

PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENGETAHUAN MASYARAKAT TENTANG BANK BRI SYARIAH KCP KUANSING (STUDI KASUS: KELURAHAN SUNGAI JERING KEC. KUANTAN TENGAH KAB. KUANTAN SINGINGI)

DARA NINDITYA HANY

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi
Jl. Gatot Subroto Km. 7 Kebun Nenas, Desa Jake, Kab. Kuantan Singingi
Daranindy42@gmail.com

Abstrack

This research was conducted at KCP Kuansing Bank BRI Syariah, which is located at Ahamd Yani No.32, Teluk Kuantan promotion market, which was carried out by BRI Syaria, it could be said to be diverse but not all promotion methods carried out by BRI Syariah such as banners, billboards had not been found by the public in the public places. The approach used in this research was quantitative with descriptive format because it aims to explain and tell various situations or conditions or various variables. The population in this reasearch were the society of sungai jering subdistrict, amounting to 5.304 people, and the authors took a sample of some people who were seventeen years old and above, amounting to 44 people using the slovin formula. Promotion had a positive and significant effect on the knowledge of the Kelurahan Sungai Jering community. It was indicated by Ttabel value of 2,906 which means the tubular count ($2,906 > 2,018$) with a significant level ($0,006 < 0,05$).

Keyword: *Promotion, Knowledge, Society.*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di Bank BRI Syariah KCP Kuansing yang beralamat di jalan Ahmad Yani No.32 Pasar Teluk Kuantan Promosi yang dilakukan BRI Syariah bisa dikatakan beragam tetapi belum semua metode promosi yang dilakukan BRI Syariah seperti pemasangan spanduk, baliho belum ada ditemui oleh masyarakat ditempat-tempat umum. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini Kuantitatif dengan format Deskriptif karena bertujuan untuk menjelaskan dan menceritakan berbagai situasi dan kondisi atau berbagai variabel. Populasi dalam penelitan ini adalah masyarakat Kelurahan Sungai Jering yang berjumlah 5.304 orang, dan penulis mengambil sampel sebagian masyarakat yang sudah berumur tujuh belas tahun keatas yang berjumlah 44 orang dengan menggunakan rumus slovin. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan masyarakat Kelurahan Sungai Jering. Hal ini ditunjukkan dengan nilai T_{hitung} sebesar 2,906 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,906 > 2,018$) dengan tingkat signifikan ($0,006 < 0,05$).

Kata Kunci: *Promosi, Pengetahuan, Masyarakat.*

1. PENDAHULUAN

Sarana promosi yang dilakukan Bank BRI Syariah KCP Kuansing untuk memberitahukan produk dan jasa yang dimilikinya yaitu dengan melakukan serbu pasar, biasanya beberapa marketing itu langsung terjun kelapangan seperti kepasar atau mengumpulkan banyak orang dan ada juga langsung datang ke kantor-kantor. Bagi Nasabah yang datang kekantor biasanya secara langsung mempromosikan produk, dan pastinya juga melalu media sosial Bank BRI Syariah KCP Kuansing memiliki media sosial seperti Facebook dan Instagram yang aktif jadi melalui media tersebut melakukan promosi seperti produk Tabungan Faedah yang disharekan dan produk lainnya juga. Pastinya ada Brosur-brosur produk yang dibagikan ke nasabah yang datang langsung kekantor maupun disebarakan diluar kantor. Tetapi dari sekian sarana promosi yang dilakukan BRIS ada satu metode yang belum efektif digunakannya yaitu pemasangat baliho, spanduk di jalan-jalan bahkan pusat keramaian, ini sangat disayangkan karena melalui sarana promosi ini lah harusnya banyak menarik masyarakat untuk mengetahui BRI Syariah “**Pengaruh Promosi Terhadap Pengetahuan Masyarakat Tentang Bank BRI Syariah KCP Kuansing (Studi Kasus: Kelurahan Sungai Jering Kec. Kuantan Tengah, Kab. Kuantan Singingi)**”.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini diantaranya untuk mengetahui dan menganalisa promosi yang dilakukan Bank BRI Syariah KCP Kuansing A.Yani kepada masyarakat Kelurahan Sungai Jering serta untuk mengetahui strategi yang disusun BRI Syariah KCP.Kuansing dalam memasarkan produk tabungannya. Rencana pemecahan masalah dalam penelitian ini yaitu permasalahan tentang kurangnya strategi promosi yang dilakukan BRI Syariah KCP Kuansing kepada masyarakat Kelurahan Sungai Jering maka dari itu BRI Syariah KCP Kuansing dituntut untuk lebih menjalankan strategi promosi kepada masyarakat secara giat, teratur dan terarah sehingga masyarakat tidak ragu untuk memilih Bank Syariah dibanding Bank Konvensional.

