

Pengaruh *Ujrah* Dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Darmo

Imam Hidayat¹, Faruk²

^{1,2,3} Syariah Dan Ekonomi Islam, Institut Al Fithrah Surabaya, Jawa Timur

Correspondence: xeyymamz@gmail.com

Received: 08 Juli 2026 | Revised: 14 Juli 2026 | Accepted: 25 Agustus 2026

Keywords: Customer Interest; Gold Pawn; Islamic Banking Knowledge; *Ujrah*.

Abstract

This study aims to analyze the effect of *ujrah* and Islamic banking knowledge on customers' interest in using gold pawn products at Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Darmo. This research employed a quantitative approach with a sample of 87 respondents selected through simple random sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS. The results show that *ujrah* and Islamic banking knowledge have a positive and significant effect on customers' interest, both partially and simultaneously. The coefficient of determination (R^2) value of 0.773 indicates that 77.3% of customers' interest can be explained by these two variables. Therefore, *ujrah* and Islamic banking knowledge are important factors in increasing customers' interest in using gold pawn products.

Kata Kunci:

Gadai Emas; Minat Nasabah; Pengetahuan Perbankan Syariah; *Ujrah*.

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *ujrah* dan pengetahuan perbankan syariah terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Darmo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 87 responden yang dipilih melalui teknik simple random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *ujrah* dan pengetahuan perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,773 menunjukkan bahwa 77,3% minat nasabah dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Dengan demikian, *ujrah* dan pengetahuan perbankan syariah menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat nasabah menggunakan produk gadai emas.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia menunjukkan tren yang semakin positif seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap sistem keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam.(Hasanah dkk., 2025) Hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah lembaga keuangan syariah serta beragamnya produk yang ditawarkan kepada masyarakat.(Kartika dkk., 2025) Di tengah dinamika tersebut, kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan yang tidak hanya aman tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai syariah semakin meningkat. Salah satu produk yang banyak diminati adalah gadai emas di Bank Syariah Indonesia, yaitu fasilitas pembiayaan dengan jaminan emas yang memungkinkan nasabah memperoleh dana secara cepat dan mudah melalui akad rahn dengan tambahan biaya jasa (*ujrah*) sebagai imbalan atas layanan penyimpanan dan pemeliharaan barang jaminan.

Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Darmo merupakan salah satu kantor cabang yang aktif menawarkan produk gadai emas sehingga menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, diperlukan penelitian empiris untuk menganalisis pengaruh *ujrah* dan pengetahuan perbankan syariah terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu perbankan syariah serta menjadi bahan evaluasi bagi pihak bank dalam meningkatkan kualitas layanan dan strategi pemasaran produk.

Penelitian terdahulu mengenai minat nasabah terhadap produk gadai emas pada perbankan syariah telah banyak dilakukan dengan berbagai variabel yang memengaruhinya, seperti pengetahuan, bauran pemasaran, dan penerapan prinsip syariah. Namun demikian, hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya perbedaan temuan yang mengindikasikan masih terbukanya ruang penelitian lebih lanjut. Penelitian oleh (Anam & Kulsum, 2022) menemukan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah, tetapi secara simultan bersama variabel pemasaran memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas. Hal ini menunjukkan adanya inkonsistensi dalam pengaruh pengetahuan terhadap minat nasabah.

Selanjutnya, penelitian (Zuliani, 2022) menyatakan bahwa bauran pemasaran syariah dan pengetahuan nasabah secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah pada produk gadai emas, yang menegaskan pentingnya kombinasi antara strategi pemasaran dan tingkat pemahaman nasabah terhadap produk syariah. Selain itu, (Waqqosh dkk., 2022) menemukan bahwa penerapan akad syariah seperti qard dan ijarah berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai di perbankan syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek biaya atau imbalan jasa (*ujrah*) menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan nasabah.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel yang sering digunakan dalam mengkaji minat nasabah meliputi bauran pemasaran, promosi, pelayanan, dan pengetahuan. Namun, terdapat inkonsistensi hasil penelitian terkait pengaruh pengetahuan terhadap minat nasabah, serta masih terbatasnya penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh *ujrah* sebagai representasi biaya jasa dalam perspektif syariah. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dengan mengkaji peran *ujrah* sebagai variabel yang dipertimbangkan dalam memengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai emas di

perbankan syariah, serta mengkombinasikannya dengan variabel pengetahuan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Abdullah dkk., 2022). Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh ujrah dan pengetahuan perbankan syariah terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Darmo.

Penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Surabaya Darmo yang berlokasi di Surabaya, Jawa Timur. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada relevansi objek penelitian, yaitu produk gadai emas yang aktif ditawarkan kepada masyarakat. Penelitian dilaksanakan pada tahun 2026 mulai dari tahap penyusunan instrumen, pengumpulan data, hingga pengolahan dan analisis data, sehingga data yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi yang berkaitan dengan minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di BSI KC Surabaya Darmo.

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*error tolerance*) sebesar 10% (Fadel dkk., 2024), sehingga diperoleh sebanyak 87 responden. Penggunaan tingkat kesalahan 10% dalam penelitian ini didasarkan pada keterbatasan waktu, biaya, dan akses peneliti dalam menjangkau seluruh populasi, serta karakteristik populasi yang relatif homogen sehingga masih dapat mewakili keseluruhan populasi. Selain itu, menurut Sugiyono (2017), tingkat kesalahan 10% masih dapat digunakan dalam penelitian sosial dengan tingkat ketelitian yang cukup.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu ujrah (X1) dan pengetahuan perbankan syariah (X2), serta variabel dependen yaitu minat nasabah (Y). Indikator masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Ujrah (X1): meliputi keterjangkauan biaya, kesesuaian biaya dengan manfaat, transparansi biaya, dan keadilan dalam penetapan ujrah.
2. Pengetahuan Perbankan Syariah (X2): meliputi pemahaman tentang prinsip syariah, pengetahuan tentang produk gadai emas, pemahaman akad (*rahn*, *ijarah*, *qard*), serta manfaat produk syariah.
3. Minat Nasabah (Y): meliputi keinginan menggunakan produk, ketertarikan terhadap produk, kecenderungan memilih produk, serta niat untuk menggunakan kembali.

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala Likert sebagai instrumen utama. Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji instrumen melalui uji validitas dan uji reliabilitas terhadap sejumlah responden uji coba (*pilot test*). (Ismail dkk., 2024)

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer yang diperoleh secara langsung dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, serta data sekunder yang berasal dari buku, jurnal ilmiah, dokumen perusahaan, dan berbagai literatur yang berkaitan dengan ujrah, pengetahuan perbankan syariah, minat nasabah, dan produk gadai emas syariah. (Sari & Zefri, 2019)

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan bantuan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis yang terdiri atas uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Analisis tersebut dilakukan untuk mengetahui pengaruh ujrah dan pengetahuan perbankan syariah terhadap minat nasabah menggunakan produk gadaai emas di Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Darmo.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Uji Deskriptif

Uji deskriptif merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menjelaskan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan, tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan yang berlaku secara umum terhadap seluruh populasi atau melakukan generalisasi. (Sugiyono, 2017) Hasil uji deskriptif akan disajikan dibawah ini:

Tabel 1 hasil uji deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	87	0	25	18,62	4,64
X2	87	0	25	18,93	4,74
Y	87	0	25	18,63	4,72

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada 87 responden, diketahui bahwa variabel X1 memiliki nilai minimum sebesar 0 dan nilai maksimum sebesar 25, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 18,62 serta standar deviasi sebesar 4,64. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum jawaban responden terhadap variabel X1 berada pada kategori cukup tinggi, karena nilai rata-rata mendekati nilai maksimum dari total skor yang diperoleh.

Selanjutnya, variabel X2 memperoleh nilai minimum sebesar 0 dan maksimum sebesar 25. Nilai rata-rata variabel X2 sebesar 18,93 dengan standar deviasi sebesar 4,74. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penilaian responden terhadap variabel X2 memiliki nilai rata-rata yang sedikit lebih tinggi dibandingkan variabel X1, sehingga dapat dikatakan bahwa responden memberikan penilaian yang relatif baik terhadap indikator-indikator pada variabel X2.

Pada variabel Y, diperoleh nilai minimum sebesar 0 dan maksimum sebesar 25 dengan nilai rata-rata sebesar 18,63 serta standar deviasi sebesar 4,72. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Y memiliki tingkat capaian yang cukup baik berdasarkan jawaban responden.

Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa ketiga variabel penelitian yaitu X1, X2, dan Y memiliki nilai rata-rata yang berada pada kisaran 18–19 dari total skor maksimal 25. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang positif terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner penelitian. Nilai standar deviasi yang berada pada kisaran 4–5 menunjukkan adanya variasi

jawaban antarresponden, namun penyebaran data masih berada dalam tingkat variasi yang relatif wajar.

2. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai kelayakan setiap item pernyataan dalam kuesioner sehingga data yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi sebenarnya. Pengujian validitas biasanya dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, dimana item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel. (Utami dkk., 2023)

Tabel 2 hasil uji validitas

Pengaruh Ujrah			
Item	r hitung	r tabel	keterangan
X1.1	0.502	0.210	Valid
X1.2	0.565	0.210	Valid
X1.3	0.521	0.210	Valid
X1.4	0.534	0.210	Valid
X1.5	0.614	0.210	Valid

Pengetahuan Perbankan Syariah			
Item	r hitung	r tabel	keterangan
X2.1	0.582	0.210	Valid
X2.2	0.609	0.210	Valid
X2.3	0.595	0.210	Valid
X2.4	0.592	0.210	Valid
X2.5	0.583	0.210	Valid

Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas			
Item	r hitung	r tabel	keterangan
Y1	0.623	0.210	Valid
Y2	0.635	0.210	Valid
Y3	0.683	0.210	Valid
Y4	0.699	0.210	Valid
Y5	1	0.210	Valid

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2026

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap item pernyataan dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,210). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Pengaruh Ujrah (X1), Pengetahuan Perbankan Syariah (X2), dan Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

3. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat dipercaya dan menghasilkan data yang stabil. Pengujian reliabilitas umumnya menggunakan metode Cronbach Alpha, dimana instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60. (Machali, 2021)

Tabel 3 hasil uji Reabilitas

Cronbach's alpha	N of Items
0.935	15

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2026

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Pengujian dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Hasil analisis menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,935, yang berarti lebih besar dari batas minimum 0,60. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik sehingga dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian.

4. Uji Hipotesis R2

Pada umumnya, tingkat signifikansi suatu penelitian ditentukan melalui pengujian hipotesis statistik, seperti uji t dan uji F. Hasil yang signifikan menunjukkan bahwa hubungan atau perbedaan antarvariabel yang diteliti tidak terjadi secara kebetulan, melainkan memiliki kekuatan statistik yang memadai sehingga temuan penelitian dapat digeneralisasikan kepada populasi yang lebih luas (Putra dkk., 2023).

Tabel 4 hasil uji Reabilitas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.879	0.773	0.767	2.279

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2026

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil pengujian menunjukkan nilai R Square sebesar 0,773. Hal ini berarti bahwa variabel Pengaruh Ujrah dan Pengetahuan Perbankan Syariah mampu menjelaskan variabel Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas sebesar 77,3%, sedangkan sisanya sebesar 22,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian yang tidak diteliti. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen tergolong kuat.

Tabel 5 hasil uji f

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	1482.100	2	741.050	142.729	0.000
Residual	436.129	84	5.192		
Total	1918.230	86			

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2026

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 142,729 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pengaruh Ujrah dan Pengetahuan Perbankan Syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Darmo. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Tabel 5 hasil uji f

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. <i>(Constant)</i>	1.154	1.063		1.086	0.281
Pengaruh ujarah	0.495	0.090	0.486	5.477	0.000
Pengetahuan perbankan syariah	0.437	0.088	0.438	4.935	0.000

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji t, variabel Pengaruh Ujrah memperoleh nilai t hitung sebesar 5,477 dengan signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka Pengaruh Ujrah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas. Selanjutnya, variabel Pengetahuan Perbankan Syariah memperoleh nilai t hitung sebesar 4,935 dengan signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Pengetahuan Perbankan Syariah juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas. Dengan demikian, kedua hipotesis parsial dalam penelitian ini diterima.

Pembahasan

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Pengaruh Ujrah terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dkk. menunjukkan bahwa ujarah berpengaruh terhadap keputusan dan minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di bank syariah (Hidayat dkk., 2024a). Maka hipotesisnya adalah:

H1: Ujrah berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah.

