

## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan BSI Pembayaran Institusi (BPI) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Hasym Said Ashari\*, Wawan Supriyatna  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang  
Jalan Surya Kencana No. 1, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417, Indonesia  
*\*hasymmsaidashari@gmail.com*

**Kata Kunci:**  
kualitas pelayanan;  
harga;  
keputusan nasabah

**Abstrak** Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan nasabah Menggunakan BSI Pembayaran Institusi (BPI) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang UIN Syarif Hidayatullah Jakarta secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif pendekatan asosiatif dimana bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara dua variabel atau lebih dengan teknik slovin. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampling. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 98 responden. Teknik pengumpulan data dengan cara kuesioner, teknik analisis data dengan software SPSS Versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial menunjukkan bahwa  $t$  hitung sebesar 9.952, sedangkan  $t$  tabel sebesar 1.98525 dimana  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau ( $9.952 > 1.98525$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Harga secara parsial menunjukkan bahwa  $t$  hitung sebesar 4.004, sedangkan  $t$  tabel sebesar 1.98525 dimana dengan hasil  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau ( $4.004 > 1.98525$ ) dengan tingkat signifikansi  $0.000 < 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Berdasarkan pada hasil pengujian diperoleh nilai  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel atau ( $102,291 > 3,09$ ), hal ini juga diperkuat dengan signifikansi  $< 0,050$  atau ( $0,000 < 0,050$ ), dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan nasabah.

**Keywords:**  
service quality;  
price;  
customer decisions

**Abstract** The aim of this research is to determine the influence of service quality and price on customers' decisions to use BSI Institutional Payments (BPI) at Bank Syariah Indonesia (BSI) UIN Syarif Hidayatullah Branch Jakarta partially or simultaneously. This research uses a quantitative method with an associative approach which aims to determine the influence of the relationship between two or more variables using the Slovin technique. The sampling technique used is sampling technique. The sample used in this research was 98 respondents. Data collection techniques using questionnaires, data analysis techniques using SPSS Version 26 software. The research results show that partial service quality shows that the  $t$  count is 9.952, while the  $t$  table is 1.98525 where  $t$  count  $>$   $t$  table or ( $9.952 > 1.98525$ ) with the level significance  $0.000 < 0.05$ , this shows that the Service Quality variable partially has a significant effect on Customer Decisions. Partial price shows that the  $t$  count is 4.004, while the  $t$  table is 1.98525 where with the result  $t$  count  $>$   $t$  table or ( $4.004 > 1.98525$ ) with a significance level of  $0.000 < 0.05$ , this shows that the price variable partially has a significant effect on the decision. Customer. Based on the test results, the calculated  $F$  value  $>$   $F$  table or ( $102.291 > 3.09$ ) is obtained. This is also reinforced by the significance  $< 0.050$  or ( $0.000 < 0.050$ ), thus  $H_0$  is rejected and  $H_3$  is accepted, this shows that there is an influence Simultaneously significant relationship between service quality and price on customer decisions.

## PENDAHULUAN

Dalam sebuah dunia perbankan merupakan salah satu bidang yang harus tetap mempertahankan eksistensinya, sebagai lembaga keuangan dalam perekonomian. Selain itu, Bank sebagai lembaga keuangan Indonesia merupakan intermediasi terbesar dalam sistem finansial, menciptakan uang, dan sangat penting dalam menentukan aktivitas ekonomi. Namun dunia perbankan dituntut untuk menunjukkan kinerja dan pelayanan yang semakin baik. Dalam perkembangan situasi dan kondisi bisnis industri perbankan pada masa mendatang akan semakin kompetitif. Hal ini merupakan proses pendewasaan bagi perbankan Indonesia ke arah profesionalisme dalam penciptaan iklim bersaing yang wajar antar bank- bank pemerintah, swasta, nasional, maupun bank asing. Dalam Keputusan pembelian terhadap suatu produk pada dasarnya erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Dengan perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran suatu produk yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena perusahaan pada dasarnya tidak mengetahui mengenai apa yang ada dalam pikiran seorang konsumen pada waktu sebelum, sedang, dan setelah melakukan pembelian produk tersebut. Dengan dipengaruhi oleh Psikologis (motivasi, belajar, sikap, dan persepsi). Kondisi saat ini, Produk BPI belum dapat mempengaruhi SDM di Institusi dalam rangka digitalisasi sistem pembayaran. Dalam digitalisasi sistem pembayaran guna mengintegrasikan ekonomi dan keuangan digital yang semakin berkembang pesat saat ini. Namun untuk mendorong inklusi ekonomi dalam rangka pemulihan ekonomi, transaksi ekonomi dan keuangan digital berkembang pesat seiring meningkatnya ekspektasi dan preferensi masyarakat dalam berbelanja daring, perluasan dan kemudahan sistem pembayaran digital, serta akselerasi digital banking. Maka produk BPI harus dapat mempengaruhi SDM di Institusi dalam rangka digitalisasi sistem pembayaran agar para nasabah institusi timbul suatu keputusan untuk menggunakan produk BPI yang ditawarkan.

