**PEMAHAMAN MAHASISWA TENTANG PRODUK TABUNGAN DAN KUALITAS PELAYANAN BANK TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL *MODERATING***

**(Studi Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Angkatan 2015)**

**Oleh:**

Lianda1

Israk Ahmadsyah2

Evy Iskandar3

**Afiliasi:**

1Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah

2Dosen Prodi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry

3Dosen Prodi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry

**Email**

### lianda084@gmail.com

### isra.leicester@gmail.com

### evyiskandar.febi.uin@gmail.com.

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk untuk melihat pengaruh pemahaman mahasiswa tentang produk bank dan kualitas pelayanan yang sudah diterapkan oleh bank syariah terhadap minat menabung dengan menambahkan religiusitas sebagai variabel moderasi. Teknik dalam pengumpulan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sehingga dipilih sebanyak 70 responden. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah MRA *(Moderated Regression Analysis)* dengan menggunakan bantuan *software* IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa tentang produk tabungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung dengan nilai signifikan 0,002<0,05. Sedangkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat menabung dengan nilai signifikan 0,101>0,05. Variabel *moderating* (religiusitas) dikaitkan dengan pemahaman mahasiswa tentang produk tabungan berpengaruh signifikan dengan nilai signifikan yaitu 0,000. Selanjutnya, religiusitas dikaitkan dengan kualitas pelayanan bank juga memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai signifikan 0,000.

**Kata Kunci :Pemahaman Mahasiswa, Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan, Minat Menabung, Religiusitas**

**PENDAHULUAN**

Seiring dengan perkembangan perdagangan dunia, perkembangan perbankan pun semakin pesat dan hal itu tidak terlepas dari perkembangan teknologi. Teknologi tersebut sudah banyak digunakan dalam operasional bank pada masa sekarang sehingga membuat nasabah mempunyai minat pada bank tersebut. Minat merupakan ketertarikan seseorang terhadap suatu objek yang di karenakan oleh beberapa faktor yang dilihat dari objek tersebut. Minat juga punya pengaruh besar yang bisa membuat seseorang menaruh pemikiran pada objek tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2006) minat merupakan keputusan dari perilaku setelah menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomi.

Menurut Antonio (2001) salah satu bentuk untuk mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan adalah dengan cara menabung. Menabung juga salah satu tindakan yang dianjurkan oleh Islam. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan, bahwa minat menabung adalah proses di mana sesorang melakukan tindakan yang dianjurkan dalam Islam dalam memilih suatu obyek sesuai dengan keyakinan dan kemantapan hatinya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung yaitu, faktor pemahaman atau pengetahuan tentang produk yang dikeluarkan bank, kualitas pelayanan bank dan juga faktor religiusitas/kepatuhan agama.

Menurut Kartika (2017) pemahaman adalah upaya seseorang untuk mengetahui dan dan mengartikan suatu objek. Pada umumnya, Selanjutnya, dia memaparkan ada dua hal yang mempengaruhi pemahaman tentang perbankan, yaitu di antaranya bagi hasil dan bunga bank. Pada umumnya, yang lebih mengerti tentang perbankan adalah mahasiswa perbankan syariah. Pemahaman mahasiswa tersebut dapat dinilai dengan melihat bagaimana mereka mengaplikasikan pengetahuan yang sudah didapat dari perkuliahan ke praktik dalam kehidupan sehari-harinya. Pemahaman mahasiswa tentang perbankan adalah pengetahuan mahasiswa terhadap suatu lembaga perbankan. Pengetahuan tersebut bisa didapat dari mana saja seperti dari dosen, buku-buku, internet, karya ilmiah dan lain sebagainya. Mahasiswa dapat menerapkan ilmunya dalam kehidupan sehari-hari dengan adanya pengetahuan tersebut.

Pengetahuan yang didapat oleh mahasiswa berupa produk yang dikeluarkan oleh bank dan juga kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank. Produk yang dikeluarkan oleh bank syariah bervariasi, seperti produk tabungan dan pembiayaan. Masing-masing produk tersebut ditawarkan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Rakhmah dan wahyuni (2016) menjelaskan bahwa ketertarikan mahasiswa terhadap bank yaitu dengan mempelajari dan menggunakan produk perbankan. Banyaknya pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah membuat mereka semakin memahami dan lebih berminat untuk menyimpan uang pada bank syariah.

Faktor yang mempengaruhi minat menabung selanjutnya adalah kualitas pelayanan. Masing-masing dari bank tersebut akan memberikan pelayanan sebaik mungkin agar nasabah loyal terhadap mereka, sehingga tidak pindah ke bank lainnya dengan tujuan supaya bank tersebut berkembang dengan baik. Menurut Khasanah (2015) menjelaskan banyak dari mahasiswa yang memilih menabung pada suatu bank dikarenakan operasionalnya bagus dan mudah dalam melakukan transaksi.

