



## **Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank BCA Pondok Ungu Bekasi**

**Dimas Anugrah**

*dsnugrah@gmail.com*

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

**Andrian**

*andriantahar@gmail.com*

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

**Haryudi Anas**

*haryudi.anas@dsn.ubharajaya.ac.id*

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

*Korespondensi penulis: dsnugrah@gmail.com*

**Abstrak.** *The Influence of Product Quality, Promotion and Strategic Location on Customers' Decisions to Save at Bank BCA Pondok Ungu Bekasi. his research aims to empirically test the influence of product quality, promotion and strategic location on customers' decisions to save at Bank BCA Pondok Ungu Bekas. The sample for this research is BCA Pondok Ungu Bekasi City customers who have an interest in saving at BCA Bank. The sample was carried out using a non-probability sampling method, namely purposive sampling. Data collection was carried out using a questionnaire distributed via Google Form to 92 respondents. The analysis in this research uses Multiple Linear Regression Analysis, with t test hypothesis testing. The results of this research show that in the partial t test Product Quality has a significant effect on the decision to save, Promotion has a significant positive effect on the decision to save, and Strategic location has a significant positive effect on the decision to save. The results of the f test show that the variables Product Quality, Promotion and Strategic Location simultaneously influence the decision to save at BCA Bank for BCA Pondok Ungu Bank customers, Bekasi City.*

**Keywords:** *Product Quality; Promotion; Strategic Location; Saving Decisions*

**Abstrak.** Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank BCA Pondok Ungu Bekasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank BCA Pondok Ungu Bekasi. Sampel penelitian ini adalah Nasabah BCA Pondok Ungu Kota Bekasi yang memiliki minat menabung terhadap Bank BCA. Sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner disebarikan melalui *Google Form* sebanyak 92 responden. Analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda, dengan pengujian hipotesis uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam uji t parsial *Kualitas Produk* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, *Promosi* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung, dan *Lokasi strategis* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung. Adapun hasil uji f menunjukkan bahwa variabel *Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi Strategis* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank BCA pada nasabah Bank BCA Pondok Ungu Kota Bekasi.

**Kata Kunci:** *Kualitas Produk; Promosi; Lokasi Strategis; Keputusan Menabung*

### **PENDAHULUAN**

Bank konvensional saat ini memiliki pertumbuhan yang cukup pesat dibandingkan dengan Bank syariah, Bank di Indonesia masih mengandalkan kredit sebagai salah satu pemasukan utama dalam membiayai kehidupannya atau operasionalnya. Namun tidak semua kredit bebas dari resiko, Dari sebagian besar memiliki resiko yang cukup tinggi. Untuk itu, strategi promosi

haruslah sangat diperhatikan agar tidak merugikan bank itu sendiri. Maka dari itulah memilih Bank konvensional dipilih sebagai objek penelitian.

Implikasi yang banyak disarankan untuk menjadikan pemasaran berhasil adalah kenali nasabah anda, berilah apa yang mereka inginkan, gunakan media yang tepat, puaskan dengan Produk yang prima, tajamkan promosi. Untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi yang tepat kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku), apa yang mempengaruhi keputusan nasabah.

Premis tersebut perlu mendapat perhatian, sebab bila premis ini diabaikan, konsekuensinya perusahaan akan gagal. Implementasi strategi organisasi yang sukses pada umumnya tergantung pada kemampuan manajemen dalam mempromosikan suatu produk atau jasa, selain itu untuk menjangkau nasabah perusahaan harus menentukan lokasi yang strategis untuk menentukan perusahaan harus melakukan survei lokasi. Menyangkut proses perbankan yang bertujuan untuk memuaskan nasabahnya ada beberapa hal dalam bentuk kualitas yang harus diperhatikan yaitu kecepatan, ketepatan daya tanggap terhadap keluhan, kemudahan prosedur dalam transaksi, respon, jaminan, dan perhatian yang diberikan oleh perusahaan perbankan yang bertujuan memuaskan nasabah dengan kualitas yang baik. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor perbankan adalah berusaha mempertahankan kualitas produk dengan kualitas promosi tinggi untuk menarik nasabah.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Kualitas Produk**

(Rahmawati, 2022) adalah sebagai dongkat baik buruknya sesuatu. Kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan sehingga kualitas merupakan ukuran relative. Kualitas produk adalah produk yang memerlukan sangat sedikit perbaikan dan lebih tahan lama daripada produk-produk para pesaing

### **Promosi**

Promosi adalah merupakan sebuah mekanisme komunikasi pemasaran, pertukaran informasi antara pembeli dan penjual. Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan yang dilakukan dan membujuk konsumen sasaran agar membelinya.

