

Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Biaya Administrasi, Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Yayasan Irsyadul Ibad Pandeglang)

Lia Nurliana¹, Endah Meiria²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
Laina6836@gmail.com¹, endah.meiria@uinjkt.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan nasabah, biaya administrasi, dan manfaat terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan Wadiah pada Bank Syariah Indonesia. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap tenaga pengajar di Yayasan Irsyadul Ibad Pandeglang sebagai responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan Wadiah, diikuti oleh manfaat produk. Sementara itu, biaya administrasi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kepercayaan dan persepsi manfaat menjadi kunci utama dalam mendorong nasabah memilih produk perbankan syariah. Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan pelayanan pada sektor perbankan syariah.

Kata Kunci: *Bank Syariah Indonesia, Biaya Administrasi, Kepercayaan Nasabah, Keputusan Nasabah, Manfaat, Tabungan Wadiah*

Abstract

This study aims to analyze the influence of customer trust, administrative fees, and perceived benefits on customers' decisions to use Wadiah savings products at Bank Syariah Indonesia. A quantitative approach was employed through a survey conducted among teachers at the Irsyadul Ibad Foundation in Pandeglang. The results reveal that customer trust has a significant influence on the decision to use Wadiah savings, followed by perceived benefits. Meanwhile, administrative fees were found to have no significant effect. These findings highlight that improving customer trust and perceived benefits are the main drivers in encouraging customers to choose Islamic banking products. This research provides important implications for the development of marketing strategies and service improvements in the Islamic banking sector.

Keywords: *Bank Syariah Indonesia, Administrative Fees, Customer Trust, Customer Decision, Benefits, Wadiah Savings*

Pendahuluan

Perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim akan pentingnya prinsip keuangan sesuai syariah. Produk tabungan Wadiah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi pilihan utama bagi nasabah karena sesuai dengan prinsip syariah tanpa unsur riba dan menawarkan keamanan dana serta kemudahan bertransaksi. Produk ini mengusung akad

titipan di mana nasabah menitipkan dana kepada bank untuk dijaga dengan jaminan keamanan dan kebebasan penarikan kapan saja. Namun, dalam era digital yang berkembang pesat, tantangan muncul berupa insiden gangguan sistem dan keamanan data, seperti serangan siber yang dialami BSI pada tahun 2023, yang berdampak pada kepercayaan dan loyalitas nasabah. Selain itu, aspek biaya administrasi yang rendah dan transparan serta persepsi manfaat produk sangat berpengaruh dalam keputusan nasabah memilih tabungan Wadiah. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan nasabah, biaya administrasi, dan manfaat yang dirasakan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan Wadiah di Bank Syariah Indonesia, khususnya dalam konteks pegawai Yayasan Irsyadul Ibad Pandeglang sebagai responden. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi strategis bagi pengembangan layanan perbankan syariah serta meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah.

Kajian Teori

1. Konsumen (Consumer Behavior Theory)

Beberapa definisi dari perilaku konsumen yang ditafsirkan oleh beberapa para ahli diantaranya ialah sebagai berikut. Berdasarkan penafsiran Hasan, (2013) perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan atau mengatur produk, jasa, idea atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan berdasarkan penafsiran Sunyoto, (2012) perilaku konsumen (consumer behavior) dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dalam penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen ada tiga yaitu faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi. Menurut Peter dan Olson (2010), terdapat dua jenis perilaku konsumen yaitu perilaku konsumen yang bersifat rasional dan perilaku konsumen yang bersifat irrasional.

2. Teori Keputusan Nasabah (Customer Decision Theory)

Menurut Alam & Bustam, (2021) Keputusan nasabah merupakan merupakan keputusan pembelian konsumen yang muncul dari kesadaran akan pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Menurut Pranawukir, (2021) Pengambilan keputusan merupakan proses melakukan evaluasi serta pemilihan bermacam alternatif menurut kepentingan tertentu, menciptakan alternatif yang paling menguntungkan. Dari Kotler dan Gary Armstrong, (2016) Secara umum, calon nasabah tentu memperhatikan hal ini serta mempertimbangkan berbagai faktor tertentu ketika mengambil keputusan untuk menjadi anggota suatu institusi keuangan. Proses pengambilan keputusan adalah tindakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan ketika pelanggan membuat keputusan untuk membeli sesuatu Laili & Budiarti, (2023). Konsumen memiliki waktu dan kesempatan untuk membuat keputusan tentang pembelian, tetapi terkadang mereka membuat keputusan ini tanpa mempertimbangkan apa yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan. Menurut Kotler & Armstrong (2012) Keputusan konsumen untuk membeli sesuatu disebut sebagai "keputusan pembelian". Ketika seseorang mengambil keputusan, mereka harus memiliki opsi lain. Menurut Tjiptono (2015) Ketika pelanggan mengetahui masalah mereka dan mencari informasi tentang merek atau barang tertentu, mereka melakukan proses yang disebut definisi keputusan pembelian konsumen. Menurut Kotler & Armstrong (2007) terdapat lima indikator pada Keputusan pembelian meliputi proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

