

Pengaruh Promosi Tabungan *Wadiah* pada Bank Syariah Terhadap Minat Masyarakat di Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen

Rismawan

Universitas Islam Aceh (UIA)

Email: rismawan_rz@yahoo.com

ABSTRACT

This study explains whether the promotion of wadiah savings has an effect on public interest in Kuta Blang District, Bireuen Regency, as measured by promotional indicators. This study aims to partially determine how the promotion of wadiah savings influences public interest and the extent of the influence of the wadiah savings promotion on public interest. This study is classified as field research. Primary data were obtained from questionnaires, while secondary data were obtained through documentation. The research methodology used in this study was quantitative with incidental sampling. Data were distributed by distributing questionnaires to 100 respondents in Kuta Blang District, Bireuen Regency. This analysis included validity tests, reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression, coefficient of determination, and partial tests (t-tests). The results indicate that the promotion of wadiah savings has an effect on public interest in Kuta Blang District, Bireuen Regency. This is evident from the regression equation generated using SPSS 25, which shows a t-test of $2.685 > 1.6602$. This indicates that $t \text{ count} > t \text{ table}$, thus it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that the promotion of wadiah savings has a significant effect on public interest. The magnitude of the influence of wadiah savings promotion (X) on public interest (Y) can be seen from the r-square value of 6.9%. The remaining 93.1% is influenced by other unknown variables not included in this regression analysis.

Keywords: *Promotion, Wadiah Savings, Public Interest*

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan apakah ada pengaruh promosi tabungan *wadiah* terhadap minat masyarakat di Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen yang dapat diukur melalui indikator-indikator promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan bagaimana promosi tabungan *wadiah* berpengaruh terhadap minat masyarakat serta seberapa besar pengaruh promosi tabungan *wadiah* yang dilakukan terhadap minat masyarakat. Penelitian ini digolongkan ke dalam penelitian lapangan (*field research*), data primer diperoleh dari kuesioner sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi. Adapun dalam penelitian ini metodologi penelitian yang digunakan metode kuantitatif dengan teknik *sampling insidental*. Penyebaran data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada masyarakat di Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen sebanyak 100 responden. Analisis ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier sederhana, koefisien determinasi, dan uji parsial (Uji t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi tabungan

wadiah berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen, hal tersebut dilihat dari persamaan regresi yang dihasilkan menggunakan SPSS 25 menunjukkan bahwa tingkat t_{hitung} sebesar $2,685 > 1,6602$. Menandakan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima artinya bahwa promosi tabungan wadiah berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat. Sedangkan besarnya pengaruh promosi tabungan wadiah (X) terhadap minat masyarakat (Y) dapat dilihat dari nilai r square sebesar 6,9% sedangkan sisanya 93,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

Kata Kunci: Promosi, Tabungan Wadiah, Minat Masyarakat

PENDAHULUAN

Perbankan syariah merupakan salah satu lembaga yang beroperasional dan produknya dikembangkan dengan berlandaskan Al-Qur'an dan Al-Hadits. "Bank syariah merupakan sesuatu yang boleh dilakukan, kecuali jika ada larangan dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist yang mengatur hubungan antara manusia terkait ekonomi, sosial, dan politik."¹ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah dinyatakan bahwa "Bank syariah menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dan mengacu pada fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga berwenang."² *Wadiah* adalah penitipan dan penyimpanan dana atau barang dari pemilik dana atau barang pada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban pihak yang menerima titipan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu.³

Dengan adanya promosi ini bertujuan agar masyarakat dapat memahami dengan baik atas produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga masyarakat tersebut dapat mengambil keputusan untuk menabung di bank syariah.⁴ Promosi adalah salah satu cara untuk memperkenalkan produk dan jasa yang dihasilkan. Oleh karena itu, promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.⁵ Tabungan bank syariah yang dijalankan berdasarkan akad *wadiah*, yaitu titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap kehendak pemiliknya.⁶

Promosi merupakan kegiatan penting bagi setiap perusahaan termasuk bank karena sebaik apapun produk yang dihasilkan jika tidak dikenal oleh masyarakat maka produk

¹Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019), h. 7.

²Ibid.

³Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), h. 68.

⁴Putri Andri Yani, *Analisis Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Minat Calon Nasabah*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), hal: 6.