### **Lokasi Strategis**

(Martowinangun., 2019) Sedangkan yang dimaksud dengan lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Penentuan lokasi cabang merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.

### **Keputusan Menabung**

(Amstrong,2001), keputusan Menabung adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan menabung.

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data data berupa angka sebagai alat untuk

menganalisis keterangan tentang apa yang ingin diketahui. Menurut (Jannah, 2016) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positifme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### **Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas (jumlah) dan karakteristik (ciri) tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2015:80) Populasi yang menjadi obyek penelitian ini adalah nasabah perorangan Bank BCA Pondok Ungu Bekasi

### **Sampel**

Dalam penelitian dari peneliti ini didapatkan populasi pengguna mesin ganti kartu Bank 120 Nasabah sedangkan persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan penarikan sampel e nya adalah 5% yaitu 0,05. Diketahui bahwa jumlah pengguna mesin ganti kartu berjumlah 120 orang. Sehingga jumlah sampel minimal yang memenuhi kriteria berdasarkan rumus tersebut sebanyak 100 orang (di bulatkan dari 92,31).

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di KCP BCA Pondok Ungu Bekasi, Jl Raya Sultan Agung, Kompleks Ruko Mall Harapan Blok A No 19-20, Medan Satria, Bekasi, Barat. Dan waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2024 – sampai dengan sekarang.

### **Sumber Data**

Berdasarkan sumbernya, data penelitian dapat dikelompokan dalam dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian Dalam hal ini penulis menggunakan data-data yang diperoleh dari observasi, wawancara dan kuesioner. Sedangkan Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data-data sekunder diperoleh dari dokumen KCP BCA Pondok Ungu Bekasi mengenai jumlah nasabah, produk dan lainnya serta buku-buku tentang kualitas produk, promosi, lokasi, dan keputusan menabung.

### **Metode Analisi dan Pengujian Hipotesis**

Metode analisis dalam penelitian dibantu dengan bantuan komputer melalui program SPSS versi 23 for windows. Pengolahan data dalam penelitian ini didukung dengan metode analisis data penelitian antara lain sebagai berikut :

#### **Uji Validitas**

(Salmaa, 2023) Uji validitas berkaitan dengan kualitas dari suatu instrumen penelitian. Instrumen yang berkualitas tidak lain adalah instrumen yang valid, yaitu yang dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.

#### **Uji Reliabilitas**

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas untuk menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari jawaban terhadap pernyataan dari waktu ke waktu. Kriteria pengujian reliabilitas menggunakan cronbach's alpha, yaitu jika *Cronbach's alpha* > 0,70, maka yang dihasilkan dalam pernyataan kuesioner dapat dinyatakan reliabel (Slamet & Wahyuningsih, 2022) berarti bila *Cronbach's alpha* < 0,70 tidak reliabel.

### **Uji Normalitas**

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi normal atau tidak. Menurut (Purnomo, 2016) metode uji normalitas yaitu dengan uji *One Sample Kolomogorov Smirnov*.

### **Uji Multikolinearitas**

Multikolinieritas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang koefisien korelasinya tinggi atau bahkan. Jika ada fungsi linear sempurna pada beberapa atau semua variabel independen, maka model regresi mungkin mengalami multikolinearitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. apabila nilai *VIF* < 10 dan *Tolerance* > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

### **Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas bertujuan untuk menemukan apakah persilangan varians dari satu observasi residual ke observasi residual lainnya terjadi dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun uji heteroskedastisitas yang digunakan adalah metode grafik yaitu melihat pola titik-titik pada grafik regresi

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Hanna et al., 1989). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi dan lokasi strategis terhadap keputusan nasabah menabung di bank BCA.

### **Uji T Parsial**

Uji t ini digunakan dalam analisis regresi untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen memiliki perbedaan yang signifikan secara statistik dari model regresi variabel dependen.