Tinjauan pustaka yang relevan dalam penelitian ini adalah penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh Dianah, 2013 “Pengaruh Promosi dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah” hasil penelitian yang diperoleh oleh Dianah adalah Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dianah (2013) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah. Semakin tinggi promosi yang dilakukan perusahaan maka semakin besar tingkat keputusan nasabah memilih Bank Syariah.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Pengertian Promosi*

Promosi merupakan teknik mengomunikasikan informasi mengenai produk dan menjadi bagian dari bauran komunikasi, yaitu pesan keseluruhan yang dikirimkan perusahaan kepada pelanggan mengenai produknya. Teknik promosi, terutama iklan, harus mengomunikasikan kegunaan, fitur dan manfaat produk, dan pemasaran menggunakan sejumlah alat untuk tujuan ini. (Griffin, 2014:436).

2.1.1 *Sarana Promosi*

Sarana promosi dapat dilakukan dengan beberapa hal, diantaranya adalah:

1. Periklanan (*advertising*) Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya.

2. Promosi penjualan (*sales promotion*), Tujuan promosi penjualan adalah meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, agar nasabah tertarik untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin.
3. Publisitas (*Publicity*), Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabahnya, baik secara langsung atau tidak langsung.
4. Penjualan pribadi (*Personal selling*), Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus personal selling dilakukan oleh petugas *customer service* atau *service assistensi*. (Kasmir, 2010 : 222-224).

2.1.2 Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil dari tahu. Awalnya manusia tidak mengetahui apa pun mengenai alam semesta pada saat lahir. Selama menjalani hidup di dunia, manusia terus mencari pengetahuan mengenai alam sekitarnya. Setiap kali memperoleh pengetahuan baru, maka wilayah gelap ketidaktahuan telah berubah menjadi pengetahuan (Sumarni, 2012:2).

2.1.3 Pengertian Masyarakat

Masyarakat adalah wadah untuk membentuk kepribadian diri warga kelompok manusia atau suku yang berbeda satu dengan yang lainnya. Di dalam suatu masyarakat itu juga bersangkutan untuk mengembangkan serta melestarikan kebudayaan-kebudayaan yang berada di dalam lapisan masyarakat tertentu yang pasti memiliki ciri khas yang berbeda-beda (Bambang, 2014:38).

2.2. Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah adalah Bank yang beroperasi tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan dengan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist Nabi Saw atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. dengan riba. (Muhammad, 2017 :3).

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pendekatan kuantitatif adalah apabila serangkaian observasi (pengukuran) dapat dinyatakan dalam angka-angka (Masngudi, 2012:17). Karena pengukuran variabel dilambangkan dengan angka dan data yang terkumpul dan dianalisis dengan pendekatan statistik untuk menarik kesimpulan adanya pengaruh antar variable. Yang menjadi objek penelitian adalah masyarakat Kelurahan Sungai Jering, Kecamatan Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi yaitu untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap pengetahuan masyarakat tentang Bank BRI Syariah.

