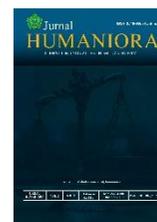


Available online at www.jurnal.abulyatama.ac.id/humaniora
ISSN 2548-9585 (Online)

Universitas Abulyatama Jurnal Humaniora



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENABUNG GENERASI MILENIAL PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KOTA BANDA ACEH

Isthafan Najmi¹, Cut Delsie Hasrina¹, Dara Murzalifah²

¹Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abulyatama

²Mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abulyatama

*Email korespondensi: isthafannajmi@abulyatama.ac.id

Diterima 28 Agustus 2023; Disetujui 28 September 2023; Dipublikasi 31 Oktober 2023

Abstract: *This research was conducted on the millennial generation at Bank Syariah Indonesia (BSI) Banda Aceh City. The sample in this study was the millennial generation who saved at Bank Syariah Indonesia (BSI) Banda Aceh City as many as 96 respondents. The samples were taken using stratified random sampling technique. Taking into consideration that the population is varied, has different characters, is heterogeneous and the exact number is not yet known. The model used in this research is multiple linear regression analysis. The research results show that trust and service quality simultaneously influence the interest in saving of the millennial generation at Bank Syariah Indonesia (BSI) Banda Aceh City. Trust influences the interest in saving of the millennial generation at Bank Syariah Indonesia (BSI) Banda Aceh City. Service quality influences the interest in saving of the millennial generation at Bank Syariah Indonesia (BSI) Banda Aceh City. The correlation coefficient (R) value is 0.692, which shows that the degree of relationship between the independent variable and the dependent variable is 0.692 or 69.2%, so interest in saving has a close and positive relationship with trust and service quality. The coefficient of determination (R²) is 0.479, meaning that interest in saving can be explained by trust and service quality by 0.479 or 47.9%. Meanwhile, the remaining 52.1% is explained by other variables outside of this research which might influence interest in saving.*

Keywords: *Trust, Service Quality, Millennial Generation's Interest in Saving*

Abstrak: Penelitian ini dilakukan terhadap generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh. Sampel dalam penelitian ini generasi milenial yang menabung pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh sebanyak 96 responden. Adapun sampel diambil dengan teknik stratified random sampling. Dengan pertimbangan bahwa populasinya bervariasi, berbeda karakter, bersifat heterogen dan belum diketahui jumlah pastinya. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan dan kualitas layanan simultan berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh. Kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh. Kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,692 yang menunjukkan bahwa derajat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen sebesar 0,692 atau 69,2%, maka minat menabung mempunyai hubungan yang erat dan positif dengan kepercayaan dan kualitas layanan. Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,479, artinya minat menabung dapat dijelaskan oleh kepercayaan dan kualitas layanan sebesar 0,479 atau 47,9%. Sedangkan sisanya sebesar 52,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar dari penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi minat menabung.

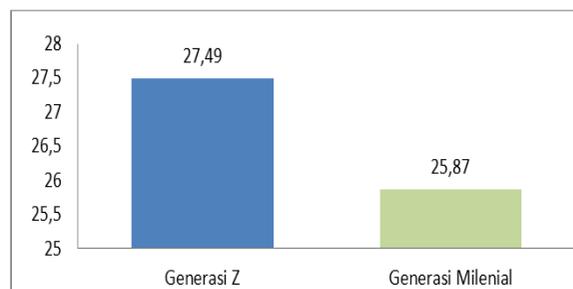
Kata kunci : Kepercayaan, Kualitas Layanan, Minat Menabung Generasi Milenial

Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki asset sekitar Rp 228 triliun BSI menempati peringkat ke-7 bank terbesar di Indonesia memberikan dukungan keuangan ekonomi yang lebih besar. Dengan modal sewa Rp 202 triliun BSI memiliki likuiditas dan solvabilitas yang kuat untuk mengelola berbagai potensi risiko yang akan muncul di masa mendatang. (Sugiarto, 2021).

Kehadiran BSI seharusnya bisa membawa inklusi keuangan syariah ke level selanjutnya. Namun sebagian dari mereka justru melihat kenyamanan layanan dan produk berteknologi sebagai faktor penentu utama dalam memilih bank. Kedua transformasi digital yang sedang berlangsung di sektor jasa keuangan harus segera dirangkul agar dapat memberikan layanan yang lebih baik, lebih cepat dan lebih mudah digunakan.

Ketiga rendahnya tingkat literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat Indonesia yang mencapai 893% merupakan tantangan besar karena hanya 9 dari 100 orang yang mengerti tentang produk keuangan syariah. Dengan kata lain saat ini baru sekitar 24-25 juta orang yang memiliki akses ke layanan keuangan Syariah. (Sugiarto, 2021).

