



PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG DI BMT UGT SIDOGIRI CAPEM WARU SIDOARJO

Ach. Agil Dzirkullah¹, Amir Bandar Abdul Majid²

¹Universitas Sunan Giri Surabaya

²Universitas Sunan Giri Surabaya

E-mail: achagildzx22@gmail.com . No. HP 082332418997

Received: May

Revised: June

Accepted: July

ABSTRAK

Dalam penelitian ini memaparkan hasil penelitian mengenai bagaimana kedua faktor utama, yaitu lokasi dan kualitas layanan, memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih untuk menabung di BMT UGT tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei, melibatkan sejumlah nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo sebagai responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang untuk mengukur persepsi nasabah mengenai lokasi dan kualitas layanan yang diberikan oleh BMT UGT. Fokus penelitian terletak pada analisis bagaimana aksesibilitas lokasi dan kualitas interaksi serta pelayanan yang diterima nasabah dapat mempengaruhi keputusan mereka. Analisis data menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Lokasi yang strategis, dekat dengan tempat tinggal atau tempat kerja nasabah, mempermudah akses dan meningkatkan kenyamanan, sehingga mendorong nasabah untuk memilih BMT UGT ini sebagai tempat menabung. Selain itu, kualitas layanan mencakup keramahan, kecepatan, ketepatan, dan profesionalisme staf BMT UGT juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan nasabah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa untuk dapat menarik lebih banyak nasabah, BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo perlu terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan serta mempertimbangkan lokasi strategis dalam perencanaan pemasaran mereka. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pengelola BMT UGT dan lembaga keuangan lainnya dalam merumuskan strategi efektif untuk menarik dan mempertahankan nasabah, serta memberikan wawasan akademis mengenai pentingnya faktor lokasi dan kualitas layanan dalam industri keuangan.

Kata kunci: Lokasi, Kualitas Layanan, Keputusan Nasabah, dan BMT UGT Capem Sidogiri Waru Sidoarjo.

ABSTRACT

The study shows how two major factors, location and quality of service, influence customer decisions in choosing to save on the BMT UGT. This research uses a quantitative method with a



survey approach, involving a number of UGT customers Sidogiri Capem Waru Sidoarjo as respondents. Data is collected through questionnaires designed to measure customer perception of location and quality of services provided by BMT UGT. The focus of the research is on analyzing how the accessibility of the location and the quality of interactions and services received by customers can influence their decisions. Data analysis shows that both factors have a significant influence on customer decisions. The strategic location, close to a customer's home or workplace, facilitates access and increases comfort, thereby encouraging a customer to choose this BMT UGT as a place to save. Besides, the quality of service includes hospitality, speed, accuracy, and professionalism of BMT UGT staff are also important factors that influence customer decisions. The research concludes that in order to attract more customers, BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo needs to continue to maintain and improve the quality of services as well as consider strategic location in their marketing planning. The research results provide practical contributions to BMT UGT managers and other financial institutions in formulating effective strategies to attract and retain customers, as well as providing academic insight into the importance of location factors and quality of services in the financial industry.

Keywords: *Location, Quality of Service, Customer Decision, and BMT UGT Capem Sidogiri Waru Sidoarjo.*

PENDAHULUAN

BMT (Baitul Maal wa Tamwil) Usaha Gabungan Terpadu (UGT) merupakan salah satu lembaga keuangan mikro berbasis pada prinsip syariah, yang bertujuan untuk memberikan layanan keuangan kepada masyarakat dengan mengedepankan nilai-nilai Islam. Pentingnya latar belakang ini terletak pada pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tempat menabung, yang pada gilirannya akan memberikan wawasan bagi pengelola BMT UGT untuk meningkatkan pelayanan dan strategi pemasaran mereka. Dalam penelitian lokasi, faktor geografis dan aksesibilitas menjadi pertimbangan penting bagi nasabah. Lokasi yang strategis akan meningkatkan kemudahan akses bagi nasabah dalam mengunjungi kantor cabang BMT UGT, sehingga dapat memberikan kontribusi positif terhadap keputusan mereka untuk menabung. Sementara itu, aspek kualitas layanan melibatkan berbagai elemen seperti kecepatan layanan, kemudahan proses transaksi, ketepatan informasi, serta keramahan dan kesopanan petugas (Huda et al., 2019).

Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah dan membangun hubungan jangka panjang yang kuat antara nasabah dan BMT UGT. Dalam penelitian penelitian ini, latar belakang pendahuluan juga mencakup relevansi topik dalam penelitian BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo, merupakan salah satu BMT UGT yang beroperasi di wilayah tersebut. Melalui pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan

nasabah untuk menabung di BMT UGT ini, diharapkan dapat memberikan masukan berharga bagi pengelola BMT UGT dalam merancang strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah dan volume tabungan. Selain itu, penelitian ini juga berpotensi memberikan kontribusi bagi literatur tentang lembaga keuangan mikro berbasis syariah, dengan menggali lebih dalam tentang faktor-faktor memengaruhi keputusan nasabah dalam penelitian spesifik BMT UGT. Hal ini akan memperkaya pemahaman tentang perilaku keuangan masyarakat dan strategi pengembangan lembaga keuangan mikro di Indonesia, terutama dalam mendukung inklusi keuangan dan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan (Suprpto & Nafisah, 2020).

Salah satu permasalahan yang muncul dalam penelitian ini adalah terkait dengan signifikansi lokasi dalam menentukan keputusan nasabah untuk menabung. Lokasi yang strategis dapat menjadi faktor penentu bagi nasabah dalam memilih tempat untuk menabung. Namun, dalam penelitian BMT UGT, mungkin ada keterbatasan dalam aksesibilitas lokasi yang dapat mempengaruhi daya tarik nasabah. Faktor-faktor seperti jarak, transportasi, dan kemudahan aksesibilitas bisa menjadi kendala bagi sebagian calon nasabah, terutama mereka tinggal di daerah terpencil atau dengan infrastruktur terbatas. Selain itu, kualitas layanan juga menjadi perhatian utama dalam penelitian ini. Meskipun BMT UGT memiliki keunggulan dalam prinsip syariah dan keberpihakan kepada masyarakat, kualitas layanan tidak memadai dapat mengurangi kepercayaan dan kepuasan nasabah (Bramantyo, 2017).

Faktor-faktor seperti kesopanan petugas, kecepatan pelayanan, kemudahan dalam proses administrasi, dan respons terhadap keluhan nasabah menjadi hal-hal yang sangat penting. Jika kualitas layanan tidak memenuhi harapan nasabah, hal ini dapat berdampak negatif terhadap keputusan mereka untuk menabung di BMT UGT tersebut. Dalam mengatasi permasalahan tersebut, perlu adanya upaya terintegrasi antara pihak manajemen BMT UGT dengan memperhatikan strategi pengelolaan lokasi dan peningkatan kualitas layanan. Penempatan cabang atau unit layanan di lokasi mudah dijangkau oleh calon nasabah potensial dapat meningkatkan daya tarik mereka. Selain itu, pelatihan dan pengembangan karyawan dalam meningkatkan keterampilan interpersonal dan manajemen waktu juga sangat penting untuk memastikan pelayanan yang berkualitas tinggi (Romdhoni & Sari, 2018).

Penelitian ini tidak hanya menyajikan temuan dari penelitian yang dilakukan, tetapi juga menguraikan pentingnya faktor-faktor seperti lokasi dan kualitas layanan dalam pengambilan keputusan nasabah untuk menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo. Penulisan dalam penelitian ini menjadi penting karena memberikan wawasan yang mendalam tentang

dinamika keputusan nasabah dalam memilih tempat menabung, pada gilirannya dapat membantu institusi keuangan seperti BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo untuk meningkatkan pelayanan dan strategi lokasi mereka. Melalui penelitian cermat dan analisis mendalam, penelitian ini memperkuat pemahaman akan faktor-faktor memengaruhi keputusan nasabah, memberikan pandangan yang lebih jelas bagi praktisi keuangan dalam merancang kebijakan yang lebih efektif. Selain itu, penulisan dalam penelitian ilmiah juga penting karena memberikan legitimasi dan otoritas pada penelitian dilakukan. Dengan dipublikasikannya hasil penelitian dalam penelitian terakreditasi, peneliti memperoleh pengakuan dari komunitas ilmiah, serta memungkinkan pengetahuan yang dihasilkan tersebar dan diakses secara luas oleh para pembaca yang tertarik (Ulfa & Sulistyorini, 2018).