Lokasi penelitian ini akan dilaksanakan di Kelurahan Sungai Jering Kecamatan Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi. Waktu Penelitian pada bulan Januari – Maret 2019.

Pengumpulan data adalah informasi yang dapat diperoleh melalui pengukuran-pengukuran tertentu, untuk digunakan sebagai landasan dalam menyusun argumentasi logis

menjadi fakta. Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dalam mempermudah penelitian ini.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada empat yaitu:

- 1).Kuesioner (Angket) adalah Metode dalam pengumpulan data ini yaitu dengan menggunakan Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017:199).
- 2).Observasi adalah Teknik pengumpulan data dengan menggunakan pancaindera jadi tidak hanya dengan pengamatan menggunakan mata saja. Instrumen yang digunakan dalam observasi adalah pengamatan (Andespa, 2011:83)
- 3).Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara dengan tanya jawab dengan pihak yang diperlukan terhadap masalah yang diteliti. Dalam hal ini peneliti memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan untuk kelancaran penelitian ini melalui Pimpinan dan Customer Service Bank BRI Syariah, dan juga dari warga Kelurahan Sungai Jering.
- 4).Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan catatan-catatan atau dokumen yang ada dilokasi penelitian serta sumber-sumber yang relevan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan mendatakan dokumentasi yang berupa Profil Bank BRI Syariah KCP Kuansing, Profil Kelurahan Sungai Jering catatan dari karyawan, laporan dan sebagainya yang berkaitan dengan yang diteliti.

Analisis data adalah Mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajarkan (Sugiyono, 2017:207).

Jika kita memiliki dua buah variabel atau lebih maka sudah selayaknya apabila kita ingin mempelajari bagaimana variabel-variabel itu berhubungan atau dapat diramalkan. Untuk mempermudah ataumengehemat waktu, maka dalam proses perhitungannya. Persamaan regresi linier dari Y terhadap X dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b X + e$$

Keterangan:

Y = Promosi

X = Pengetahuan

a = intersep

b = koefisien regresi/slop

e = eror

Untuk melakukan regresi sederhana dengan uji signifikan, yaitu dengan alat uji T-test. T-test untuk menguji pengaruh secara persial.

4.1 Hasil Penelitian

Untuk menguji instrumen penelitian maka penulis menggunakan bantuan program SPSS 21.0. berikut hasil pengujianya yaitu:

1. Uji Reliabilitas

Ada satu nilai ketentuan untuk mengukur realibilitas dengan kreteria yang digunakan yaitu dengan uji statistik *crobach Alpha* >0.60. sehingga apabila diperoleh nilai *cornbach alpha*> 0.60 maka dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4.1.1
Uji Reliabilitas

Variabel	N of item	Cronbach Alpha	Keterangan
Pomosi (X)	10 Item Pertanyaan	0.758	Reliabel
Pengetahuan (Y)	11 Item Pertanyaan	0.862	Reliabel

Sumber : Data Olahan Angket 2019

Dapat dilihat dari tabel tersebut bahwa seluruh variabel yang ada dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 sehingga dapat dinyatakan reliabel.

4.2 Analisa Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi dan variabel dependen dan variabel independen atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal.

Tabel 4.2.1
Uji Normalitas Kolmogorov-Smirov Untuk Pengaruh Promosi terhadap Pengetahuan Masyarakat
One-sampel kolmogorov-smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		44
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^a	Std.Deviation	3.64722442
Most Extreme	Absolute	.184
Differences	Positive	.184
	Negative	-.144
Kolmogorov-Smirnov Z		1.220
Asymp . Sig. (2-tailed)		.102

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data olahan angket 2019

Pada tabel 4.4.1 tersebut dapat diketahui bahwa hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai yang signifikan yaitu 0,102 yang berarti lebih besar dari 0,05 ($0,102 > 0,05$). Dengan demikian residual data telah terdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi Heteroskedastisitas. Dalam uji Heteroskedastisitas ini, metode yang digunakan adalah uji glejser dengan ketentuan jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas.