Milenial (lahir rentang tahun 1981-1996) menjadi salah satu segmen yang ditekankan oleh presiden Joko Widodo dalam pidato peluncuran Bank Syariah Indonesia (BSI) di Istana Negara pada 1 Februari 2021. Berdasarkan hasil sensus yang dilakukan oleh BPS tahun 2020, penduduk Indonesia didominasi oleh generasi Z dan generasi milenial. Sedangkan milenial (lahir rentang tahun 1981-1996). Adapun jumlah generasi Z dan generasi milenial dapat dilihat pada gambar berikut.



Sumber: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (2023)

Gambar 1. Grafik Jumlah Penduduk Generasi Z Dan Generasi Milenial

Berdasarkan Gambar 1.1 Berdasarkan BPS, tahun 2023, jumlah generasi Z sebanyak 75.49 juta jiwa dari total populasi sebanyak 270.2 juta, atau setara dengan 27.49%. Sedangkan generasi milenial berjumlah 69.90 juta jiwa atau setara dengan 25.87% dari total populasi sebanyak 270.2 juta jiwa. Pemilihan generasi milenial sebagai salah satu *focus market* Bank Syariah Indonesia yang disebutkan presiden Joko Widodo tentu sangat beralasan.

Hal ini karena jika dilihat dari rentang kelahiran, maka pertahun 2022 generasi milenial berada pada usia antara 25-30 tahun. Rentang usia generasi milenial berada pada usia produktif dan jika dilihat dari fakta sosial, generasi milenial rata-rata sudah bekerja dan berpenghasilan. Alasan lain adalah karena generasi milenial akan menjadi tulang punggung perekonomian hingga 30 tahun mendatang.

Berdasarkan survei yang telah peneliti lakukan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh peneliti mendapat respon positif dari masyarakat generasi milenial tentang BSI. Namun, di antara mereka masih banyak yang menganggap keuangan syariah lebih mahal dari konvensional. Untuk mengubah pola pikir

(*mindset*) masyarakat tersebut, pemerintahpun berupaya meminta ketentuan umum perpajakan (KUP) menurunkan beban pendapatan keuangan syariah menjadi 5%.

Sementara, Menurut Menpan, BSI juga harus melakukan berbagai terobosan baru sehingga menjadi lebih kompetitif. Perbankan syariah menawarkan berbagai macam produk yang tidak kalah menarik dari bank konvensional, salah satunya adalah produk tabungan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung generasi milenial dalam penelitian ini antara lain adalah kepercayaan dan kualitas layanan.

Kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat menabung. Menurut Alifuddin dan Razak (2015) kepercayaan merupakan hubungan sosial yang dibangun atas dasar percaya dan rasa memiliki bersama, dimana kepercayaan terhadap agama menjadi motivasi terpenting untuk mendorong penggunaan jasa bank syariah. Jika kepercayaan sudah timbul maka usaha untuk kerja sama lebih mudah. Kepercayaan merupakan fondasi bisnis. Suatu transaksi bisnis akan terjadi apabila masing-masing saling percaya. Kepercayaan tidak begitu saja dapat diakui, atau mitra bisnis, melainkan harus dapat mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Selain kepercayaan, kualitas layanan juga merupakan faktor penting untuk meningkatkan minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI). Terlebih lagi jika kualitas layanan yang ekstra. Kualitas layanan juga menjadi pertimbangan masyarakat dalam memantapkan hatinya agar mau bergabung di BSI.

Dengan upaya menarik minat nasabah menggunakan produk-produk yang sudah tersedia di dalam lembaga, salah satunya memberikan layanan yang baik kepada para nasabah.

Menurut Aziz dan Hendrasto (2020) Kualitas layanan adalah pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan nasabah. Awalnya nasabah memiliki harapan yang sederhana pada bank namun setelah adanya pelayanan yang ekstra dan merupakan *surprise* dari pelayanan perusahaan, nasabah akan memiliki rasa minat yang lebih.

Seperti contoh seorang *security* bukan hanya memberikan pelayanan keamanan saja namun ia juga membantu mengarahkan nasabah dalam mengambil kartu antrian sampai mengarahkan nasabah ke jalur antrian *teller* atau *Customer Service* di Bank.

Bedasarkan uraian sebelumnya, maka peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh.

KAJIAN PUSTAKA

Minat Menabung

Minat menabung merupakan perasaan senang dan tertarik pada suatu objek dan kesenangan itu cenderung untuk memperhatikan dan akhirnya memustuskan untuk menabung di perbankan tersebut (Nisa dan Renata, 2018). Menurut Assauri (2012) minat adalah rasa suka atau senang dan tertarik pada suatu objek atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang

disenangi tersebut. Menurut Chotifah (2018) minat menabung nasabah merupakan sebuah perilaku nasabah dimana memiliki keinginan untuk menabung dan memilih suatu produk atau jasa berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan serta menginginkan produk atau jasa tersebut.