H0: Ujrah tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah.

2. Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Masruchin menunjukkan bahwa pengetahuan perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah (Lestari & Masruchin, 2023). Maka hipotesisnya adalah:

H1: Pengetahuan Perbankan Syariah berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah.

H0: Pengetahuan Perbankan Syariah tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah.

3. Pengaruh Ujrah dan Pengetahuan Perbankan Syariah terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pramadeka dkk. menunjukkan bahwa faktor biaya (ujrah) dan pengetahuan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan dan minat nasabah (Hidayat dkk., 2024b). Maka hipotesisnya adalah:

H1: Ujrah dan Pengetahuan Perbankan Syariah sama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah.

H0: Ujrah dan Pengetahuan Perbankan Syariah sama-sama tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa ujrah dan pengetahuan perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Darmo. Secara parsial, kedua variabel tersebut terbukti mampu meningkatkan minat nasabah dalam memanfaatkan produk gadai emas. Selain itu, secara simultan ujrah dan pengetahuan perbankan syariah juga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,773 menunjukkan bahwa 77,3% minat nasabah dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 22,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, peningkatan pemahaman masyarakat mengenai perbankan syariah serta penetapan ujrah yang sesuai dapat menjadi upaya untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk gadai emas syariah.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., & Fadilla, Z. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI.
- Anam, M. K., & Kulsum, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Dan Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Gadai Emas. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(2), 129–141. <https://doi.org/10.46367/jps.v3i2.759>
- Fadel, A., Wasesa, A., Utami, A. F., & Nisa, F. L. (2024). Analisis Minat Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jatim Jurusan Ekonomi Pembangunan Semester 7 Tentang Perencanaan Setelah Lulus. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(19), 66–67. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.14038122>
- Hasanah, D. S., Rivai, A. A., & Amri, A. (2025). Dampak Pertumbuhan Bank Umum Syariah terhadap Strategi Unit Usaha Syariah (UUS) di Indonesia: Tinjauan Perspektif Kesadaran Masyarakat dan Kebijakan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *Glossary : Jurnal Ekonomi Syariah*, 03(01), 3. <https://doi.org/doi.org/10.52029/gose.v3i1.312>
- Hidayat, I. N., Pane, A. A., & Ananda, R. F. (2024a). Pengaruh Nilai taksiran dan ujrah Terhadap keputusan Nasabah dalam menggunakan produk gadai Emas Padapt Bank Syariah Indonesia, Tbk Cabang Medan Kampung Baru. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis (Juema)*, 1(2).
- Hidayat, I. N., Pane, A. A., & Ananda, R. F. (2024b). Pengaruh Nilaitaksirandanujrah Terhadapkeputusan Nasabahdalammenggunakanprodukgadai Emas Padapt Bank Syariah Indonesia, Tbk Cabang Medan Kampung Baru. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis (Juema)*, 1(2).
- Ismail, A. K. F., Prambudi, D. A., & Sunardi, H. I. (2024). Evaluasi Usability Website Dengan Metode Webuse: Studi Kasus Dinas Koperasi Kota Xyz. *EQUIVA Journal of Mathematics & Information Technology*, 2(1).
- Kartika, Jamaludin, & Parmatasari, R. D. A. (2025). Tantangan dan Peluang Lembaga Keuangan Syariah: Kajian Literatur. *Shar-E : Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 11(1), 64–71. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v11i1.3911>
- Lestari, N. D. & Masruchin. (2023). Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.37726/ee.v7i1.771>

- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta Jln. Marsda Adisucipto Yogyakarta.
- Putra, S., Tuerah, P. R., Mesra, R., Sukwika, T., Sarman, F., Nur, N. A., & Nuruzzaman, M. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori dan Panduan Praktis Analisis Data Kuantitatif)*. PT. Mifandi Mandiri Digital.
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Utami, Y., Rasmanna, P. M., & Khairunnisa. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 4(2), 21. <https://doi.org/10.55338/saintek.v4i2.730>
- Waqqosh, A., Siregar, S., & Sugianto, S. (2022). Pengaruh Penerapan Akad Qard Dan Ijarah Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Gadai di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Binjai. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3), 637–641. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i3.1163>
- Zuliani. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Ulee Kareng Banda Aceh. *Serambi Konstruktivis*, 4(1).