Tabel 4.2.2
Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
1. (Constnt)	6.888	3.705		1.859	.070
Promosi	.290	.113	.370	2.577	.014

a. dependen variabel ABS_RES

Sumber: Data olahan angket 2019

Berdasarkan tabel 4.4.2 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel indepdnen sebesar 0.14 yang berarti lebih besar dari 0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas pada model regresi.

4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Hasil analisis regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.3.1
Analisis Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coffints	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
1.(Constant)	15.723	5.800		2.711	.010
Promosi	.512	.176	.409	2.906	.006

a. Dependen Variabel: Pengetahuan

Sumber: Data olahan angket 2019

Berdasarkan tabel coefficient 4.5.1 diatas pada kolom B terdapat nilai konstant (a) adalah 18,108 sedangkn untuk variabel kualitas pelayanan (b) adalah sebesar 0,036 sehingga persamaan regresinya dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y^1 = 15,723 + 0,512X + 5,800$$

4.4 Pengujian Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji Kofesien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen (Promosi) terhadap variabel dependen (Pengetahuan).

Tabel 4.4.1
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate

1	0.409	0.167	0.148	3.69039
---	-------	-------	-------	---------

- a. Predictors: (constant), Pengaruh_Promosi
b. Dependent Variabel: Pengetahuan_Masyarakat

Sumber: Data olahan angket 2019

Berdasarkan keterangan tabel 4.6.1 diatas *model summary* menunjukkan bahwa nilai R square adalah 0,167 atau 16,7%. Hal ini berarti bahwa variabel independen (pengaruh promosi) mampu menjelaskan variabel dependen (pengetahuan masyarakat) sebesar 16,7% dan selebihnya 83,3% (100%-16,7%) ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisa atau penelitian regresi ini. menjelaskan bahwa masih terdapat variabel independen lainnya yang mempengaruhi pengetahuan masyarakat.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan ini sudah dapat menjawab rumusan masalah yang ingin dipecahkan. Kesimpulan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

- 1) BRI Syariah menggunakan sarana promosi yang dilakukan Bank BRI Syariah KCP Kuansing untuk memberitahukan produk dan jasa yang dimilikinya yaitu dengan melakukan serbu pasar, biasanya beberapa marketing itu langsung terjun kelapangan seperti kepasar atau mengumpulkan banyak orang dan ada juga langsung datang ke kantor-kantor. Bagi Nasabah yang datang kekantor biasanya secara langsung mempromosikan produk, dan pastinya juga melalu media sosial Bank BRI Syariah KCP Kuansing memiliki media sosial seperti Facebook dan Instagram yang aktif jadi melalui media tersebut melakukan promosi seperti produk Tabungan Faedah yang disharekan dan produk lainnya juga. Pastinya ada Brosur-brosur produk yang dibagikan ke nasabah yang datang langsung kekantor maupun disebarakan diluar kantor. Tetapi dari sekian sarana promosi yang dilakukan BRIS ada satu metode yang belum efektif digunakannya yaitu pemasangat baliho, spanduk di jalan-jalan bahkan pusat keramaian, ini sangat disayangkan karena melalui sarana promosi ini lah harusnya banyak menarik masyarakat untuk mengetahui BRI Syariah. Maka dari itu BRI Syariah dituntut untuk lebih efektif menjalankan semua sarana promosi yang ada agar pengetahuan masyarakat terhadap BRI Syariah menjadi luas.
- 2) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan masyarakat Kelurahan Sungai Jering. Hal ini ditunjukkan dengan nilai T_{hitung} sebesar 2,906 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,906 > 2,018$) dengan tingkat signifikan ($0,006 < 0,05$).

UCAPAN TERIMA KASIH

AssalamualaikumWarahmatullahiWabarakatu

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan terutama nikmat sehat sehingga penulis senantiasa diberikan kreatifitas dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa pula shoolawat dan salam senantiasa masih tercurahkan kepada baginda nabi Muhammad SAW.