Pada umumnya, yang lebih mengerti tentang perbankan adalah mahasiswa perbankan syariah karena mereka sudah mendapat ilmu dari perkuliahan maupun praktik langsung ke bank. Pada Universitas Islam Nergeri Ar-Raniry sudah ada namanya jurusan perbankan yang terdiri angkatan 2014-2018. Semua mahasiwa perbankan syariah menganut agama islam, di mana mereka sudah belajar banyak pengertahuan tentang agama termasuk yang diajarkan selama perkuliahan sehingga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari termasuk dalam hal muamalah. Oleh karena itu, faktor religiusitas juga sangat mempengaruhi minat nasabah untuk memilih menabung pada bank yang sesuai dengan keyakinan agama mereka.

Hasil survey yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan media sosial terhadap mahasiswa perbankan syariah angkatan 2015 dan mendapatkan hasil, 26% menggunakan bank syariah, 15% mahasiswa menggunakan bank konvensional dan 59% menggunakan keduanya. Sebagai mahasiswa yang sudah belajar tentang perbankan dan mengetahui hukum-hukum dalam bermuamalah, sudah sepatutnya semua mahasiswa tersebut menggunakan bank syariah dalam menabung, tetapi masih ada 15% dari mereka yang menggunakan bank konvensional walaupun mereka sudah mengetahui sistem kerja bank konvensional.

**KAJIAN PUSTAKA**

**Minat Menabung**

Menurut Darmadi (2017) minat adalah bentuk perhatian lebih yang diberikan oleh seseorang terhadap sesuatu yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui, mempelajari, serta membuktikan lebih lanjut. Perhatian yang sangat dalam terhadap sesuatu obyek yang pada akhirnya menimbulkan rasa ingin tahu adalah hal yang disebut minat terhadap obyek tersebut. Setelah mengetahui tentang obyek tersebut, maka seseorang akan mempelajari serta membuktikannnya. Seseorang yang sudah mempunyai minat akan berusaha untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan dari obyek tersebut.

 Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat seperti yang dikemukakan oleh Shaleh dkk (2004), minat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu:

1. Berdasarkan Timbulnya

Beberapa bentuk minat yang dilihat dari timbulnya. Pertama, minat *primitive* yaitu minat yang muncul akibat rasa nyaman seperti rasa untuk makan dan minum juga untuk membeli sesuatu yang sesuai dengan kebutuhan biologis seseorang. Biasanya jika objek yang diinginkan sudah terpenuhi, maka seseorang akan merasa senang. Kedua, minat *cultural* atau sosial yaitu minat yang mendorong seseorang untuk belajar lebih giat agar orang tersebut dapat memperoleh apa yang dia inginkan seperti penghargaan dari orang-orang sekitar.

1. Berdasarkan Arahnya

Beberapa minat yang timbul berdasarkan arahnya. Pertama minat intrinsik yaitu minat murni dari seseorang karena aktivitas langsung yang berhubungan dengan orang tersebut.Minat intrinsik biasanya lebih lama jangka waktu dalam mempertahankan keinginannya. Misalnya seseorang belajar karena dia menyukai membaca buku daripada bermain. Hal tersebut dilakukan semata-mata bukan untuk mendapatkan penghargaan dari lingkungan sekitar. Kedua, minat ekstrinsik yaitu minat yang tidak bertahan lama karena minat ini timbul karena tujuan yang ingin dicapai. Jika tujuan tersebut tercapai maka minat tersebut akan menghilang dengan sendirinya. Misalnya, seseorang belajar lebih rajin karena dia menginginkan agar lulus ujian. setelah lulus ujian minat ujian tersebut akan turun dengan sendirinya.

3. Berdasarkan Cara Mengungkapkannya

beberapa minat yang timbul berdasarkan cara mengungkapkannya. Pertama, *expressed interest* yang mana minat tersebut bisa tumbuh dengan cara mengungkapkan sesuatu yang disenangi maupun yang tidak disenangi. Kedua, *manifest Interest* yang mana minat tersebut bisa tumbuh dengan cara mengobservasi secara langsung kegiatan yang dilakukan oleh obyek tertentu. Ketiga, *testes interest*yang mana minat tersebut bisa tumbuh dengan cara menyimpulkan hasil jawaban dari serangkaian tes yang diberikan terhadap seseorang tersebut. Apabila nilai terhadap suatu obyek tersebut tinggi, maka secara tidak langsung minat menjadi lebih tinggi pula. Keempat, *inventoried interest*, yang mana minat tersebut bisa tumbuh dengan cara menggunakan alat-alat yang berstandar. Hal tersbut biasanya berisi tentang pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada subyek.