3. Teori Kepercayaan Nasabah (Customer Trust Theory)

Menurut Ali et al., (2021) Kepercayaan dapat didefinisikan sebagai kesediaan suatu pihak untuk rentan terhadap tindakan pihak lain, berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang mempercayai, terlepas dari kemampuan untuk memantau atau mengontrol pihak lain tersebut. Menurut Leninkumar, (2017) Kepercayaan pelanggan adalah sikap mental dan perilaku yang muncul ketika pelanggan yakin bahwa penyedia layanan atau produk akan bertindak demi kepentingan terbaik mereka, meskipun mereka tidak memiliki kontrol langsung atas tindakan tersebut. Menurut Marinkovic & Kalinic, (2017) Kepercayaan pelanggan adalah variabel tidak berwujud yang tidak bisa digantikan oleh mekanisme teknis apa pun dan dapat dianggap sebagai kondisi psikologis yang berkembang karena berbagai alasan. Konsep kepercayaan pelanggan ini dianggap sebagai aset tak terlihat yang memiliki dampak signifikan dalam bisnis karena tidak dapat diamati atau disentuh secara langsung. Menurut Tumble, (2016) Kepercayaan pelanggan diukur melalui elemen-elemen atau dimensi atau indikator berikut: kompetensi, integritas, konsistensi, transparansi dan jujur.

4. Teori Biaya Administrasi (Administrative Cost Theory)

Menurut Anwar et al., (2012) Biaya administrasi adalah semua biaya yang terjadi dan berhubungan dengan fungsi administrasi. Sedangkan menurut Ktut Silvanita Mangani, (2009) Biaya administrasi adalah biaya yang dikenakan oleh bank syariah ketika memberikan bantuan kepada nasabah yang bergerak dibidang sosial (nirlaba) dalam bentuk pinjaman lunak, tanpa pembagian hasil melainkan hanya mengembalikan pokok pinjaman. Akan tetapi untuk tidak merugikan bank syariah dalam pengurusan, misalnya biaya materai, notaris, biaya peninjauan proyek dan lain-lain, maka kepada nasabah nirlaba tersebut dipungut biaya administrasi. Indikator Biaya Administrasi pada Produk Tabungan Wadiah yaitu: biaya admin bulanan, biaya tarik tunai dan biaya transfer.

5. Teori Manfaat (Benefit Theory)

Persepsi manfaat (usefulness) berasal dari kata useful yang artinya berguna atau bermanfaat. Persepsi manfaat menurut Davis (1989), adalah sebagai keyakinan akan kebermanfaatannya yaitu tingkatan dimana pengguna yakin dan percaya bahwa suatu sistem dapat meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Menurut Al-Rahmi et al., (2019) Manfaat yang dirasakan adalah istilah yang digunakan untuk mencerminkan pendapat pengguna tentang apakah mereka merasa bahwa system tertentu dapat meningkatkan kinerja pekerjaan mereka. Menurut Jogiyanto (2007), persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Menurut Kumala Dkk, (2020) indikator yang digunakan untuk persepsi manfaat adalah sebagai berikut: bekerja lebih cepat, berguna, efektivitas, lebih mudah dan kinerja.

6. Produk Wadiah

Dari Damanik, (2022) Menurut bahasa al-wadai artinya meninggalkan, sedangkan al wadiyah adalah suatu benda atau barang yang khusus ditinggal oleh pemilik barang tersebut kepada pemilik lain selain pemilik aslinya. Akad wadiah adalah akad seseorang untuk menitipkan benda atau barang berharga yang dia punya kepada orang lain untuk dijaga dengan baik. Bila barang yang dititipkan itu rusak, padahal benda tersebut dijaga dengan baik maka penerima titipan tidak wajib mengganti atas

kerusakan barang tersebut, tapi apabila kerusakan tersebut disebabkan oleh kelalaian penerima titipan, maka penerima titipan wajib menggantinya. Menurut Ayu & Erlina, (2021) akad wadiah adalah suatu akad tolong-menolong antar sesama. Tabungan Wadiah merupakan transaksi penitipan dana atau barang dari pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu nasabah bertindak sebagai penitip, sedangkan lembaga keuangan bertindak sebagai pihak yang ditipti yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut, sebagai konsekuensinya, lembaga keuangan bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemiliknya menghendaki. Wadiah menurut pasal 20 ayat 17 komplikasi Hukum Ekonomi Syariah (2009) ialah penitipan dana antara pihak pemilik dengan pihak penerima titipan yang dipercaya untuk menjaga dana tersebut.

Metode Penelitian

Metode pengumpulan data pada penelitian ini berupa pertanyaan yang berakaitan dengan pengaruh kepercayaan nasabah, biaya administrasi dan manfaat terhadap Keputusan nasabah menggunakan produk tabungan wadiah pada bank syariah Indonesia. Yang disusun di google form dan disebarakan pada Yayasan Irsyadul Ibad Pandeglang yang memenuhi kriteria melalui platform media sosial ataupun secara langsung. Data yang dikumpulkan merupakan data yang relevan dan dapat dipakai dalam penelitian. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif SPSS dengan pendekatan deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Hasil

1. Analisis Deskriptif

Pengukuran statistik deskriptif variabel ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran data secara umum seperti nilai rata rata (Mean), tertinggi (Max), terendah (Min), dan standar deviasi dari masing-masing variabel.