Penghargaan dan ucapan terima kasih juga kepada ibu Asmawati dan ayah Esman tercinta yang telah mencurahkan segenap kasih dan sayang serta perhatian moril maupn material. Semoga Allah melimpahkan rahmat kesehatan, karunia , keberkahan hidup di dunia maupun diakhirat nantinya atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Yakni sebagai berikut:

1. Ibu Ir. Hj. Elfi Indrawanis, MM selaku Rektorat Universitas Islam Kuantan Singingi
 2. Bapak Zul Ammar, SE.ME selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi.
 3. Ibu Dian Meliza, S.HI, MA selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi.
 4. Ibu Wigati Iswandhiari, ST, MM selaku Dosen Pembimbing I bagi penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
 5. Bapak Yul Emri Yulis, selaku dosen pembimbing II.
 6. Bapak/Ibu tim penguji yang telah memberikan kritikan dan saran sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
 7. Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman dan keterampilan selama penulis kuliah di Universitas Islam Kuantan Singingi.
 8. Seluruh karyawan BRI Syariah KCP Kuansing A.Yani yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi yang penulis butuhkan.
 9. Seluruh masyarakat Kelurahan Sungai Jering Teluk Kuantan yang telah bersedia membantu penulis demi kelancaran penyusunan skripsi ini
 10. Kakak dan Abang (Jusmawati dan Angga Saputra) yang telah memberikan motivasi dan dukungannya untuk dapat dapat menyelesaikan skripsi ini.
 11. Untuk sahabat-sahabat tercinta (Miftahul Jannah, Rafika saidah, Regina Agustin, Gauri Aprilian Andraina) yang selalu memberikan dukungan dan motivasinya dalam penyusunan skripsi ini.
 12. Teruntuk teman-teman Perbankan Syariah Angkatan 2015 yang seperjuangan yang telah memberikan dukungan untuk penulis.
 13. Serta adik-adik Mahasiswa/i Perbankan Syariah.
- Penulis menyadari penulisan skripsi ini banyak kekurangan, karena keterbatasan pengalaman dan kemampuan. Untuk itu kritik dan saran yang sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya skripsi ini penulis persembahkan kepada ibunda dan ayahanda tercinta, alamamater dan civitas akademika, semoga bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan mendapatkan ridho Allah SWT, amiinn...

Wassalamualaikum Warhmatullahi Wabarakat

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Algifari. 2000. *Analisis Regresi*. Yogyakarta : BPFE UGM
- Andespa, Roni. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Pekanbaru : Alaf Riau
- Arikunto, Suharsimi. 1996. *Prosedur Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta : Rineka Cipta
- Darsono, dkk. 2017. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Depok : RajaGrafindo Persada
- Griffin, Ebert. 201. *Pengantar Bisnis edisi kesepuluh*. Jakarta : Gelora Aksara Pratama
- Kasmir. 2010. *Manajemen Perbankan edisi revisi 2008*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Masngudi. 2012. *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Trianandra University Press
- Muhamad. 2017. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Depok : RajaGrafindo Persada

- Notoadmodjo, Soekidjo. 2012. *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta : MediaKom
- Saib, Khaidir. 2011. *Lembaga Keuangan dalam Perspektif Islam*. Pekanbaru: Suska Pres
- Sudarsono. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah edisi 4*.
Yogyakarta : Ekonosia
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
Bandung : Alfabeta
- Sumarni, Sri. 2012. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta : Pustaka Insan Madani.

Jurnal:

- Rosyid, Maskur. 2016. *Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri dan Guru*. *Jurnal Islaminomic*, 7 : 40-42
- Rusdianto, Hutomo dan Ibrahim, Chanafi. 2016. *Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati*. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4: 44-45
- Tejokusumo, Bambang. 2014. *Dinamika Masyarakat Sebagai Sumber Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial*. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 3: 38-40