Adapun keterkaitan minat menabung dengan dengan faktor yang mempengaruhi minat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Minat *primitive.* Contohnya seorang menabung karena ingin membeli kebutuhan sehari-harinya seperti baju, makanan dan lain sebagainya.
2. Minat *Cultural* atau Sosial*.* Contohnya adalahseorang siswa belajar tentang suatu ilmu dengan giat dan berkeinginan untuk sukses dimasa yang akan datang, maka dia akan menabung untuk biaya melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi sampai dia mendapatkan gelar dan sukses.
3. Minat Intrinsik. Contohnya seorang mahasiswa perbankan syariah yang sedang mempelajari tentang ilmu perbankan. Dari ilmu yang didapat maka akan timbul minat dari dia untuk menabung pada suatu bank dan dalam jangka waktu yang panjang.
4. Minat Ekstrinsik. Contohnya adalah jika seorang mahasiswa mempunyai keinginan membeli sepeda motor maka dia akan berinisiatif untuk menabung, dan pada saat keinginannya sudah terpenuhi maka minat untuk menabung jadi rendah, biasanya dalam jangka pendek.
5. *Expressed interest*. Contohnya adalah jika seseorang merasa puas dengan pelayanan suatu bank dan dianggap berkualitas maka akan menimbulkan minat untuk menjadi nasabah pada bank tersebut.
6. *Manifest Interest*. Contohnya adalah ketika seorang mahasiswa mengobservasi tentang bank syariah dengan melihat segala kegiatan dan operasional bank tersebut. Jika mahasiswa tersebut menganggap kegiatan dan operasional bank tersebut bagus maka minat untuk menjadi nasabah pada bank tersebut akan timbul dengan sendirinya.
7. *Testes interest.* Contohnya adalah seorang mahasiswa sedang melakukan penelitian pada sebuah bank dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada pegawai bank seputar informasi bank. Apabila jawaban dari pegawai bank tersebut bagus, maka akan menarik minat dari mahasiswa untuk menjadi nasabah bank tersebut.
8. *Inventoried interest*. Contohnya seorang mahasiswa memberikan beberapa kuisioner kepada masyarakat terhadap produk bank. Setelah penilaian terhadap produk tersebut dan ternyata bagus, maka akan menimbulkan minat mahasiswa tersebut untuk menabung dan menggunakan produk bank.

**Produk Tabungan**

Produk pendanaan bank syariah merupakan salah satu faktor yang menarik minat menabung pada nasabah. Menurut Ascarya (2013) produk bank syariah segi pendanaan untuk tabungan di antaranya:

1. Prinsip Simpanan *(Wadi’ah)*

Prinsip simpanan adalah di mana seseorang yang mempunyai dana menitipkan dananya kepada bank untuk dijaga keamanan dananya kemudian bank akan memberi hadiah kepada si pemilik dana tetapi tidak ada syarat dan ketentuan dari awal. Fasilitas *Al-Wadi’ah* diberikan untuk tujuan investasi guna untuk mendapatkan keuntungan.

1. Prinsip Mudharabah

*Mudharabah* merupakan prinsip kerja sama yang berlandaskan bagi hasil antara pemilik dana dan pengelola dana. Keuntungan dan kerugian dibagi sesuai kesepakatan pada awal akad. Rekening tabungan dengan prinsip *mudharabah* yaitu prinsip bagi hasil yang disepakati bersama. Tabungan *mudharabah* dananya bersifat investasi dan penarikannya hanya dilakukan pada periode tertentu dengan insentif bagi hasil dan pengembalian tidak dijamin 100%.

**Kualitas Pelayanan**

Menurut Irawan dan Kostanto (2014: 4) kualitas pelayanan adalah sebagai suatu permulaan dari kepuasan pelanggan. Intensitas kunjungan yang kuat dipengaruhi oleh baik kualitas dan kepuasan pelanggan sehingga peningkatan kualitas pelayanan harus berorientasi pada pelanggan. Menurut Hamzah, dkk, (2015) hal yang paling penting dalam menentukan keberhasilan sebuah perusahaan adalah kepuasan pelanggan. Kinerja yang baik dan nasabah yang puas akan menjadi perbincangan untuk mempromosikan barang tersebut dan hal itu akan membuat perusahaan bertahan dalam bersaing.

Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik dan berkualitas menurut Tjiptono (2011) adalah sebagai berikut:

1. Tanggungjawab

Karyawan harus mampu bertanggungjawab dalam menjalankan kegiatan pelayanan. Apabila ada nasabah yang tidak dilayani dengan tuntas maka akan menjadi citra yang buruk bagi instansi perusahaan. Nasabah yang tidak puas tersebut selalu membicarakan hal-hal yang negatif tentang instansi tersebut dan biasanya suatu keburukan akan lebih cepat berkembang daripada suatu kebaikan.

1. Responsif

Seorang karyawan harus mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam melayani nasabah, dia harus melakukannya sesuai prosedur pelayanan yang ditetapkan instansi perusahaan. Melayani secara cepat artinya melayani dalam batasan waktu yang normal karena pelayanan untuk setiap transaksi sudah memiliki standar waktu.

1. Komunikatif

Mampu berkomunikasi dalam memahami keinginan nasabah. Selain itu, harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Komunikasi harus dapat membuat nasabah senang sehingga mereka merasa leluasa dalam berbicara.

1. Keamanan

Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi dan harus menjaga kerahasiaan informasi data nasabah, terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi nasabah. Menjaga rahasia nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah terhadap instansi perusahaan.

1. Kecakapan

Seorang karyawan harus memiliki kemampuan dan pengetahuan tertentu. Karyawan harus dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuan untuk menghadapi nasabah maupun dalam bekerja.

**Religiusitas**

Menurut Ghufron & Risnawita (2010: 168) agama menunjuk pada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek agama yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati. Ghufron & Risnawita menjelaskan lagi bahwa tingkat keterikatan individu terhadap agamanyamerupakan bagian dari religiusitas. Apabila individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya.