Tabel 1. Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepercayaan Nasabah	110	16.00	50.00	43.3273	5.50914
Biaya Administrasi	110	19.00	30.00	25.3909	2.48332
Manfaat	110	23.00	50.00	42.1455	4.55917
Keputusan Nasabah	110	25.00	50.00	42.7091	4.51774
Valid N (listwise)	110				

Berdasarkan Hasil Uji Deskriptif diatas, dapat kita gambarkan distribusi data yang didapat oleh peneliti adalah: Variabel Kepercayaan Nasabah (X1), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 16 sedangkan nilai maksimum sebesar 50, nilai rata-rata sebesar 43,33 dan Standar deviasi data adalah 5,5. Variabel Biaya Administrasi (X2), dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum 19 sedangkan maximum sebesar 30, nilai rata-rata sebesar 25,4 dan standar deviasi data adalah 2,48. Variabel Manfaat (X3), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 23 sedangkan nilai maksimum sebesar 50, nilai rata-rata sebesar 42,14 dan Standar deviasi data adalah 4,55. Variabel Keputusan Nasabah (Y), dari data

tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum 25 sedangkan maximum sebesar 50, nilai rata-rata sebesar 42,7 dan standar deviasi data sebesar 4,51.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Berdasarkan perhitungan data yang dilakukan dengan menggunakan SPSS for windows versi 25 diperoleh hasil bahwa 36 butir item valid.

Tabel 2. Uji Validitas

No	Soal Angket	Uji Validitas		
		r hitung	r tabel	Keterangan
1	pernyataan 1	0,361	0,3878	Valid
2	pernyataan 2	0,361	0,3889	Valid
3	pernyataan 3	0,361	0,4262	Valid
4	pernyataan 4	0,361	0,3678	Valid
5	pernyataan 5	0,361	0,3703	Valid
6	pernyataan 6	0,361	0,3785	Valid
7	pernyataan 7	0,361	0,3638	Valid
8	pernyataan 8	0,361	0,3952	Valid
9	pernyataan 9	0,361	0,3742	Valid
10	pernyataan 10	0,361	0,3897	Valid
11	pernyataan 11	0,361	0,3774	Valid
12	pernyataan 12	0,361	0,4293	Valid
13	pernyataan 13	0,361	0,4283	Valid
14	pernyataan 14	0,361	0,3718	Valid
15	pernyataan 15	0,361	0,3937	Valid
16	pernyataan 16	0,361	0,462	Valid
17	pernyataan 17	0,361	0,3909	Valid
18	pernyataan 18	0,361	0,4111	Valid
19	pernyataan 19	0,361	0,4123	Valid
20	pernyataan 20	0,361	0,4575	Valid
21	pernyataan 21	0,361	0,4126	Valid
22	pernyataan 22	0,361	0,3742	Valid
23	pernyataan 23	0,361	0,3702	Valid
24	pernyataan 24	0,361	0,4168	Valid
25	pernyataan 25	0,361	0,3941	Valid
26	pernyataan 26	0,361	0,3787	Valid
27	pernyataan 27	0,361	0,3969	Valid
28	pernyataan 28	0,361	0,3886	Valid
29	pernyataan 29	0,361	0,3648	Valid
30	pernyataan 30	0,361	0,4402	Valid
31	pernyataan 31	0,361	0,4072	Valid
32	pernyataan 32	0,361	0,3616	Valid
33	pernyataan 33	0,361	0,3717	Valid
34	pernyataan 34	0,361	0,3794	Valid
35	pernyataan 35	0,361	0,3681	Valid
36	pernyataan 36	0,361	0,3686	Valid

Dari tabel tersebut, semua pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel, yang berarti semua item dalam kuesioner dinyatakan valid. Ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang diteliti, dan hasil penelitian dapat dianggap sah.

b. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini penulis menggunakan SPSS for windows versi 25 dalam pengerjaannya. Berdasarkan pengolahan data, didapatkan hasil uji reabilitas instrumen sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.975	36

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa variabel Kepercayaan Nasabah, Biaya Administrasi dan Manfaat memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0.60 maka dapat disimpulkan angket variabel ini adalah "reliabel".