Sebuah Layanan Pembayaran Institus. merupakan sistem layanan Pembayaran kepada nasabah institusi secara Host to Host (H2H) dan Point to Host (P2H) dengan nasabah institusi yang telah melakukan kerja sama dengan Bank Syariah Indonesia. Dalam Layanan Bank Syariah Indonesia salah satunya adalah BSI Pembayaran Institusi (BPI) yang merupakan sebuah sistem pembayaran BSI untuk nasabah institusi dalam menerima pembayaran dari konsumen atau pelanggan melalui seluruh channel bank BSI yaitu Mobile Banking, Net Banking, Jaringan ATM, dan Outlet BSI. Dengan adanya BSI Pembayaran Institusi (BPI) ini akan bermanfaat dan mempermudah para nasabah dalam melakukan pembayaran institusi.

Dalam situasi persaingan yang ketat saat ini setiap perusahaan dituntut untuk mampu menguasai dan memenangkan persaingan serta mampu menerapkan konsep harga yang baik. Sebuah harga adalah sejumlah uang yang memiliki nilai sebagai alat tukar untuk memperoleh

sebuah produk, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas pelayanan**

Menurut Kashmir (2017:47), kualitas pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan,

Menurut Arianto (2018:83), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Menurut Tjiptono dalam Meithiana Indrasari (2019:61), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

### **Harga**

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan. Pengertian harga menurut Swastha, harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Dari definisi tersebut kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual. Bahkan penjual juga menginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut. Sedangkan menurut Kotler, "Harga adalah jumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa.

### **Keputusan pembelian**

Menurut Kothler dan Armstrong (2017:177) "keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku manusia yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

## **METODE**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif Tempat Penelitian ini dilakukan KCP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Dengan waktu Penelitian, dengan waktu Penelitian pada bulan 10 Agustus Tahun 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah yang menggunakan BPI Tahun 2023 adalah sebanyak 4.008 nasabah dan penentuan sampel menggunakan rumus Slovin

dengan taraf kesukaran 10 maka diperoleh sampel sebanyak 98 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda berbantu program SPSS.

## HASIL dan PEMBAHASAN

### Hasil

#### Analisis regresi berganda

**Tabel 1.** Hasil uji regresi berganda

	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	19,011	3,366	5,648	0,000	
Kualitas Produk	0,440	0,119	0,338	3,687	0,000
Harga	0,461	0,098	0,431	4,704	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

**Sumber:** Olah data SPSS Versi 26, (2023).

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 3.154 + 0,675X_1 + 0,215X_2$ . Dari persamaan tersebut maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 3.154 diartikan bahwa jika variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) tidak dipertimbangkan, maka keputusan nasabah ( $Y$ ) hanya akan bernilai sebesar 3.154 *point*.
- Nilai kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,675 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel harga ( $X_2$ ), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada keputusan nasabah ( $Y$ ) sebesar 0,675 *point*.
- Nilai harga ( $X_2$ ) sebesar 0,215 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel harga ( $X_2$ ) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada keputusan nasabah ( $Y$ ) sebesar 0,215 *point*.