⁵Istifakhiyah, *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bmt Islamic Center Kabupaten Cirebon*, (Skripsi, Muamalah Ekonomi Perbankan Islam Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri, 2020), hal: 4.

⁶Widhi Diyah Ariyanti, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah pada Bank Cimb Niaga Syariah Di Surabaya,"Jurnal, 2019, h. 3.

tersebut tidak akan berhasil di pasaran.⁷ Masyarakat akan mengetahui manfaat apa yang didapatkan dan menambah minat masyarakat menabung dengan diadakan promosi. Ketika masyarakat telah memiliki informasi dari kegiatan promosi tersebut, maka tindakan masyarakat selanjutnya adalah melakukan kepuasan menjadi nasabah.⁸ Dari uraian di atas penulis tertarik untuk mengkaji, membahas dan meneliti lebih lanjut, sehingga judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Promosi Tabungan *Wadiah* pada Bank Syariah Terhadap Minat Masyarakat di Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen.” Berdasarkan rumusan masalah sebagai berikut

Apakah promosi tabungan *wadiah* berpengaruh terhadap minat masyarakat di Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen?

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi tabungan *wadiah* terhadap minat masyarakat di Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen.

LANDASAN TEORI

1. Pengertian Promosi

Promosi adalah salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh suatu bank dalam memasarkan produk dan jasa. Sering, istilah ini digunakan secara sinonim dengan istilah penjualan meskipun yang dimaksud adalah promosi. Sebenarnya, istilah penjualan itu hanya meliputi kegiatan pemindahan produk/jasa perbankan atau pengguna penjualan saja, dan tidak terdapat kegiatan periklanan atau kegiatan yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Jadi, penjualan hanya merupakan bagian dari kegiatan promosi. Istilah promosi dapat diartikan sebagai “arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.”⁹ Pengertian promosi menurut Agus Hermawan promosi adalah salah satu prioritas dari kegiatan pemasaran yang diberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian.¹⁰

2. Tabungan

Tabungan (*saving deposit*) adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Nasabah jika hendak mengambil simpanannya dapat datang langsung ke bank dengan membawa buku tabungan, slip penarikan atau melalui fasilitas ATM.¹¹ Tabungan merupakan salah satu bentuk simpanan yang diperlukan oleh

⁷Tri Astuti dan Indah Mustikawati, “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah” Jurnal Nominal, vol. 2 no.1, 2018, h. 185.

⁸Budi Gautama Siregar, “Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada Pt Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidiimpuan” Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman, vol. 04 no. 1, 2018, h. 4.

⁹Gita Danupranata, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2020), h. 44.

¹⁰Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Erlangga, 2018), h. 39.

¹¹Anshori, *Perbankaan Syariah*, h. 87.

masyarakat untuk menyimpan uangnya, karena merupakan jenis simpanan yang dibuka dengan persyaratan yang sangat mudah dan sederhana.¹²

3, Tabungan Wadiah

Tabungan wadiah merupakan salah satu instrumen yang sangat penting. Instrumen tabungan ini dijadikan sebagai salah satu produk lembaga keuangan dalam upaya menjaring dana dari masyarakat. Penjaringan dana dari masyarakat merupakan langkah strategis yang dilakukan oleh lembaga keuangan dalam upaya memperbanyak modal yang kemudian akan diinvestasikan lebih lanjut kepada nasabah berikutnya. Bahkan, tabungan di beberapa lembaga keuangan dijadikan sebagai produk utama dalam menjaring dan merekrut dana dari masyarakat dalam rangka pengumpulan modal lembaga keuangan.¹³

Ada sebuah akad *mu'amalah* yang memiliki kemiripan dengan tabungan, yaitu akad *wadiah*. Di beberapa lembaga keuangan syariah, instrumen *wadiah* ini dijadikan sebagai salah satu instrumen untuk merekrut dan menjaring dana dari masyarakat. Pada gilirannya, instrumen *wadiah* ini dijadikan sebagai instrumen alternatif untuk menggantikan tabungan yang diperlengkapi dengan instrumen bunga di lembaga keuangan konvensional.¹⁴