Menurut Ancok dan Suroso (2011) terdapat lima dimensi dalam religiusitas diantaranya:

1. Dimensi keyakinan (ideologis) yaitu dimensi keyakinan yang lebih bersifat doktriner yang harus ditaati oleh penganut agama hal tersebut juga membuktikan tingkatan dimana seseorang menerima hal-hal yang dogmatik dalam agamanya, misalnya kepercayaan kepada tuhan, malaikat, surga dan neraka.
2. Dimensi praktik agama adalah perilaku masyarakat pengikut agama tertentu dalam menjalankan ibadah shalat, zakat atau praktek muamalah lainnya dan juga menilai sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Unsur yang ada dalam keyakinan ini mencakup pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya.
3. Dimensi pengalaman yaitu perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami atau dirasakan. Misalnya mereka dekat dengan tuhan, merasa takut berbuat dosa dan lain sebagainya.
4. Dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengatahui tentang agamanya, terutama yang ada dalam kitab suci dan lain sebagainya. Paling tidak seseorang yang beragama harus mengerti hal-hal pokok mengenai dasar-dasar keyakinan dan tradisi. Dimensi ini meliputi pengetahuan tentang al-Qur’an, pokok-pokok ajaran yang harus dilaksanakan adalah hukum Islam dan pemahaman terhadap kaidah-kaidah keilmuan ekonomi Islam atau perbankan syariah.
5. Dimensi pengamalan yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial.

Keterkaitan dimensi religiusitas terhadap minat menabung dan menjadi nasabah pada suatu bank:

1. Dimensi keyakinan di mana saat seseorang sudah menganut agama dan mengetahui apa saja yang diperbolehkan dan dilarang oleh agamanya. Jika seseorang mengetahui bahwa menabung dianjurkan dalam islam maka orang tersebut akan melaksanakan hal yang dianjurkan.
2. Dimensi praktek agama di mana seseorang memenuhi kewajibannya yang sudah diatur dalam agamanya dari segi apapun termasuk muamalah. Orang yang menganut dimensi ini akan bermuamalah dengan cara mengikuti aturan-aturan sebagaimana yang telah tercantum dalam al-Qur’an. Misalnya seseorang menabung dan bertransaksi di bank syariah dan otomatis orang tersebut sudah memenuhi kewajibannya bertransaksi secara hukum Islam.
3. Dimensi pengalaman di mana seseorang pernah mengalami atau merasakan sesuatu hal. Misalnya jika seseorang berbuat dosa maka dia akan merasakan bahwa doa-doanya susah dikabulkan. Begitupun jika seorang hamba melanggar peraturan yang telah dibuat oleh Allah. Jika Allah mengatakan bahwa menabung dengan sistem riba tidak diperbolehkan maka seorang hamba tidak boleh melakukannya karena itu akan memudharatkan orang tersebut dan orang lain baik di dunia maupun di akhirat.
4. Dimensi pengetahuan agama di mana seseorang yang termotivasi karena ajaran agamanya. Misalnya seorang nasabah akan termotivasi menjadi nasabah bank syariah karena adanya ayat-ayat yang melarang riba atau bunga.
5. Dimensi pengamalan di mana seseorang mulai memahami nilai-nilai yang terdapat dapat al-Qur’an dan kemudian diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya seseorang yang sudah mengetahui tentang bank syariah dan kemudian dia akan bergabung dan menjadi nasabah bank tersebut.

**Perilaku Religiusitas *Hablumminallah* dan *Hablumminannas***

Menurut Mansoer (2008) ajaran Islam terdiri dari ajaran tentang keyakinan dan ritual serta penataan sikap mental dan tata aturan hubungan sesama manusia yang bersumber al-Qur’an dan hadits. Melaksanakan aturan ibadah menurut Islam disebut perilaku Islam terhadap Tuhan (*hablumminallah).* Sedangkan akhlak dan perilaku yang diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari tentang aturan hubungan dengan sesama manusia dan alam sekitar disebut *(hablumminannas).*

1. **Perilaku *Hablumminallah***

Menurut Mansoer (2008) Perilaku yang meyakini tentang keimanan dan melaksanakan ibadah sesuai ajaran Islam disebut sebagai perilaku *hablumminallah.* Jika seorang muslim memiliki pengetahuan tentang rukun Islam dan rukun iman, memiliki sikap yang meyakini kebenaran Islam dan iman dan memiliki keinginan kuat untuk melakukan ritual Islami, mengamalkan dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari berarti seseorang tersebut sudah memiliki perilaku *hablumminallah.* Perilaku *hablumminallah* seseorang dapat diukur dari:

1. Pengetahuan Keimanan dan Ibadah

Pengetahuan keimanan berkaitan dengan pengetahuan tentang adanya Tuhan, sifat-sifat Tuhan *(asmaul husna)* malaikat-malaikat Allah, kerasulan Nabi Muhammad SAW, kebenaran al-Qur’an, kebenaran takdir dan kebenaran akhirat. Pengetahuan ibadah berkaitan dengan pengetahuan tantang syarat hukum wajib, syarat sah, kaifiyah, hikmah shalat, cara dan hikmah berpuasa, ketentuan dan hikmah membayar zakat, infaq atau sedekah. Pengetahuan tentang tata cara membaca tajwid al-Qur’an atau hikmah membaca al-Qur’an.