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal maka harus dilakukan uji normalitas. Teknik pengujian ini menggunakan teknik Kolmogorov Smirnov dengan bantuan aplikasi SPSS for windows versi 25 dalam perhitungannya. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansinya. Jika Asymp Sig 2-tailed > 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika Asymp Sig 2-tailed < 0,05 maka data dianggap tidak normal. Berikut tabel hasil uji normalitas:

Tabel 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		110	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.73838719	
Most Extreme Differences	Absolute	.118	
	Positive	.103	
	Negative	-.118	
Test Statistic		.118	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.086 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.079
		Upper Bound	.093

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Berdasarkan hasil tes Kolmogorov-Smirnov yang terdapat dalam tabel diatas, nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) yang didapat adalah 0,086, yang melebihi tingkat signifikansi alpha 0,05 ($0,086 > 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_1) ditolak. Ini menunjukkan bahwa data residual memiliki distribusi normal dan memenuhi syarat normalitas dalam analisis regresi. Pemenuhan asumsi normalitas ini menunjukkan bahwa model regresi yang dipakai layak untuk dianalisis lebih lanjut dalam konteks inferensial, karena distribusi normal residual merupakan syarat penting dalam regresi linear untuk memastikan validitas estimasi parameter dan hasil pengujian hipotesis

b. Uji Heteroskedastisitas

1) Uji Glejser

Dalam penelitian ini penulis menggunakan SPSS for windows versi 25 dalam pengerjaanya. Berdasarkan pengolahan data, didapatkan hasil uji Glejser sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Glejser

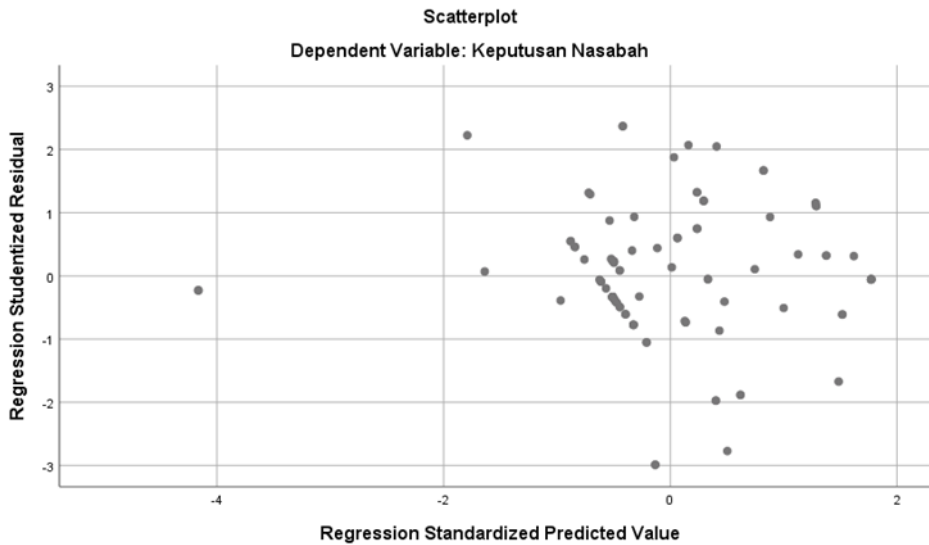
		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-7.089E-5	.001		-.099	.921
	Kepercayaan Nasabah	.092	.068	.885	1.368	.174
	Biaya Administrasi	-.010	.041	-.149	-.246	.807
	Manfaat	-.055	.057	-.882	-.968	.335

a. Dependent Variable: Abs_RES1

Berdasarkan tabel diatas pengujian menggunakan pendekatan Glejser menunjukkan bahwa variabel ABS_RES berfungsi sebagai variabel yang dijadikan acuan. Tingkat signifikansi (Sig.) untuk variabel Kepercayaan Nasabah (X1) tercatat sebesar 0,174, untuk Biaya Administrasi (X2) berada pada 0,807, untuk Manfaat (X3) berada pada 0,335. Mengingat ketiga nilai tersebut $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa model tidak ada gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, regresi ini dipandang telah memenuhi syarat dan dapat diterapkan dalam penelitian.

2) Uji Scatter Plot

Dalam penelitian ini penulis menggunakan SPSS for windows versi 25 dalam pengerjaannya. Berdasarkan pengolahan data, didapatkan hasil uji Scatter Plot sebagai berikut:



Gambar 1. Uji Scatter Plot

Berdasarkan pada hasil scatterplot yang ditampilkan pada gambar diatas, titik-titik yang ada tidak memperlihatkan pola yang teratur dan justru tersebar secara acak di atas serta di bawah nol pada sumbu Y. Ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan karenanya dapat diterapkan dalam penelitian selanjutnya.

c. Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian ini penulis menggunakan SPSS for windows versi 25 dalam pengerjaannya. Berdasarkan pengolahan data, didapatkan hasil uji Multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Miltikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
Model	B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	2.531	1.817			1.393	.167		
	Kepercayaan Nasabah	.054	.065	.066		.825	.411	.219	4.564
	Biaya Administrasi	.212	.099	.116		2.135	.035	.469	2.130
	Manfaat	.770	.081	.777		9.476	.000	.208	4.816

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil dari pengujian yang terdapat pada tabel diatas di atas memberikan informasi bahwa variabel-variabel independen, yakni Kepercayaan Nasabah (X1), Biaya Administrasi (X2) dan Manfaat (X3), menunjukkan nilai toleransi sebesar 0,219, 0,469 dan 0,208 yang berarti lebih besar dibandingkan 0,1. Sementara itu, nilai VIF tercatat lebih rendah dari 10. Angka angka ini menandakan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi, sehingga dapat disimpulkan bahwa model tersebut memenuhi asumsi yang diperlukan.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini penulis menggunakan SPSS for windows versi 25 dalam pengerjaanya. Berdasarkan pengolahan data, didapatkan hasil Regresi Linier Berganda sebagai berikut:

