle Archive*, 1(4), 1–15.
- Purnamasari, S. I., Putranto, H. A., & Putranto, H. A. (2025). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serum Implora di Shopee. *JIESP : Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 4(1), 75–82.
- Putri, A., Suryani, & Risyanto, H. (2022). Faktor Penentu Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah Periode 2015-2020. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 3(2), 131–141.
- Rifki, M., Kiptiyah, M., Aggraini, D. P., Honainah, & Putra, T. R. (2024). OPTIMALISASI LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH UNTUK PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT KECIL DAN MENENGAH. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6), 3031–5220.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *METODE RISET PENELITIAN KUANTITATIF PENELITIAN DI BIDANG MANAJEMEN, TEKNIK, PENDIDIKAN DAN EKSPERIMEN*. CV BUDI UTAMA. <https://www.scribd.com/document/660122293/E-book-Metode-Riset-Penelitian-Kuantitatif-Penelitian-Di-Bidang-Manajem>
- Rouf, A., Masrurroh, F., Mashuri, M., & Yuliana, I. (2021). Analisis Pengaruh Advertising Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Menabung Nasabah. *Journal of Social Community*, 6(2), 154–163.
- Saat, S., & Mania, S. (2020). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN PANDUAN BAGI PENELITI PEMULA* (Muzakkir & Penata (Eds.); Cetakan Ke). PUSAKA ALMAIDA.
- Sagala, R., & Marbun, G. (2022). Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Bpjs Mandiri Rawat Jalan Pada Rumah Sakit Bina Kasih Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 22(September), 462–487. <https://doi.org/10.54367/jmb.v22i2.2149>

- Sahir, S. H. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN* (M. S. Dr. Ir. Try Koryati (Ed.)). PENERBIT KBM INDONESIA.
- Sari, O. D., & Hutagalung, M. A. K. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Smart IB Di PT. Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Medan Ringroad. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 7825–7832.
- Septia, E., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)*, 3(1), 53–62. <https://doi.org/10.56870/ambitek.v3i1.65>
- Shihab, M. Q. (2024). *AL-MISHBAH TAFSIR Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*. 7, 1–572.
- Siregar, I. P., Anisa, D., & Sari, N. (2025). Pengaruh Personal Selling dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Waralaba: Journal Of Economics and Business*, 1(3), 1–20. <https://doi.org/10.61590/waralaba.v1i3.202>
- Solekha, Y. A., Murdianah, A. Q., Lestari, N. S., & Asytuti, R. (2021). Baitul Maal Wa Tamwil Sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah Pemberdaya Ekonomi Umat (Konsep Dan Teori) dapat memenuhi kebutuhannya . Meminjam dana dari pihak manapun tanpa memikirkan telah dipinjamkan sebab berlandaskan atas time value of money . Dari. *Journal of Sharia Finance and Banking*, 1(1), 44–58.
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (Ed.); kedua Ceta, Vol. 17). ALFABETA CV.
- Sunardiyah, F., Pawito, P., & Isrun Naini, A. M. (2022). Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Kampanye Sosial Media dan Citra Organisasi terhadap Kepuasan Konsumen di Bea Cukai Surakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 237. <https://doi.org/10.31315/jik.v20i2.6615>
- Sundari, E. (2021). *Dinamika Citra Dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan (Studi Kasus Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru)*.
- Suprpto, F. M. (2021). The effect of service quality on saving decisions with

- Islamic branding as a moderating variable. *Journal of Islamic Economics Management and Business (JIEMB)*, 3(2), 179–194. <https://doi.org/10.21580/jiemb.2021.3.2.11503>
- Suprpto, R., Susanti, N. I., & Ferikha, Z. (2022). Pengaruh faktor sosial, budaya dan religiusitas terhadap keputusan anggota menabung di bmt ugt sidogiri capem sempu. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(1), 28–39.
- Suwandi, S., Sujono, J., & Hermawati, W. (2022). Does customer service quality influence customer decision making process to use bank plan savings product? a study at Bank Mandiri Cirebon Siliwangi Branch. *Journal of Enterprise and Development*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.20414/jed.v4i1.4783>
- Tafonao, A., Waruwu, Y., & Telaumbanua, S. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di UD.Fany Kota Gunung Sitoli. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Nias Selatan*, 7(1), 9–17. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/JEB>
- Tampati, R. (2022). Analisis Pengaruh Citra Lembaga Dan Faktor Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Cu Gemalaq Kemisiq Di Desa Tanggerang Kecamatan Jelai Hulu Kabupaten Ketapang. *Bisma, Vol 7. No 4, Agustus 2022*, 7(4), 727–738.
- Wahid, A. (2023). *Perilaku Pemasaran Modern*.
- Yanti, C. (2023). Analisis Pengaruh Citra Koperasi, Nilai Pelanggan, Dan Kepercayaan Anggota Terhadap Keputusan Menabung Pada Credit Union Keling Kumang Cabang Ahmad Yani Di Pontianak. *Bis-Ma (Bisnis Manajemen)*, 8(1), 130–140.
- Yazid, M., Elly, M. I., & Hermawan, D. J. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kantor BMT NU Cabang Bantaran. *JUMAD: Journal Management, Accounting, & Digital Business*, 1(4), 551–560. <https://doi.org/10.51747/jumad.v1i4.1429>
- Zawawi, A. (2021). Penerapan Nilai-Nilai Islam pada BMT dalam Mendapatkan Nasabah yang Loyal. *AL-MAQASHID: Journal of Economics and Islamic Business*, 1(1), 1–32. <https://doi.org/10.55352/maqashid.v1i1.156>