1. Sikap Terhadap Keimanan dan Ibadah

Sikap terhadap keimanan berkaitan dengan penerimaan tentang adanya Tuhan sebagai sang pencipta, meyakini adanya malaikat yang mencatat perkataan dan perbuatan manusia selama hidup di dunia, meyakini Nabi Muhammad SAW adalah nabi terakhir dan tauladan yang baik bagi umat manusia, meyakini al-Qur’an dan hadits sebagai sumber petunjuk dan bimbingan paling hakiki antara umat manusia, meyakini tentang takdir dan meyakini bahwa semua perbuatan manusia selama hidup akan dipertanggungjawabkan di akhirat kelak.

Sikap terhadap ibadah berkaitan dengan penerimaan atau meyakini kebenaran adanya hikmah yang terdapat dalam ibadah shalat, puasa, membayar zakat, membaca serta mempelajari al-Qur’an dan Hadits.

1. Pengamalan Keimanan dan Ibadah

Pengamalan keimanan berkaitan dengan kebiasaan seorang muslim berdoa kepada Allah, berzikir, menyebut asma Allah, kebiasaan berusaha memelihara dan menjauhkan diri dari pikiran, perkataan dan perbuatan dosa, kebiasan membaca dan mempelajari al-Qur’an dan Hadits, kebiasaan meneladani sifat-sifat Nabi Muhammad SAW, serta kebiasaan bersungguh dalam menuntut ilmu dan berbuat kebaikan. Pengamalan beribadah berkaitan dengan ketaatan dan kebiasaan seorang muslim dalam menjalankan shalat wajib dan sunat, kebiasaan berzakat atau berinfaq, serta membaca shalawat Nabi.

1. **Perilaku *Hablumminannas***

Mansoer (2008) menjelaskan perilaku Islami yang diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari seorang muslim terhadap dirinya sendiri, terhadap sesama manusia dan terhadap alam sekitar yang didasari oleh nilai-nilai Islam sebagai konsekuensi dan keimanannya kepada Allah SWT disebut perilaku *hablumminannas.* Perilaku *hablumminannas* seseorang dapat dilihat dari:

1. Perilaku Islam terhadap diri sendiri, yaitu bertingkah laku jujur atau amanah, disiplin dan semangat kerja.
2. Perilaku Islam terhadap sesama manusia, yaitu tingkah laku suka menolong, berbagi, bekerja sama, dermawan, toleran, peduli dan menghormati hak orang lain.
3. Perilaku ajaran Islam terhadap alam sekitar, yaitu cinta atau peduli pada alam, dan upaya melestarikan alam.

**Penelitian Terdahulu**

Rahmawaty (2014) dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari’ah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di Bni Syari’ah Semarang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi tentang bunga bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah dengan nilai t hitung sebesar. Persepsi tentang sistem bagi hasil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Persepsi tentang produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Sumantri (2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah”. Hasil penelitian menunjukakan terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di kota Yogyakarta. Terdapat pengaruh positif produk pembiayaan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di kota Yogyakarta. Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah kota Yogyakarta. Terdapat pengaruh positif produk pembiayaan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah kota Yogyakarta. Terdapat pengaruh positif minat menjadi nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah di kota Yogyakarta.

Ariyanti (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank CIMB Niaga Syariah Di Surabaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung dengan nilai signifikasin 0,102. Kemudian variabel kepercayaan terhadap minat menabung berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,000. Selanjutnya variabel promosi adalah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah dengan nilai signifikansi 0,734.

Lestari (2015) dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah”. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh religiusitas terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah adalah karena kepatuhan agama. Pengaruh produk bank terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah karena adanya produk yang inovatif. Pengaruh kepercayaan terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah karena percaya akan kemudahan transaksi. pengaruh pengetahuan terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah adalah karena pengetahuan ilmiah. Pengaruh pelayanan terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah adalah pada penggunaan fasilitas yang rendah.

Muhyidin (2017) dengan judul “Pengaruh Citra Perusahaan, Pengetahuan Produk Bank, Kepercayaan, Dan Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating”. Hasil uji-t penelitian menjelaskan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Pengetahuan produk bank tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Hasil uji-F menyimpulkan bahwa variabel independen citra perusahaan, pengetahuan produk bank, kepercayaan dan kualitas pelayanan secara bersemaa-sama mempengaruhi variabel dependen. Uji $R^{2}$ menyimpulkan bahwa konstribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 41,5 % sedangkan sisanya 58,5 % dipengaruhi oleh variabel diluar model.

**Kerangka Berpikir**

 Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, perlu adanya pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu penelitian dan kerangka berfikir dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 1: Kerangka Berpikir**

Pemahaman Mahasiswa Tentang Produk Bank ($X\_{1})$

Minat Menabung ($Y)$

Kualitas Pelayanan Bank ($X\_{2})$

Religiusitas ($Z)$

Model penelitian diatas dengan variabel *moderating* untuk menguji apakah ada pengaruh langsung atau tidak ada pengaruh langsung yang diberikan oleh variabel *moderating* terhadap variabel bebas dan variabel terikat.