Kepercayaan

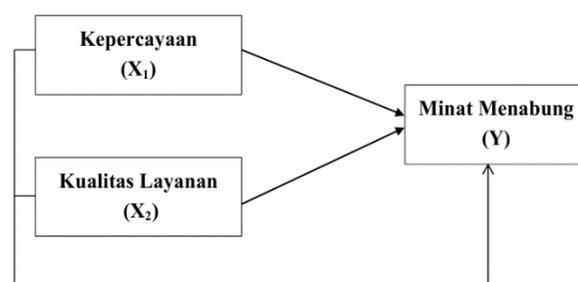
Kepercayaan adalah persepsi akan kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari satu tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan yang dipercaya. Kepercayaan hanya ada ketika salah satu pihak yakin dalam hubungan kerja sama yang dapat diandalkan dan mempunyai integritas. Menurut Safitri (2018) bahwa kepercayaan merupakan pondasi dari bisnis. Transaksi antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai.

Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan (Sudarso). Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan kemampuan memberikan jasa kepada nasabah dan layanan yang sesungguhnya diharapkan nasabah (Astuti & Mustikawati, 2013).

Selanjutnya kualitas pelayanan dari perbankan untuk nasabah dapat membuat nasabah merasa diberikan perhatian yang

maksimal oleh perbankan. Untuk menciptakan minat dalam menabung, maka perlu diperhatikan kualitas dalam pelayanan. Semakin terpenuhinya keinginan yang dibutuhkan nasabah maka akan semakin tinggi minat nasabah untuk menabung (Ermawati dan Sidiq, 2021). Berdasarkan pada tinjauan pustaka tersebut dan juga penelitian terdahulu, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran penelitian ini seperti yang disajikan dalam gambar berikut ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian verikatif. Penelitian verikatif merupakan jenis penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Tipe hubungan antar variabel adalah *casual relationship* merupakan tipe hubungan yang menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Objek penelitian ini adalah Generasi Milenial Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh sebanyak 96 orang.

Pengujian dan analisis data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perangkat SPSS dengan formulasi regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

- Y = Minat Menabung
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- X₁ = Kepercayaan
- X₂ = Kualitas Layanan
- e = *error term*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, sekaligus juga dapat memberi gambaran secara empiris temuan penelitian sebagai berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,564	0,399		1,414	0,161
Kepercayaan	0,383	0,077	0,416	4,949	0,000
Kualitas Layanan	0,519	0,111	0,394	4,684	0,008

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Dari hasil persamaan regresi di atas diketahui hasil penelitian sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,564 artinya jika faktor variabel bebas (kepercayaan dan kualitas layanan) dianggap konstan maka peningkatan variabel minat menabung sebesar 0,564 pada satuan skala likert.
2. Koefisien regresi kepercayaan (X₁) sebesar 0,383, artinya setiap 100% perubahan dalam kepercayaan yang lebih bagus akan meningkatkan minat menabung (Y) sebesar 38,3% dengan asumsi variabel kualitas layanan (X₂) dianggap konstan.
3. Koefisien regresi kualitas layanan (X₂) sebesar 0,519, artinya setiap 100% perubahan dalam

kualitas layanan yang lebih bagus akan meningkatkan minat menabung (Y) sebesar 51,9% dengan asumsi variabel kepercayaan (X₁) dianggap konstan.

Koefisien Determinan

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel independen dengan variabel dependen secara parsial. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Adapun hasil pengujian korelasi antar variabel X dan Y dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,692a	0,479	0,468	0-,2521

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kepercayaan
 b. Dependent Variable: Minat Menabung

Berdasarkan Tabel di atas, maka koefisien korelasi (R) sebesar 0,692 menunjukkan bahwa hubungan (korelasi) antara variabel independen dengan variabel dependen sebesar 69,2%, artinya minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh mempunyai hubungan yang erat dan positif dengan kepercayaan dan kualitas layanan sebesar 69,2%.

Sedangkan koefisien determinasi (R²) sebesar 0,479, artinya setiap perubahan-perubahan dalam variabel minat menabung dapat dijelaskan oleh perubahan-perubahan dalam variabel kepercayaan dan kualitas layanan sebesar 0,479 atau 47,9% dan sisanya sebesar 52,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar dari penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi minat menabung.

Pengujian Hipotesis

Uji F atau uji secara simultan dilakukan untuk mengetahui signifikansi koefisien regresi seluruh prediktor (variabel independen) didalam model secara simultan. Untuk menguji pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan secara simultan terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh. Dalam uji secara simultan dapat dilihat sebagai berikut:

$H_1: \beta_1=0,383 \quad \beta_2=0,519$, maka $\beta_{1,2} \neq 0$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, artinya kepercayaan dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank BSI Kota Banda Aceh.