4, Bank Syariah

Bank syariah terdiri dari dua kata, yaitu bank dan syariah. Oleh karena itu, sebelum penulis menjelaskan apa yang dimaksud dengan bank syariah, penulis terlebih dahulu akan menjelaskan apa yang dimaksud dengan bank dan apa yang dimaksud dengan syariah. Secara etimologis, istilah bank berasal dari kata Italia “*Banco*” yang artinya “Bangku”. Bangku ini digunakan pegawai bank untuk melayani aktivitas operasionalnya kepada para penabung. Secara terminologis, bank adalah badan usaha yang penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Pengertian syariah secara etimologis berarti sumber air yang mengalir, kemudian kata tersebut digunakan untuk pengertian hukum-hukum Allah yang diturunkannya untuk umat manusia (hamba Allah).¹⁵

5. Minat

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan.”¹⁶ Minat merupakan sumber motif yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih. Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan menjadi berminat, kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan. Ketika kepuasan menurun maka minatnya juga akan menurun. Sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah.¹⁷

¹² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2019), h. 59.

¹³ Yadi Janwari, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), h. 1.

¹⁴ *Ibid.*, h. 2.

¹⁵ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*, cet. 1 (Jakarta: Kencana, 2019), h. 9.

¹⁶Kamus Besar Bahasa Indonesia. <http://kbbi.web.id/minat.html> diakses Tanggal 22/03/2019 pukul 10.34 wib.

¹⁷Pengertian Minat. <http://www.definisi-pengertian.com/2015/04/definisi-pengertian-minat-konsep-pendidikan.html?m=1> diakses Tanggal 22/03/2019 pukul 10.42 wib.

Pengertian minat menurut Khairani minat diartikan sebagai kehendak, keinginan atau kesukaan. Pengertian ini memberikan makna bahwa minat sebagai suatu keinginan terhadap sebuah objek dan tentunya setelah timbul minat, maka seseorang akan melakukan aktivitas.¹⁸

6. Masyarakat

Masyarakat merupakan suatu kelompok manusia yang hidup secara bersama-sama di suatu wilayah dan membentuk sebuah sistem, baik semi terbuka maupun semi tertutup, dimana interaksi yang terjadi di dalamnya adalah antara individu-individu yang ada di kelompok tersebut.¹⁹

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen.

Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat studi lapangan atau disebut jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan), yaitu memperoleh data dari objek penelitian dengan mengumpulkan data yang bersumber dari hasil penelitian lapangan, yaitu informan. Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, yakni penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta pengaruhnya.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan *desain survey*, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah di masyarakat Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen sebanyak 23114 jiwa.²⁰ Mengingat jumlah populasi cukup banyak, maka dalam rangka efisiensi dan keefektifan penelitian, dilakukan sampling (pengambilan sampel).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Sampling Insidental*. *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ *Insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.²¹

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden menggunakan rumus slovin

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan:

N : Ukuran Populasi

n : Ukuran Sampel

¹⁸<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/68485/Chapter%20II.pdf?sequence=4&isAllowed=y> diakses Tanggal 08/08/2019 pukul 09.17 wib.

¹⁹Pengertian Masyarakat. [Https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-masyarakat.html](https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-masyarakat.html) diakses Tanggal 11/01/2019 pukul 13.00 wib.

²⁰Arsip Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh.

²¹Ibid., h. 126.

e : Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir, e = 0,1

Maka, untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1+(N \cdot e^2)} = \frac{23114}{1+(23114 \cdot 0,1^2)} \\
 &= \frac{23114}{1+(23114 \cdot 0,01)} \\
 &= \frac{23114}{1+(231,14)} \\
 &= \frac{23114}{232,14} = 99,5692254674. (\text{Dibulatkan menjadi } 100 \text{ Responden})
 \end{aligned}$$

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Kuesioner (Angket)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS versi 25 adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,779	2,662	5,553	,000
	Promosi	,199	,074		

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

Sumber: Hasil Olah Data (SPSS Versi 25)

Dari tabel 1 di atas, di kolom B pada constant (a) adalah 14,779, sedang promosi tabungan *wadiyah* adalah 0,199, sehingga persamaan regresinya dapat dituliskan:

$$\begin{aligned}
 Y &= a + bX \\
 Y &= 14,779 + 0,199
 \end{aligned}$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