**METODE PENELITIAN**

 Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu menggunakan penelitian kuantitatif. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan serta menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif.

**Sampel**

Sampel dalam penelitian ini adalah 70 mahasiswa perbankan syariah angkatan 2015. Metode pengambilan sampel ini menggunakan *purposive sampling* dengan pertimbangan yaitu mahasiswa yang menggunakan bank syariah dan bank konvensional.

**Variabel Penelitian**

 Adapun variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (produk tabungan dan kualitas pelayanan bank), variabel dependen (minat menabung) dan variabel *moderating* (religiusitas). Penjelasan lebih rincinya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1: Variabel Penelitian dan Indikator**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Variabel** | **Definisi Variabel** | **Indikator** |
| **Variabel Independen**  |
| 1 | Produk Bank $X\_{1}$ | Berupa produk-produk tabungan yang dikeluarkan oleh bank | Sistem tabungan |
| Tabungan wadiah |
| Tabungan mudharabah |
| Mamfaat tabungan |
| Kemudahan tabungan |
| 2 | Kualitas Pelayanan $X\_{2}$ | Kemampuan karyawan dan perusahaan untuk melayani kebutuhan nasabah. | Kedisiplinan karyawan dalam melakukan pelayanan |
| Sikap karyawan |
| Standar pelayanan perusahaan yang jelas. |
| Karyawan tidak deskriminatif (membada-bedakan) |
| Kecermatan karyawan  |
| **Variabel Dependen** |
| 3 | Minat Menabung *(Y)* | Keinginan seseorang untuk menyimpan sejumlah hartanya. |  Ketertarikan |
| Keinginan  |
| Tindakan |
| **Variabel *Moderating*** |
| 4 | Religiusitas *(Z)* | Tingkat keimanan seseorang dan kepatuhan dalam menjalani perintah Allah SWT. | Mengimani rukun iman dan rukun Islam |
| Shalat lima waktu |
| Meninggalkan larangan Allah SWT |
| Transaksi halal |

**Model Analisis Regresi**

Secara umum, model regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

Model 1: Y = a + b$X\_{1}$ + b$X\_{2}$ + e

Model 2: Y = a + b$X\_{1}$+ b$X\_{2}$+ b$X\_{1}.Z+$e

Model 3: Y = a + b$X\_{1}$+ b$X\_{2}$ + b$X\_{2}.Z+$e

Keterangan:

Y= Minat menabung

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

$X\_{1}$= Pemahaman mahasiswa tentang produk bank

$X\_{2}$= Pemahaman mahasiswa tentang kualitas pelayanan bank.

e = Variabel *error.*

*Z=* Religiusitas

Model regresi ini menggunakan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear di mana di dalam persamaanya mengandung unsur interaksi atau perkalian dua atau lebih variabel independen (Ghozali, 2016: 232).

Berkaitan dengan penggunaan MRA sebagai alat analisis data, Solimun (2011) menyatakan bahwa moderasi dapat dikatagorikan dalam empat kelompok sebagai berikut:

1. Moderasi Murni (*Pure Moderator*)

Pure moderator terjadi ketika variabel moderasi berinteraksi dengan *predictor variable* tanpa menjadi variabel prediktor.Tipe moderasi ini muncul jika pengaruh variabel moderasi secara parsial (sebelum interaksi) terhadap variabel dependen adalah tidak signifikan, tetapi pengaruh interaksi antara variabel moderasi dengan variabel independen terhadap variabel dependen signifikan.

1. Moderasi Semu (*Quasi Moderator*)

*Quasi moderator* terjadi jika pengaruh variabel moderasi sebelum adanya interaksi dengan variabel independen, terhadap variabel dependen signifikan, dan pengaruh variabel moderasi setelah adanya interaksi dengan variabel independen juga signifikan.

1. Moderasi Potensial (*Homologizer Moderator*)

*Homologizer moderator* terjadi jika pengaruh variabel moderasi sebelum adanya interaksi dengan variabel independen, terhadap variabel dependen tidak signifikan, dan pengaruh variabel moderasi setelah adanya interaksi dengan variabel independen juga tidak signifikan.

1. Moderasi Prediksi (*Predictor Moderator*)

*Predictor moderator*, terjadi ketika pengaruh variabel moderasi terhadap variabel dependen signifikan, tetapi pengaruh interaksi antara variabel moderasi dengan variabel independen terhadap variabel dependen tidak signifikan.