Tabel 7. Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.531	1.817		1.393	.167
	Kepercayaan Nasabah	.054	.065	.066	.825	.411
	Biaya Administrasi	.212	.099	.116	2.135	.035
	Manfaat	.770	.081	.777	9.476	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Berdasarkan tabel di atas, dapat diidentifikasi nilai-nilai pada kolom kedua (B) dari Unstandardized Coefficient, yang kemudian dapat dimasukkan ke dalam model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.531 + 0.54 X_1 + 0.212 X_2 + 0.770 X_3$$

Interpretasi dari persamaan tersebut adalah:

- Nilai konstanta $Y = 2.531$ menunjukkan bahwa performa nasabah adalah 2.531 saat nilai Kepercayaan Nasabah, Biaya Administrasi dan Manfaat berada pada angka 0 (nol).
- Nilai koefisien regresi X_1 yang sebesar 0.54 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan 1% dalam nilai Kepercayaan Nasabah akan menyebabkan peningkatan performa nasabah sebesar 0.54. Karena koefisien regresi ini bersifat positif, dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel Kepercayaan Nasabah (X_1) terhadap Keputusan Nasabah (Y) bersifat positif.
- Nilai koefisien regresi X_2 yang mencapai 0.212 menunjukkan bahwa setiap 1% peningkatan pada nilai Biaya Administrasi akan berkontribusi pada peningkatan keputusan nasabah sebesar 0.212. Dengan koefisien regresi yang positif, dapat disimpulkan bahwa arah pengaruh Biaya Administrasi (X_2) terhadap Keputusan Nasabah (Y) adalah positif.
- Nilai koefisien regresi X_3 yang sebesar 0.770 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan 1% dalam nilai Manfaat akan menyebabkan peningkatan performa nasabah sebesar 0.770. Karena koefisien regresi ini bersifat positif, dapat

disimpulkan bahwa pengaruh variabel Manfaat (X3) terhadap Keputusan Nasabah (Y) bersifat positif

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Korelasi

Pengujian untuk koefisien korelasi bertujuan untuk menilai seberapa kuat hubungan yang ada antara dua variabel. Berikut adalah pemahaman mengenai rentang nilai koefisien korelasi: 0,00–0,19 (sangat lemah), 0,20–0,39 (lemah), 0,40–0,59 (sedang), 0,60–0,79 (kuat), 0,80–0,99 (sangat kuat), dan 1,000 (sempurna). Hasil dari pengujian koefisien korelasi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Uji Koefisien Korelasi Variabel Kepercayaan Nasabah (X1) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 8. Koefisien korelasi kepercayaan nasabah terhadap keputusan nasabah

		Kepercayaan Nasabah	Keputusan Nasabah
Kepercayaan Nasabah	Pearson Correlation	1	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	110	110
Keputusan Nasabah	Pearson Correlation	.830**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan antara variabel Kepercayaan Nasabah dan Keputusan Nasabah adalah 0,000 ($< 0,05$). Ini menandakan bahwa ada keterkaitan antara kedua variabel tersebut, dengan nilai korelasi mencapai 0,830 yang tergolong ke dalam kategori sangat kuat. Dengan demikian, terdapat hubungan yang signifikan antara Kepercayaan Nasabah dan Keputusan Nasabah.

2) Uji Koefisien Korelasi Variabel Biaya Administrasi (X2) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 9. Koefisien korelasi biaya administrasi terhadap keputusan nasabah

		Biaya Administrasi	Keputusan Nasabah
Biaya Administrasi	Pearson Correlation	1	.718**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	110	110

Keputusan Nasabah	Pearson Correlation	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan antara variabel Biaya Administrasi dan Keputusan Nasabah adalah 0,000 ($< 0,05$). Ini menandakan bahwa ada keterkaitan antara kedua variabel tersebut, dengan nilai korelasi mencapai 0,718 yang tergolong ke dalam kategori kuat. Dengan demikian, terdapat hubungan yang signifikan antara Biaya Administrasi dan Keputusan Nasabah.

3) Uji Koefisien Korelasi Variabel Manfaat (X3) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 10. Koefisien korelasi manfaat terhadap keputusan nasabah

Correlations

		Manfaat	Keputusan Nasabah
Manfaat	Pearson Correlation	1	.918**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	110	110
Keputusan Nasabah	Pearson Correlation	.918**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan antara variabel Manfaat dan Keputusan Nasabah adalah 0,000 ($< 0,05$). Ini menandakan bahwa ada keterkaitan antara kedua variabel tersebut, dengan nilai korelasi mencapai 0,918 yang tergolong ke dalam kategori sangat kuat. Dengan demikian, terdapat hubungan yang signifikan antara Manfaat dan Keputusan Nasabah.