- 1) Konstanta sebesar 14,779. Mengandung arti bahwa nilai koefisien minat masyarakat adalah 14,779.
- 2) Koefisien regresi X sebesar 0,199 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan nilai promosi tabungan *wadiyah*, maka nilai minat masyarakat bertambah sebesar 0,199. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, maka koefisien promosi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya variasi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan bantuan SPSS 25 yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 2 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,262 ^a	,069	,059	1,700

a. Predictors: (Constant), Promosi

b. Dependent Variable: Minat Masyarakat

Sumber: Hasil Olah Data (SPSS Versi 25)

Hasil pada tabel 2 model summary menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,069 artinya bahwa promosi tabungan *wadiyah* berpengaruh terhadap minat masyarakat sebesar 6,9% sedangkan sisanya 93,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil uji t dengan menggunakan SPSS yang disajikan pada tabel 3, maka diketahui bahwa:

Tabel 3 Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant) 14,779	2,662		5,553	,000
	Promosi ,199	,074	,262	2,685	,009

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil Olah Data (SPSS Versi 25)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada tabel 3. Hasil nilai t_{hitung} promosi terhadap minat masyarakat sebesar 2,685 dengan signifikan $0,009 < 0,05$, sedangkan nilai t_{tabel} 1,6602 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Jadi nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan t_{tabel} , hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan diterimanya H_a yang menyatakan bahwa promosi tabungan *wadiyah* pengaruh secara signifikan antara promosi tabungan *wadiyah* terhadap minat masyarakat di Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen.

Keterangan :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 di terima dan H_a di tolak, artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Kesimpulan :

- a. Jika $sig > 0,05$ maka H_0 diterima.
- b. Jika $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Promosi tabungan *wadiyah* berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen, dilihat dari hasil nilai t_{hitung} promosi terhadap minat masyarakat sebesar 2,685 dengan signifikan $0,009 < 0,05$, sedangkan nilai t_{tabel} 1,6602 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Jadi nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan t_{tabel} , hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan diterimanya H_a yang menyatakan bahwa promosi tabungan *wadiyah* pengaruh secara signifikan antara promosi tabungan *wadiyah* terhadap minat masyarakat di Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen.
2. Besarnya pengaruh promosi tabungan *wadiyah* terhadap minat masyarakat dapat dilihat dari nilai R Square yaitu, sebesar 0,069 artinya bahwa promosi tabungan *wadiyah* berpengaruh terhadap minat masyarakat sebesar 6,9% sedangkan sisanya 93,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

Dari kesimpulan di atas maka saran yang diharapkan dapat bermanfaat yaitu sebagai berikut:

1. Promosi yang dilakukan bank syariah sudah cukup bagus dan harus di pertahankan dilihat dari pengaruh promosi tabungan *wadiyah* yang signifikan berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamataan Kuta Blang Kabupaten Bireuen.
2. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat menambah beberapa variabel independen lagi.
3. Bagi masyarakat, dengan adanya penelitian ini bisa lebih meningkatkan wawasan dalam menabung di bank syariah sesuai dengan prinsip syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018.

Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, Erlangga, 2018.

Budi Gautama Siregar, “*Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada Pt Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan*” Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman, vol. 04 no. 1, 2018.

Bustari muchtar, dkk., *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta: Kencana, 2019.

Daniel Ortega dan Anas Alhifni, “*Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah*” Jurnal Ekonomi Syariah, vol. 5 no. 1, 2019.

Gita Danupranata, *Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2020.

Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019.

Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2019.

Isnaine Maulida, *Analisis Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bmt Taruna Sejahtera Cabang Tuntang*, (Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri, 2021.

Istifakhiyah, *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bmt Islamic Center Kabupaten Cirebon*, (Skripsi, Muamalah Ekonomi Perbankan Islam Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri, 2020)

Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, cet. 1, Jakarta: Kencana, 2019.

Mawardi, “*Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang*” Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, vol. 4 no. 1, 2022.

Muthia Audina, *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadiah pada Pt Bprs Puduarta Insani*, (Skripsi, Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Medan, 2023).

Putri Andri Yani, *Analisis Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Minat Calon Nasabah*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta,
Tri Astuti dan Indah Mustikawati, “*Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*” Jurnal Nominal, vol. 2 no.1, 2018.

Promosi Tabungan Wadiah

Widhi Diyah Ariyanti, “*Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Cimb Niaga Syariah Di Surabaya*,” Jurnal, 2019.

Yadi Janwari, *Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.