**Hasil Analisis**

Hasil analisis dari persamaan ini adalah untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel di antaranya:

1. Pengaruh pemahaman mahasiswa tentang produk tabungan terhadap minat menabung pada bank syariah
2. Pengaruh kualitas pelayanan bank terhadap minat menabung pada bank syariah
3. Pengaruh pemahaman mahasiswa tentang produk tabungan terhadap minat menabung pada bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel *moderating*
4. Pengaruh kualitas pelayanan bank terhadap minat menabung pada bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel *moderating*.

|  |
| --- |
| **Model 1**  |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 1,964 | ,624 |  | 3,148 | ,002 |
| Produk Bank | ,419 | ,127 | ,366 | 3,300 | ,002 |
| Kualitas Pelayanan | ,161 | ,097 | ,185 | 1,664 | ,101 |
|  |

**Tabel 2: Hasil pengujian**

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pemahaman mahasiswa tentang produk tabungan berdampak positif terhadap minat menabung mahasiswa. Peningkatan pemahaman dalam diri seorang mahasiswa dapat menyebabkan semakin tingginya minat menabung terhadap produk pada bank syariah. Penjelasan tersebut di dasarkan pada tingkat siginifikan sebesar 0,002 < 0,05 sehingga H0 ditolak. Hal ini berarti bahwa pemahaman mahasiswa tentang produk bank mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lestari (2015) yang menyimpulkan bahwa produk bank berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung di Bank Syariah.

 Variabel kualitas pelayanan bank memiliki nilai sigifikan 0,101 > 0,05 sehingga H0 diterima. Hal ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan bank tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Ariyanti (2015) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap minat menabung.

**Model 2**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized coefficients | T | Sig |
| B | Std. Error | Beta |
| (Constant) | 3,443 | ,513 |  | 6,708 | ,000 |
| Produk Bank | -,742 | ,188 | -,649 | -3,956 | ,000 |
| Kualitas Pelayanan | ,045 | ,075 | ,051 | ,598 | ,552 |
| X2Z | ,199 | ,028 | 1,198 | 7,201 | ,000 |

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa variabel pemahaman mahasiswa tentang produk tabungan (X1) adalah 0,000 < α(0,05) sehingga H0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa variabel pemahaman mahasiswa tentang produk tabungan (X1) berpengaruh terhadap minat menabung (Y). Kemudian, variabel kualitas pelayanan (X2) adalah 0,552 > α(0,05) sehingga H0 diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) tidak berpengaruh terhadap minat menabung.

Sedangkan variabel moderating adalah 0,000 < α(0,05) sehingga H0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa variabel moderating (X1\*Z) berpengaruh terhadap Minat Menabung. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhyidin (2017) yang menimpulkan religiusitas dapat memoderasi produk bank sehingga berpengaruh secara signifikan.

**Model 3**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized coefficients | T | Sig |
| B | Std. Error | Beta |
| (Constant) | 3,254 | ,514 |  | 6,334 | ,000 |
| Produk Bank | ,206 | ,102 | ,180 | 2,012 |  ,048 ,048 |
| Kualitas Pelayanan | -,840 | ,163 | -,966 | -5,167 | ,000 |
| X2Z | ,195 | ,028 | 1,321 | 6,915 | ,000 |

 Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa variabel pemahaman mahasiswa tentang produk tabungan (X1) adalah 0,048 < α(0,05) sehingga H0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa variabel pemahaman mahasiswa tentang produk tabungan (X1) berpengaruh terhadap minat menabung (Y). Kemudian, variabel kualitas pelayanan (X2) adalah 0,000 < α(0,05) sehingga H0 ­ditolak dan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap minat menabung.

Sedangkan variabel moderating adalah 0,000 < α(0,05) sehingga H0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa variabel moderating (X2\*Z) berpengaruh terhadap minat menabung. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh muhyidin (2017) yang menyimpulkan religiusitas dapat memoderasi kualitas pelayanan bank sehingga berpengaruh signifikan.

 Hasil pengujian yang telah dilakukan seperti yang terdapat pada tabel 2, maka diperoleh persamaannya sebagai berikut:

1. Y = 1,964 + 0,419$X\_{1}$ + 0,161$X\_{2}$ + e

Konstanta sebesar 1,964 menjelaskan bahwa apabila variabel independen diasumsikan 0, maka rata-rata minat menabung bernilai sebesar 1,964. Koefisien regresi $X\_{1}$ sebesar 0,419 menunjukkan bahwa di saat pemahaman mahasiswa tentang produk tabungan memiliki nilai signifikan 0,002 maka minat menabung meningkat sebesar 0,419. Koefisien regresi $X\_{2}$ sebesar 0,161 menunjukkan bahwa di saat kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan 0,101 maka minat menabung sebesar 0,161.

1. Y = 3,443 - 0,742$X\_{1}$+ 0,045$X\_{2}$ + 0,199$X\_{1}\*Z+$e

Konstanta yang bernilai 3,443 menunjukkan bahwa apabila variabel independen diasumsikan 0, maka rata-rata minat menabung bernilai 3,443. Koefisien regresi $X\_{1}$ benilai -0,742. Hal ini menunjukkan bahwa di saat pemahaman mahasiswa tentang produk tabungan berpengaruh signifikan tapi minat menabung berkurang sebanyak -0,742. Jika X2 bertambah 1 satuan dan variabel lainnya dianggap konstan maka minat menabung bertambah sebesar 0,045. Jika X1\*Z bertambah 1 satuan dan variabel lainnya dianggap konstan maka minat menabung bertambah sebesar 0,199. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas bisa menjadi variabel moderasi dengan melihat minat menabung pada X1 sebelumnya bernilai -0,742.