#### Koefisien korelasi

**Tabel 2.** Hasil uji koefisien korelasi

Correlations			
	Keputusan Nasabah	Kualitas Pelayanan	Harga
Keputusan Nasabah			
Kualitas Pelayanan			
Harga			

Pearson Correlation	Keputusan Nasabah	1.000	.793	.594
	Kualitas Pelayanan	.793	1.000	.495
	Harga	.594	.495	1.000
	Keputusan Nasabah	.	.000	.000
	Kualitas Pelayanan	.000	.	.000
	Harga	.000	.000	.
	Keputusan Nasabah	98	98	98
	Kualitas Pelayanan	98	98	98
	Harga	98	98	98

**Sumber:** Olah data SPSS Versi 26, (2023).

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,793 di mana nilai tersebut berada pada interval 0,600 s/d 0,799 artinya variabel kualitas pelayanan dan Harga mempunyai tingkat hubungan yang kuat terhadap keputusan nasabah.

### Koefisien determinasi

**Tabel 3.** Hasil pengujian koefisien determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
1	.826 <sup>a</sup>	.683	.676	2.91357

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

**Sumber:** Olah data SPSS Versi 26, (2023).

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh hasil nilai koefisien determinasi sebesar 0,683 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap variabel keputusan nasabah sebesar 68,3% sedangkan sisanya sebesar  $(100-68,3) = 31,7\%$  dipengaruhi factor lain yang tidak dilakukan penelitian.

### Uji hipotesis

**Tabel 4.** Hasil uji hipotesis (uji t)

Coefficients <sup>a</sup>			
Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Correlations	Collinearity Statistics

	<b>B</b>	<b>Std. Error</b>	<b>Beta</b>		<b>Zero-order</b>	<b>Partial</b>	<b>Part Tolerance</b>	<b>VIF</b>		
(Constant)	3.154	2.218		1.422	.158					
Kualitas Pelayanan	.675	.068	.662	9.952	.000	.793	.714	.575	.755	1.324
Harga	.215	.054	.266	4.004	.000	.594	.380	.231	.755	1.324

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

**Sumber:** Olah data SPSS Versi 26, (2023).

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dengan ketentuan signifikansinya 0,05 dan  $df = n - k - 1 = 98 - 2 - 1 = 95$ , maka didapat nilai t tabel = 1.98525, maka berdasarkan pengambilan keputusan dari hasil uji t di atas dapat dilihat sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah. Hasil pengujian variabel kualitas pelayanan secara parsial menunjukkan bahwa t hitung sebesar 9.952, sedangkan t tabel sebesar 1.98525 dimana  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $(9.952 > 1.98525)$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya signifikan dan bernilai positif, dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah.
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Nasabah. Hasil pengujian variabel Harga secara parsial menunjukkan bahwa t hitung sebesar 4.004, sedangkan t tabel sebesar 1.98525 dimana dengan hasil  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $(4.004 > 1.98525)$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah.

**Tabel 4.** Hasil uji hipotesis (uji F)

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
<b>Model</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>Df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>	
Regression	1736.675	2	868.338	102.291	.000 <sup>b</sup>	
Residual	806.446	95	8.489			
Total	2543.121	97				

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

**Sumber:** Olah data SPSS Versi 26, (2023).

Berdasarkan pada hasil pengujian diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $(102,291 > 3,09)$ , hal ini juga diperkuat dengan signifikansi  $< 0,050$  atau  $(0,000 < 0,050)$ , dengan demikian maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_3$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan nasabah.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah**

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan hasil regresi  $Y = 5,215 + 0,810X_1$ . Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,793 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,629 atau sebesar 62,9% sedangkan sisanya sebesar 37,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(12,768 > 1,984)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah.

Dengan demikian hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Asep Sulaeman, Komarudin Komarudin, Suharni Rahayu (2021), yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen PT Kawansakti Adhisejahtera dengan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $(5,692 > 1,998)$ , nilai koefisien regresi sebesar 0,447 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### **Pengaruh harga terhadap keputusan nasabah**

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan hasil regresi  $Y = 19,098 + 0,479X_2$ . Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,594 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,352 atau sebesar 35,2% sedangkan sisanya sebesar 64,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(7,226 > 1,984)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan nasabah.

Dengan demikian hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). yang menyatakan terdapat pengaruh positif signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian nilai  $t_{hitung}$  besar dari  $t_{tabel}$   $2,229 > 0,677$  dan nilai signifikan  $0,028 < 0,05$  untuk  $N = 92$ .