4) Uji Koefisien Korelasi Variabel Kepercayaan Nasabah (X1), Biaya Administrasi (X2) dan Manfaat (X3) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 11. Koefisien korelasi kepercayaan nasabah, biaya administrasi dan manfaat terhadap keputusan nasabah

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.923 ^a	.852	.848	1.763	.852	203.302	3	106	.000

a. Predictors: (Constant), Manfaat, Biaya Administrasi, Kepercayaan Nasabah

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikan antara variabel Kepercayaan Nasabah, Biaya Administrasi dan Manfaat terhadap Keputusan Nasabah sebesar 0,000 ($< 0,05$). Nilai korelasi yang diperoleh adalah 0,852, yang termasuk dalam kategori sangat kuat, menandakan adanya hubungan yang sangat kuat secara bersamaan antara ketiga variabel independen terhadap Keputusan Nasabah.

b. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan SPSS for windows versi 25 dalam pengerjaannya. Berdasarkan pengolahan data, didapatkan hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) sebagai berikut:

Tabel 12. Uji koefisien determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.923 ^a	.852	.848	1.763

a. Predictors: (Constant), Manfaat, Biaya Administrasi, Kepercayaan Nasabah

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, menunjukkan nilai koefisien determinasi 0,852, yang sekali lagi menyimpulkan bahwa 85,2% pengaruh pada Keputusan Nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Kepercayaan Nasabah, Biaya Administrasi dan Manfaat.

c. Uji Parsial (Uji t)

Dalam studi ini, digunakan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05) dengan cara membandingkan nilai t yang dihitung dengan t_{tabel} menggunakan aturan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$: maka H₀ diterima dan H₁ ditolak
- 2) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$: maka H₀ ditolak dan H₁ diterima

Pengujian hipotesis juga dapat dilakukan membandingkan nilai signifikansi dengan 0,05, dengan ketentuan:

- 1) dengan Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H₀ diterima dan H₁ ditolak
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima

Adapun untuk menentukan besarnya nilai t_{tabel} dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{tabel} = t_{\alpha} \times df \text{ (Tarf Alpha x Degree of Freedom)}$$

α = taraf nyata 5%

$$df = (n-2), \text{ sehingga diperoleh } (110-2) = 108$$

maka $t_{tabel} = 1,982$

1) Pengaruh Kepercayaan Nasabah (X1) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 13. Uji Parsial kepercayaan nasabah terhadap keputusan nasabah

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.235	1.924		6.877	.000
	Kepercayaan Nasabah	.680	.044	.830	15.438	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Berdasarkan tabel diatas, pengujian dilakukan menggunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan nilai t_{tabel} sebesar 1,982 yang diperoleh dari degree of freedom ($df = n-2 = 110-2 = 108$). Nilai t_{hitung} yang didapatkan adalah 15,438 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,982 ($15,438 > 1,982$) dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga hipotesis nol ($H_0: \rho_1 = 0$) ditolak dan hipotesis alternatif ($H_1: \rho_1 \neq 0$) diterima. Hasil ini memberikan bukti nyata bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kepercayaan Nasabah terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk tabungan wadiah.

2) Pengaruh Biaya Administrasi (X2) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 14. Uji Parsial biaya administrasi terhadap keputusan nasabah

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9.563	3.110		3.074	.003
	Biaya Administrasi	1.305	.122	.718	10.707	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Berdasarkan tabel diatas, pengujian dilakukan menggunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan nilai t_{tabel} sebesar 1,982 yang diperoleh dari degree of freedom ($df = n-2 = 110-2 = 108$). Nilai t_{hitung} yang didapatkan adalah 10,707 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,982 ($10,707 > 1,982$) dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga hipotesis nol ($H_0: \rho_1 = 0$) ditolak dan hipotesis alternatif ($H_1: \rho_1 \neq 0$) diterima. Hasil ini memberikan bukti nyata bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Biaya Administrasi terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk tabungan wadiah.

3) Pengaruh Manfaat (X3) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 15. Uji Parsial manfaat terhadap keputusan nasabah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.359	1.600		2.724	.008
	Manfaat	.910	.038	.918	24.105	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Berdasarkan tabel diatas, pengujian dilakukan menggunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan nilai t_{tabel} sebesar 1,982 yang diperoleh dari degree of freedom ($df = n-2 = 110-2 = 108$). Nilai t_{hitung} yang didapatkan adalah 24,105 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,982 ($24,105 > 1,982$) dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga hipotesis nol ($H_0: \rho_1 = 0$) ditolak dan hipotesis alternatif ($H_1: \rho_1 \neq 0$) diterima. Hasil ini memberikan bukti nyata bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Manfaat terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk tabungan wadiah.

d. Uji Simultan (Uji F)

Berikut adalah hasil perhitungan regresi secara simultan:

$Df_1 = \text{pembilang} = k$ (Jumlah variable bebas) = 4

$Df_2 = \text{penyebut} = n - k - 1$ ($110 - 4 - 1$) = 105

$F_{tabel} = 2.458$

Tabel 16. Uji Simultan kepercayaan nasabah, biaya administrasi dan manfaat terhadap keputusan nasabah

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1895.294	3	631.765	203.30	.000 ^b
	Residual	329.397	106	3.108	2	
	Total	2224.691	109			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Manfaat, Biaya Administrasi, Kepercayaan Nasabah

Berdasarkan tabel diatas, pengujian dilakukan menggunakan analisis varians (ANOVA) dengan nilai F_{tabel} sebesar 2,458 yang diperoleh dari $Df_1 = k = 4$ dan $Df_2 = n-k-1 = 110-4-1 = 105$. Nilai F_{hitung} yang diperoleh adalah 203,30 yang jauh lebih besar dari F_{tabel} yaitu 2,69 ($203,30 > 2,458$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hasil ini memberikan bukti empiris yang kuat bahwa variabel Kepercayaan Nasabah, Biaya Administrasi dan Manfaat secara bersamaan (simultan) mempunyai pengaruh yang positif dan

signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Wadiah pada Bank Syariah Indonesia.