Dalam hal ini menjadi penting guna peningkatan mutu penelitian serta sebagai referensi bagi peneliti masa depan ingin melanjutkan penelitian sama atau sejenis. Selain itu, penulisan dalam penelitian ilmiah membantu membangun jaringan kolaborasi antarpeneliti. Dengan mempublikasikan hasil penelitian, penulis dapat terhubung dengan rekan-rekan sejawat memiliki minat dan keahlian serupa. Kolaborasi semacam ini tidak hanya memperluas wawasan dan pemahaman tentang topik tertentu, tetapi membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut dan relevan dengan kebutuhan praktis dan teoritis. Melalui penulisan teliti dan terstruktur dalam penelitian tersebut, penulis tidak hanya menghasilkan pengetahuan baru, tetapi membuka pintu bagi pemahaman lebih baik tentang kompleksitas faktor-faktor memengaruhi perilaku keuangan masyarakat (Hasanuddin, 2016).

Dalam penelitian ini, lokasi merupakan elemen penting memengaruhi ketersediaan, aksesibilitas, dan kenyamanan bagi nasabah untuk mengakses layanan keuangan. Penelitian ini menegaskan bahwa lokasi yang strategis dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi BMT UGT dalam menarik nasabah. Selain lokasi, kualitas layanan juga memiliki dampak signifikan terhadap keputusan nasabah. Kualitas layanan mencakup aspek pelayanan, kecepatan, kemudahan proses, serta interaksi antara nasabah dan petugas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nasabah cenderung memilih untuk menabung di BMT UGT menawarkan layanan berkualitas, termasuk responsif terhadap kebutuhan nasabah dan memberikan pengalaman memuaskan. Oleh karena itu, BMT UGT perlu memperhatikan dengan serius aspek-aspek ini dalam upaya meningkatkan pangsa pasar dan kepuasan nasabah. Dengan memperbaiki lokasi dan meningkatkan kualitas layanan, BMT UGT dapat meningkatkan daya saingnya dalam industri keuangan mikro dan memperkuat hubungan dengan nasabahnya (Aryandi, 2020).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan survey dan penggunaan kuesioner. Pendekatan kuantitatif memberikan keunggulan dalam mengukur variabel-variabel dapat diukur secara numerik, sesuai dengan sifat data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini. Dengan menggunakan survey dan kuesioner, para peneliti dapat mengumpulkan data langsung dari responden tentang persepsi dan tingkat kepuasan mereka terhadap lokasi dan kualitas layanan yang diberikan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo. Penelitian ini melibatkan pengumpulan data dari sejumlah responden yang dipilih secara acak dari populasi yang relevan. Kuesioner dirancang dengan cermat untuk mencakup pertanyaan berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti, seperti persepsi terhadap lokasi cabang BMT UGT Sidogiri di Waru Sidoarjo dan evaluasi terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh lembaga tersebut. Melalui pertanyaan yang terstruktur dengan baik, para peneliti dapat mengumpulkan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Selain itu, metode survey dan kuesioner juga memungkinkan para peneliti untuk mengumpulkan data secara efisien dari sejumlah besar responden dalam waktu relatif singkat. Hal ini memungkinkan penelitian untuk mendapatkan sampel yang representatif dari populasi yang diteliti, sehingga hasilnya dapat secara valid diterapkan pada populasi yang lebih luas (Fajar Fahrudin & Yulianti, 2015).

Metode ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang pengaruh lokasi dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo. Selain keuntungan-keuntungan tersebut, penggunaan metode kuantitatif dengan pendekatan survey dan kuesioner juga memungkinkan para peneliti untuk melakukan analisis statistik yang lebih mendalam terhadap data yang dikumpulkan. Dengan menggunakan teknik-teknik analisis statistik seperti regresi, korelasi, dan analisis varians, para peneliti dapat mengidentifikasi hubungan dan pola yang signifikan antara variabel-variabel yang diteliti. Hasil analisis ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo dalam meningkatkan lokasi dan kualitas layanan mereka untuk meningkatkan keputusan nasabah untuk menabung. Melalui penggunaan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey dan kuesioner dalam penelitian ini, para peneliti dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi pengembangan strategi dan kebijakan yang lebih efektif

bagi lembaga keuangan tersebut dalam mengoptimalkan lokasi dan kualitas layanan mereka serta meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah (Aryandi, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil perhitungan dengan menggunakan analisis regresi dan uji t dengan beberapa variabel dapat diperoleh hasil, (Tyas, 2012) seperti dalam tabel berikut:

A. Uji Validitas

Tabel 1 – Hasil Uji Valisitas

Validitas	Kisaran Korelasi	Sig.	Ket.
Lokasi	796**	0,000	Valid
Kualitas Layanan	732**	0,000	Valid
Keputusan Nasabah	1	0,000	Valid

Data tersebut menyatakan bahwasannya pertanyaan pertanyaan untuk setiap variabel ialah valid. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai validitas dari variabel Lokasi ialah $0,00 < 0,05$ sedangkan validitas dari variabel kualitas pelayanan ialah $0,00 < 0,05$. Berdasarkan hasil nilai validitas dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut valid.