Untuk menguji pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan secara parsial terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh. Dalam uji secara parsial dapat dilihat sebagai berikut:

$H_2: \beta_1 = 0,383$, maka $\beta_1 \neq 0$, : Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, artinya kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh.

$H_3: \beta_2 = 0,519$, maka $\beta_2 \neq 0$, : Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, artinya kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh.

Pembahasan

Pengujian secara bersama-sama dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh. Nilai konstanta yang diperoleh adalah sebesar 0,564.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ermawati dan Sidiq (2021) menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menabung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh. Besar pengaruh Koefisien beta untuk variabel kepercayaan sebesar 0,383 bernilai positif dan nilai signifikan adalah $0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh.

Dengan demikian hipotesis kedua (H_a2) diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Ulya, dkk (2020), Setyawan dan Sunarti (2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menabung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI)

Kota Banda Aceh. Besar pengaruh Koefisien beta untuk kualitas layanan sebesar 0,519 bernilai positif dan nilai signifikan adalah $0,008 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh, dengan demikian hipotesis kedua (H_{a2}) diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian Ulya dkk (2020) dan Dwiantoro dkk (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kepercayaan dan kualitas layanan simultan berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh. Karena memiliki nilai konstanta sebesar 0,564 bernilai positif dan nilai signifikan adalah $0,161 < \alpha = 0,05$.
2. Kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh. Karena besar pengaruh Koefisien beta untuk variabel kepercayaan sebesar 0,383 bernilai positif dan nilai signifikan adalah $0,000 < \alpha = 0,05$.
3. Kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menabung generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda

Aceh. Karena besar pengaruh Koefisien beta untuk kualitas layanan sebesar 0,519 bernilai positif dan nilai signifikan adalah $0,008 < \alpha = 0,05$.

4. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,692 yang menunjukkan bahwa derajat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen sebesar 0,692 atau 69.2%, maka minat menabung mempunyai hubungan yang erat dan positif dengan kepercayaan dan kualitas layanan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka ada beberapa saran yang diusulkan yaitu:

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi generasi milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Banda Aceh untuk melakukan inovasi- inovasi baru untuk terus meningkatkan minat menabung.
2. BSI Kota Banda Aceh sebaiknya mempertahankan kepercayaan dan kualitas layanan dan lebih memperhatikan hal-hal yang dibutuhkan nasabah karena terbukti kepercayaan dan kualitas layanan mampu meningkatkan minat menabung baik secara langsung maupun tidak langsung.
3. Pada BSI Kota Banda Aceh sebaiknya kualitas pelayanan dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi dengan cara pimpinan selalu memonitor dan mengontrol kerja para pegawainya agar semua kerja dapat terkontrol dengan baik
4. Bagi penelitian selanjutnya hendaknya peneliti mengembangkan penelitian dengan menggunakan variabel yang berbeda. Dengan

demikian diharapkan hasil penelitian selanjutnya akan mendapatkan kesimpulan yang berbeda dan dapat melengkapi hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 182–198. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1655>.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>
- Antonio, M. S. (2011). *Bank Syariah Dari Teori Dan Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Assauri, Sofyan. (2012). *Bank Syariah: Dari Teori Kepraktik*. Gema Insani. Jakarta.
- Alifuddin dan Mansur Razak. (2015). *Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Magna Serif Publishing. Jakarta.
- Chotifah, Y. S. (2018). Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 1(1), 65–75. <https://doi.org/10.22515/jfib.v1i1.732>
- Dwiantoro, R. Z, dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Vol. 1, No. 1.
- Ermawati, C., & Sidiq, A. W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk Kcp Kendal Boja. *Solusi Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(3), 211–219. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i3.4062>.
- Nisa, A., & Renata, D. (2018). Analisis Minat Belajar Siswa dan Implikasinya Terhadap Layanan Bimbingan dan Konseling. *KONSELI: Jurnal Bimbingan & Konseling (E-Journal)*, 5(2), 119–130. <https://doi.org/10.24042/kons.v5i2.3058>
- Sulistiyawati, A. I., Dini, Y., Triyani, D., Prapti, L., & Santoso, A. (2022). Deteksi Ekonomi Islam, 8(03), 3737–3747. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie> Minat Menabung Di Bank Syariah : Suatu Kajian Empiris. *Jurnal Ilmiah*.
- Safitri, Vita Aprihya. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BRI Syariah KCP Demak. *Institut Agama Islam Negeri Salatiga*.
- Sudarso, Andriasan. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Budi Utama. Yogyakarta.
- Ulya, N. H., Soemarso, E. D., & Kodir, M. A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung pada PT Bank Tabungan Negara Cabang Semarang. *Keunis Majalah Ilmiah*, 8(1), 21–34.