Pembahasan

1. Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Wadiah pada Bank Syariah Indonesia

Analisis uji hipotesis secara parsial menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan Nasabah dan Keputusan Nasabah. Berdasarkan kalkulasi yang telah dilaksanakan, diperoleh nilai t hitung 15,438 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, pengujian ini secara statistik mengonfirmasi bahwa Kepercayaan Nasabah berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara Kepercayaan Nasabah terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Wadiah pada Bank Syariah Indonesia. Faktor-faktor eksternal seperti kasus gangguan sistem BSI pada tahun 2023 akibat serangan ransomware juga turut memengaruhi persepsi kepercayaan nasabah. Gangguan tersebut berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kemampuan bank dalam menjaga data dan transaksi secara aman, sebagaimana dikaji oleh Tambunan & Fitri Wulandari (2023). Kejadian ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh pelayanan langsung, tetapi juga oleh reputasi digital dan keamanan sistem perbankan.

2. Pengaruh Biaya Administrasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Wadiah pada Bank Syariah Indonesia

Analisis uji hipotesis secara parsial menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara Biaya Administrasi dan Keputusan Nasabah. Berdasarkan kalkulasi yang telah dilaksanakan, diperoleh nilai t hitung 10,707 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, pengujian ini secara statistik mengonfirmasi bahwa Biaya Administrasi berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara Biaya Administrasi terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Wadiah pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini diperkuat oleh beberapa hasil penelitian sebelumnya, yang menyatakan bahwa tingkat kepuasan nasabah sering kali dipengaruhi oleh efisiensi biaya transaksi. Namun, dalam konteks Bank Syariah Indonesia, produk tabungan Wadiah yang dikenal dengan biaya administrasi rendah atau bahkan gratis, membuat faktor Biaya Administrasi menjadi berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah. Dalam realitas layanan perbankan syariah, biaya administrasi harus diperhatikan. Ketika bank syariah mampu menjaga transparansi biaya dan memberikan alternatif transaksi yang efisien (seperti mobile banking tanpa biaya), maka nasabah tetap merasa diuntungkan dan loyal.

3. Pengaruh Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Wadiah pada Bank Syariah Indonesia

Analisis uji hipotesis secara parsial menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara Manfaat dan Keputusan Nasabah. Berdasarkan kalkulasi yang telah dilaksanakan, diperoleh nilai t hitung 24,105 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, pengujian ini secara statistik mengonfirmasi bahwa Manfaat berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara Manfaat terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Wadiah pada Bank Syariah Indonesia. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah terhadap manfaat yang diperoleh dari produk tabungan Wadiah, maka semakin tinggi pula kecenderungan nasabah untuk memutuskan menggunakan produk tersebut. Hal ini sejalan dengan teori perceived usefulness dari Venkatesh (2000), yang

menyatakan bahwa manfaat dirasakan (perceived benefit) menjadi salah satu indikator kuat yang memengaruhi keputusan pengguna terhadap suatu produk atau layanan.

4. Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Biaya Administrasi dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Wadiah pada Bank Syariah Indonesia

Analisis uji hipotesis secara simultan (uji F) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan Nasabah, Biaya Administrasi dan Manfaat dan Keputusan Nasabah. Berdasarkan kalkulasi yang telah dilaksanakan, diperoleh nilai F hitung 203,30 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. pengujian ini secara statistik mengonfirmasi bahwa Kepercayaan Nasabah, Biaya Administrasi dan Manfaat berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara Kepercayaan Nasabah, Biaya Administrasi dan Manfaat terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Wadiah pada Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini diperkuat penelitian Ramadhan, (2022) di Bank Syariah Mandiri dan Bank Sumut Cabang Syariah menunjukkan bahwa variabel seperti produk, promosi, kualitas layanan, sistem bagi hasil, fasilitas, dan pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk atau menjadi nasabah. Dalam konteks ini, kombinasi beberapa variabel yang memengaruhi keputusan nasabah memberikan argumen kuat bahwa pengaruh simultan kepercayaan, biaya, dan manfaat sangat relevan dan berdampak penting.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kepercayaan Nasabah berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Wadiah. Kepercayaan penting secara teoritis maupun statistic.
2. Biaya Administrasi juga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Nasabah, Secara praktis biaya rendah disukai nasabah, menunjukkan dalam penelitian ini faktor tersebut dapat menjadi penentu keputusan.
3. Manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Wadiah, Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan nasabah, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk memilih produk tersebut.
4. Kepercayaan Nasabah, Biaya Administrasi, dan Manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Wadiah, dengan nilai F hitung 203,30 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka saran-saran yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang perbankan syariah, perilaku konsumen, dan pemasaran jasa keuangan syariah. Dosen maupun mahasiswa diharapkan dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai referensi empiris untuk kajian-kajian serupa, terutama yang berkaitan dengan pengaruh faktor psikologis dan non-keuangan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk bank syariah.