1. Y = 3,254 + 0,206$X\_{1}$ – 0,840$X\_{2}$ + 0,195$X\_{2}\*Z+$e

Konstanta yang bernilai 3,254 menunjukkan bahwa apabila variabel independen diasumsikan 0, maka minat menabung rata-rata bernilai 3,254. Jika X1 bertambah 1 satuan dan variabel lainnya dianggap konstan maka minat menabung bertambah sebesar 0,206. Koefisien regresi $X\_{2}$ benilai -0,840. Hal ini menunjukkan bahwa di saat kualitas pelayanan berpengaruh signifikan tapi minat menabung berkurang sebanyak -0,840. Jika X1\*Z bertambah 1 satuan dan variabel lainnya dianggap konstan maka minat menabung bertambah sebesar 0,195. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas bisa menjadi variabel moderasi dengan melihat minat menabung pada X2 sebelumnya bernilai -0,840.

Hasil dari analisis yang dilakukan di atas, moderasi tersebut dikategorikan dalam kelompok moderasi murni *(pure moderator)* yang terjadi ketika variabel moderasi berinteraksi dengan *predictor variable*  tanpa menjadi variabel prediktor. Tipe moderasi ini muncul jika pengaruh variabel moderasi secara parsial (sebelum interaksi) terhadap variabel adalah tidak signifikan, tetapi pengaruh interaksi antara variabel moderasi dengan variabel independen terhadap variabel dependen signifikan.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa pemahaman mahasiswa tentang produk bank memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa minat menabung mahasiswa perbankan syariah angkatan 2015 dipengaruhi oleh pemahaman mereka terhadap produk tabungan pada bank syariah. Selanjutnya, hasil pengujian kualitas pelayanan bank tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Semakin baik kualitas pelayanan bank syariah tidak selalu berpengaruh pada semakin tingginya minat menabung seseorang. Hal ini disebabkan oleh faktor lain yang menyebabkan seseorang untuk menabung seperti faktor dorongan dari dalam dan karena kebutuhan biologisnya.

Hasil pengujian religiusitas dikaitkan dengan pemahaman mahasiswa terhadap produk tabungan berpengaruh secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa menabung di bank syariah karena pertimbangan mereka terhadap kepatuhan agama dan karena produk tabungan dianggap sesuai dengan hukum muamalah yang sudah dijelaskan dalam al-Qur’an. Hasil pengujian religiusitas dikaitkan dengan kualitas pelayanan bank berpengaruh secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa menabung di bank syariah karena melihat dari segi pelayanan yang sesuai dengan tuntutan agama.

**DAFTAR PUSTAKA**

Ancok, Djamaluddin dan Suroso, Fuad Nasori. (2011). *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi. Cet Ke- VIII.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Antonio, Syafi’i. (2001). *Bank Syari’ah: Dari Teori Ke Praktik.* Jakarta: Gema Insani Press.

Ariyanti, Widhi Diyah. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya.* Artikel Ilmiah, STIE Surabaya.

Ascarya. (2013). *Akad dan Produk Bank Syariah.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Darmadi. (2017). *Pengembangan Model Metode Pembelajaran.* Yogyakarta: CV. BUDI UTAMA.

Hamzah, Noradiva., dkk, (2015) *Customer Satisfaction On Islamic Banking System, Jurnal Of Economic, Business And Management, Vol. , No. 1. Hal 27.*

Ghufron, M. N & Risnawita, R. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 21. Edisi Ke-7.* Universitas Diponegoro: Semarang.

Kartika, Dewi. (2017). *Pengaruh Pemehaman Mahasiswa Perbankan Syariah Atas Bagi Hasil Dan Bunga Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah,* Skripsi. Surakarta: IAIN Surakarta.

Khasanah, Wiwin. (2015). *Pengaruh Persepsi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Mandiri.* Skripsi. Yogyakarta.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2006). *Manajemen Pemasaran*. *Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kustanto, Tri Hari. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajeman Vol. 10. Hal 5*

Lestari, Alfi Muflikhah. (2015). *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Vol 3, No 1.*

Mansoer, Musti. (2008). *Perilaku Keberagaman Remaja Kasus Pada Siswa SLTA di Kota Jakarta Selatan, Kabupaten Suka Bumi Dan Kabupaten Lebak*. Distertasi Pascasarjana*.* Institut Pertanian Bogor.

Muhyidin. (2017). *Pengaruh Citra Perusahaan, Pengetahuan Produk Bank, Kepercayaan, dan Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating.* Skripsi. Yogyakarta: IAIN Salatiga.

Rahmah, Silvia Miftakhur dan Wahyuni. (2016). *Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah,* Skripsi*.*

Rahmawati, Anita. (2014). *Pengaruh Persepsi Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk BNI Syariah Semarang, Jurnal ADDIN, Vol. 8, No. 1,. Jawa Tengah: STAIN Kudus. Hal 6-7.*

Shaleh, dkk. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.

Solimun. (2011) *Analisis Variabel Moderasi dan Mediasi*, Fakultas MIPA, Universitas Brawijaya, Malang.

Sumantri, Bagja. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah. Jurnal Economia, Vol.10, No. Hal 142.*

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2011). *Servece Quality and Satisfaction.* Edisi III. Penerbit: ANDI, Yogyakarta.