### **Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan nasabah**

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ) dengan diperoleh persamaan hasil regresi  $Y = 3,154 + 0,675X_1 + 0,215X_2$ . Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,826 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,683 atau sebesar 68,3% sedangkan sisanya sebesar 31,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung  $> F$  tabel atau  $(102,291 > 2,700)$ , hal ini juga diperkuat dengan signifikansi  $< 0,050$  atau  $(0,000 < 0,050)$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan nasabah.

Dengan demikian hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani, H. M., Rahmi, M., & Fathoni, M. A (2021 Agustus), yang menyatakan literasi keuangan Syariah (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) mempengaruhi variabel keputusan menjadi nasabah, hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel  $(504.406 > 2,69)$  dan nilai signifikansi  $0.001 < 0.05$ , bahwa literasi keuangan Syariah, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan mahasiswa berdomisili Tangerang Selatan menjadi nasabah pada Perbankan Syariah.

## **SIMPULAN**

Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan BSI Pembayaran Institusi (BPI) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan persamaan regresi  $Y = 5,215 + 0,810X_1$ , nilai korelasi sebesar 0,793 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 62,9% dan uji hipotesis diperoleh t hitung  $> t$  tabel atau  $(12,768 > 1,984)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah.

Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan BSI Pembayaran Institusi (BPI) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan persamaan regresi  $Y = 19,098 + 0,479X_2$ , nilai korelasi sebesar 0,594 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang. Nilai koefisien determinasi sebesar 35,2% dan uji hipotesis diperoleh t hitung  $> t$  tabel atau  $(7,226 > 1,984)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan nasabah.

Secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan BSI Pembayaran Institusi (BPI) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan persamaan regresi  $Y = 3,154 + 0,675X_1 + 0,215X_2$ . Nilai korelasi sebesar 0,826 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 68,3% dan uji hipotesis diperoleh t hitung  $> t$  tabel atau  $(102,291 > 2,700)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan nasabah.

## **PENGHARGAAN**

Penelitian ini dibiayai secara mandiri. Terima kasih disampaikan kepada pembimbing atas selesainya penelitian ini dan telah dipublikasikan pada jurnal. Peneliti mengucapkan terima kasih



kepada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, yang telah bersedia memberikan waktu dan tempat untuk melakukan penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 107-132. E-ISSN : 2962-4371.
- Adiwijaya, R. I., & Batu, R. L. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Internet First Media. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(6), 1730-1742. E-ISSN : 2747-0490.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi Ke 3*. Bandung: Alfabeta.
- Asep Sulaeman. (2021). Komarudin Komarudin, Suharni Rahayu Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki pada Pt. Kawansakti Adhisejahtera Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Arastirma*, Vol. 1, No. 1 2021 E-ISSN : 2775-9687.
- Devy, N. A. A., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 1386-1398. E-ISSN : 2774-2075.
- Kotler, Philip, Garry, & Amstrong. (2018). *Principles Of Marketing*. Edisi 15. Global Edision Person.
- Kotler, Philip And Amstrong, & Gary. (2014). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Edisi 13 Alih Bahasa Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen YOU Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476-490. E-ISSN : 2963-1181.
- Nugroho, R. A., Indramarta, J., & Effendy, M. R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspedisi CV. Bintang Trans Mandiri Jakarta. *Journal on Education*, 6(1), 9760-9767. ISSN 2654-5497 (online).
- Ridzwan, M., Purwanti, I., & Wicaksono, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus pada Agen BRILink BRI Unit Sidayu, Gresik). *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 38(1), 57-57. E-ISSN: 2808-8662.
- Supriyatna, W., Rachmawan, A., & Zakaria, Z. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Peyek Kacang Diprodusen Peyek Berkah Bersaudara Bojong Sari, Depok, Jawa Barat. *Vol 4, No 2 (2021): Jurnal Semarak*, 4(2), 31.
- Syahputra, M. I., & Ningsih, L. S. R. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Satria Mobil Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Research*

*And Development Student, 1(2), 104-119. E-ISSN : 2988-5922.*

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Cv. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi Ke-4*. Yogyakarta: Andi.

Zabila, A. P., & Perwito, P. (2024). Pengaruh Harga dan Promosi Digital terhadap Keputusan Pembelian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BJB Cabang Soreang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(3), 1589-1596. E-ISSN : 2656-4351.*