2. Bagi Perusahaan (Bank Syariah Indonesia)

Bank Syariah Indonesia sebagai objek dalam penelitian ini perlu lebih memaksimalkan faktor yang memengaruhi keputusan nasabah.

a) Kepercayaan Nasabah

BSI perlu meningkatkan transparansi informasi produk dan memperkuat pelatihan pegawai agar mampu menjelaskan layanan secara jelas dan meyakinkan. Sistem keamanan data juga harus ditingkatkan untuk menjaga kepercayaan pasca-insiden digital.

b) Biaya Administrasi

Meskipun tidak signifikan, BSI disarankan tetap mempertahankan biaya administrasi yang rendah dan menyampaikan informasi biaya secara transparan agar nasabah merasa nyaman dan tidak dirugikan.

c) Manfaat Produk

BSI harus mengoptimalkan komunikasi manfaat produk Wadiah, seperti keamanan dan bebas riba, serta menambahkan fitur nilai tambah agar nasabah semakin merasakan keuntungan dari penggunaan produk.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah variabel dan cakupan wilayah responden. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan:

a) Menambahkan variabel lain yang potensial memengaruhi keputusan nasabah seperti reputasi bank, kualitas layanan, religiusitas, atau literasi keuangan syariah.

b) Melakukan pengambilan data dengan jumlah responden yang lebih besar dan mencakup wilayah cabang lain untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif.

c) Menerapkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif sekaligus (mix method) agar bisa menangkap persepsi nasabah secara lebih mendalam.

Referensi

- Abi, M. I., Maharani, Y., & Lestari, D. S. (2022). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi dan Partisipasi terhadap pengelolaan Keuangan di Yayasan Santa Familia (Panti Bhakti Kasih Siti Anna). *2*, 56–68.
- Afrillia, W., Fauzi, A., Rambe, D., Anggraeni, T., Ambarwati, N. R., & Febrian, H. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Arpizal, J. A. &. (2024). *Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Wadiah*. *4*.
- Astuti, S., Wonua, A. R., & Titing, A. S. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop. *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)*, *2*.
- Azizah, N. S., Mayda, A., & Laisa. (2024). Implementasi Akad Wadiah Pada Produk Tabungan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, *3*.
- Canggih, S. L. F. & C. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Wadiah. *Indonesian Journal of Economic & Management Sciences (IJEMS)*, *2*.
- Fadillah, W., & Zainurossalamia, S. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Canva. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, *2*, 231–240.
- Fakziah, S. L., & Canggih, C. (2024). Analysis of Factors Influencing Customers' Decision to Choose Wadiah Savings Products. *Indonesian Journal of Economic & Management Sciences*, *2*.

- Fathurrahman, A., & Asriyanti, A. M., (2022). Determinan Market Share Perbankan Syariah di Indonesia (Pendekatan Error Correction Model). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7.
- Maulana, L., & Fitriana, N. (2023). Analisis Dampak Insiden BSI Eror Dan Dugaan Hacking Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Subang. *Jurnal Ilmu Islam*, 7.
- Miao, M., Jalees, T., Zaman, S. I., Khan, S., Hanif, N. ul A., & Javed, M. K. (2022). The influence of e-customer satisfaction, e-trust and perceived value on consumer's repurchase intention in B2C e-commerce segment. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34, 2184–2206.
- Mutiara, & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8, 10–20.
- Nguyen, D. T., Pham, V. T., Tran, D. M., & Pham, D. B. T. (2020). Impact of service quality, customer satisfaction and switching costs on customer loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*.
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7, 1091–1107.
- Rosidi, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk, Biaya Administrasi dan Bagi Hasil terhadap minat Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5, 444–450.
- Sihotang, M. I. & M. K. (2024). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Sumut Syariah KCP Multatuli. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7.
- Sriyono, Najah, T. Z., Ilmi, S., Aly, D. M., & Muhadi, M. F. (2024). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5.
- Sup, D. F. A., & Sabaruddin. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Produk BSI Tabungan Easy Wadiah. *Wadiah*, 8, 301–323.
- Wulandari, N. A., & Rahmawati, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Poduk dan Biaya Administrasi Tabungan Easy Wadiah terhadap Kepuasan Karyawan pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Karyawan SDIT Qurrota A'yun Ponorogo). *WADIAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 7.
- Wulaningsih, E. C., & Widyaningsih, M. (2024). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Muslim Surakarta*. 9.
- Yakin, A., (2024). Analisis Perlakuan Akuntansi Pada Tabungan Easy Wadiah Di BSI Kantor Cabang Banyuwangi Basuki Rahmat. *Mazinda Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Bisnis*, 2.