B. Uji Reliabilitas

Tabel 2 – Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach 's Alpha		Batas Alpha	Ket.
Lokasi	0,838	>	0,7	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,740	>	0,7	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,776	>	0,7	Reliabel

Data dari hasil uji reliabilitas tersebut bisa dinyatakan bahwa reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* dari ketiga variabel tersebut lebih dari 0,6. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel Lokasi ialah $0,838 > 0,6$. Nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel kualitas layanan ialah $0,740 > 0,6$. Nilai *Cronbach's Alpha*

dari variabel Keputusan nasabah $0,776 > 0,6$. Oleh karena itu bisa disimpulkan bahwasannya nilai *Cronbach's Alpha* dari ketiga variabel tersebut hasilnya reliabel.

C. Uji Asumsi Klasik

Tabel 3 – Hasil Uji Asumsi Klasik

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	30
Mean	31.7000000
Std. Deviation	2.66244177
Absolute	,111
Positive	,111
Negative	-,108
Kolmogrov-Smirnov Z	,111
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwasannya data berdistribusi normal. Hal ini dibuktikan dengan nilai atau skor pada Kolmogorov-Smirnov adalah 0,200 dan skor signifikansi lebih besar dari 0.05. dapat disimpulkan berdasarkan tabel diatas bahwa nilai dari Kolmogorov-Smirnov $0,200 > 0,05$ yang berarti data berdistribusi normal dan signifikan.

D. Uji Multikolinearitas

Tabel 4 - Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
(Constant)		
Lokasi	0,604	1,656
Kualitas Pelayanan	0,487	2,052

Data dari hasil uji reliabilitas tersebut menyatakan bahwasannya variabel lokasi memiliki skor VIF 1,656 dan variabel kualitas pelayanan 2,052. Dalam hal ini, berarti

masing-masing dengan skor VIF kurang dari 10 serta skor toleransi lebih dari 0,1. Sebab itu, bisa kita simpulkan bahwasannya tidak ada multikolonieritas antar variabel independennya. Oleh karena itu, ketiga variabel ini saling terkait dan berpengaruh signifikan.

E. Uji Hipotesis Analisis Jalur Koefisien Determinasi

Tabel 5 - Hasil Uji Hipotesis Analisis Jalur Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1.	0,883	0,780	0,762	1,471

Data hasil analisis koefisien determinasi (*R Square*) memperlihatkan skor *R Square* yaitu 0,883, yang berarti bahwasannya variabel lokasi, kualitas pelayanan, dan keputusan nasabah berkontribusi sebesar 76,2% terhadap minat beli ulang. Variabel lain di luar penelitian ini juga berkontribusi sebesar 23,8% lagi. Oleh karena itu, ketiga variabel ini saling berhubungan atau terkait antar satu sama lain dan mempunyai pengaruh yang signifikan.

F. Uji t

Tabel 6 - Hasil Uji t Variabel Lokasi

Variabel	Coefficient	Std. Error	T	Sig.
(Constant)	-6,559	3,861	-1,699	.000
Lokasi	.585	.113	5,175	.000

Variabel Lokasi memiliki dampak positif pada keputusan pembelian, menurut data dari hasil tabel diatas dapat kita lihat bahwa skor t hitung 5,175 dan skor t tabel 2,02108, dan skor signifikan $0,000 > \alpha = 0,05$. Dalam hal ini, berarti bahwasannya variabel Lokasi berdampak positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan nasabah.

Tabel 7 - Hasil Uji t Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Coefficient	Std. Error	T	Sig.
(Constant)	-6,559	3,861	-1,699	.000
Kualitas Pelayanan	.213	.102	2,086	.044

Menurut data dari hasil tabel diatas, dapat disimpulkan bahwasannya variabel kualitas pelayanan berdampak positif pada keputusan nasabah karena skor t hitungnya adalah 2,086, skor t tabel adalah 2,02108, dan skor signifikannya adalah $0,000 > \alpha = 0,05$.

1. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah

Dalam hal ini menunjukkan bahwasannya lokasi memengaruhi keputusan pembelian, menurut uji hipotesis. Hasil menunjukkan bahwasannya t hitung 5,175 lebih besar dari t tabel = 2,02108, dengan skor signifikansi 0,00–0,05. Oleh karena itu, kita dapat sampai pada kesimpulan bahwasannya lokasi berdampak secara positif dan signifikan pada keputusan nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah

Dalam hal ini menunjukkan bahwasannya kualitas pelayanan berdampak secara positif dan signifikan pada keputusan nasabah; skor signifikansi $0,00 < 0,05$ menunjukkan bahwasannya variabel harga mempengaruhi keputusan pembelian secara keseluruhan dengan cara yang positif. Hasilnya menunjukkan bahwasannya t tabel = 2,021 lebih kecil daripada t hitung = 2,086.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi dan kualitas layanan memainkan peran penting dalam keputusan nasabah untuk menabung di BMT UGT. Lokasi menjadi faktor krusial karena mempengaruhi aksesibilitas dan kenyamanan bagi nasabah. Penempatan BMT UGT di lokasi strategis dapat meningkatkan kemungkinan nasabah untuk memilihnya sebagai tempat menabung. Faktor-faktor seperti aksesibilitas transportasi, keamanan, dan lingkungan sekitar menjadi pertimbangan penting bagi nasabah dalam memilih tempat menabung. Dengan demikian, BMT UGT yang terletak di lokasi yang mudah diakses dan nyaman akan cenderung lebih diminati oleh nasabah. Selain lokasi, kualitas layanan juga merupakan aspek yang signifikan dalam memengaruhi keputusan nasabah.

Kualitas layanan mencakup berbagai hal, mulai dari kecepatan dan kemudahan proses transaksi hingga ketersediaan informasi dan respon terhadap kebutuhan nasabah. BMT UGT yang memberikan layanan yang ramah, efisien, dan responsif akan lebih mampu mempertahankan dan menarik nasabah baru. Faktor-faktor seperti kejelasan informasi mengenai produk dan layanan, keamanan transaksi, dan kesempatan untuk memberikan umpan balik juga berkontribusi terhadap persepsi nasabah terhadap kualitas layanan BMT UGT. Oleh karena itu,

manajemen BMT UGT perlu memperhatikan kedua aspek ini dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah dan mempertahankan kepercayaan mereka. Upaya untuk memperbaiki lokasi atau meningkatkan kualitas layanan dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing BMT UGT di pasar keuangan mikro.

Penting untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan lebih banyak responden dari berbagai latar belakang dan karakteristik. Dengan melibatkan sampel yang lebih representatif, akan lebih mungkin untuk mendapatkan hasil yang lebih umum dan dapat diandalkan mengenai hubungan antara lokasi, kualitas layanan, dan keputusan nasabah dalam menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggali lebih dalam tentang faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi keputusan nasabah untuk menabung, seperti faktor ekonomi, sosial, atau psikologis. Kemudian yang terakhir, penelitian dapat melihat lebih rinci tentang variabel kualitas layanan. dan dapat melihat dampak jangka panjang dari keputusan nasabah untuk menabung di BMT UGT tersebut. Selanjutnya, penelitian dapat melihat implikasi praktis dari temuan mereka bagi manajemen BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo.

REFERENSI

- Aryandi, J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 1–1.
- Bramantyo, A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Kredit, Dan Promosi Terhadap Keputusan Kredit Umkm. *Jurnal Profita*, 5(1), 1–15.
- Fajar Fahrudin, M., & Yulianti, E. (2015). Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 5(1), 149.
- Hasanuddin, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 49–66.
- Huda, B., Sukidin, S., & Wahyuni, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat Sukowono Arthajaya Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal*

Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial, 13(1), 87.

Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136.

Suprpto, R., & Nafisah, D. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Unit Toko Ausath Grosir Sembako Koppontren Ausath Blokagung. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 1(1), 101.

Tyas. (2012). *845-1597-1-Sm. 3*, 277–297.

Ulfa, D., & Sulistyorini, U. T. (2018). Prodi Perbankan Syariah , Jurusan Akuntansi , Politeknik Negeri Semarang. *Prodi Perbankan Syariah , Jurusan Akuntansi , Politeknik Negeri Semarang*, 8(1), 62–72.

Miharta, K. J., & Khusnudin. (2022). Pengaruh Reputasi, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank Muamalat Kc Kediri. *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, 8(1), 57–65.