### **Uji f**

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah variabel yang independen satu sama lain berbeda secara signifikan dengan variabel yang dependen satu sama lain. (Darma, 2021) kriteria penilaian pada uji F sebagai berikut:

### **Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)**

(Ghozali, 2018)) menjelaskan bahwa *Adjusted R<sup>2</sup>* digunakan untuk mengetahui besarnya variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen sisanya yang tidak dapat dijelaskan merupakan bagian variasi dari variabel lain yang tidak termasuk didalam model. Hasil uji koefisien determinasi ditentukan oleh nilai *Adjusted R<sup>2</sup>*. Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* adalah 0 sampai 1. Jika nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* mendekati 1, artinya variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen dan sebaliknya jika nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* mendekati 0 artinya kemampuan variabel independen untuk memprediksi variabel dependen sangat terbatas.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan diatas terhadap Kualitas Produk, Promosi, Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank BCA Pondok Ungu Kota Bekasi, maka dapat dijelaskan mengenai pembahasannya yang akan diuraikan sebagai berikut:

### **Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Menabung (Y)**

Pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap keputusan nasabah (Y) Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk (X1) adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} (21,968) > t_{tabel} (1,661)$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X1) terhadap keputusan nasabah (Y). untuk memiliki minat menabung variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Artinya dapat dikatakan jika hipotesis kualitas produk terhadap keputusan menabung dapat diterima.

Manfaat yang diberikan oleh BCA sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh BCA dapat dirasakan oleh Nasabah Pondok ungu, kualitas produk yang ditawarkan BCA tersebut dinilai lebih baik dibandingkan Bank lain. Kualitas produk yang ditawarkan BCA dapat sesuai dengan kualitas fisik dan kualitas fungsional berdasarkan hasil dari pernyataan tersebut, maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang cukup kuat untuk mempengaruhi nasabah pondok ungu untuk memiliki minat menabung di Bank BCA Pondok Ungu.

### **Pengaruh Promosi (X2) terhadap Keputusan Menabung (Y)**

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel promosi (X2) adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} (17,213) > t_{tabel} (1,661)$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara variabel promosi (X2) terhadap keputusan nasabah (Y). Dari hasil tersebut dijelaskan bahwa promosi memiliki pengaruh pada keputusan menabung karena nilai yang positif dan hasil signifikan terhadap keputusan menabung maka dapat dikatakan jika hipotesis promosi terhadap keputusan menabung dapat diterima. Artinya promosi memiliki pengaruh yang dapat mempengaruhi nasabah terhadap keputusan menabung. BCA memiliki popularitas yang luas dan reputasi yang baik di kalangan nasabah Pondok Ungu sehingga meningkatkan kepercayaan nasabah.

Berdasarkan hasil dari pernyataan kuesioner di atas, maka dapat diketahui bahwa pandangan nasabah pondok ungu mengenai promosi BCA memiliki nilai dan pengaruh yang cukup baik untuk dapat mempengaruhi nasabah memiliki minat menabung di Bank BCA.

### **Pengaruh variabel lokasi strategis (X3) terhadap keputusan nasabah (Y)**

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel lokasi strategis (X3) adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} (54,282) > t_{tabel} (1,661)$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara variabel lokasi strategis (X3) terhadap keputusan nasabah (Y). untuk memiliki minat menabung karena variabel lokasi strategis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Artinya dapat dikatakan jika hipotesis lokasi strategis terhadap keputusan menabung dapat diterima.

Selain kualitas produk dan promosi, BCA juga melakukan strategi untuk menentukan lokasi yang tepat, sehingga memberikan kemudahan dan kenyamanan pada nasabah BCA.

### **Pengaruh Kualitas Produk (X1), Promosi (X2), dan Lokasi Strategis (X3) terhadap Keputusan Menabung(Y)**

Hasil regresi tersebut, ditemukan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh bersama antara X1, X2, dan X3 terhadap Y adalah 0,000. Selain itu, nilai  $f_{hitung}$  adalah 93,258 dan nilai  $f_{tabel}$  adalah 2,71 (didapatkan dari melihat tabel F dengan df penyebut = 88 dan df pembilang = 3). Karena nilai  $f_{hitung} (93,258) > nilai f_{tabel} (2,71)$  dan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh X1, X2, dan X3 secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat keputusan nasabah menggunakan layanan bank BCA.

Hasil uji  $R^2$  sebesar 0,753 atau 75,3%. Hal ini menunjukkan bahwa minat menabung dapat dijelaskan sebesar 75,3% oleh variabel independen yaitu Kualitas produk, Promosi dan Lokasi Strategis. Sedangkan 24,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan temuan dan pembahasan hasil penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank BCA Pondok Ungu Bekasi”, dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut pertama Kualitas Produk dalam penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh parsial dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank BCA Pondok Ungu Kota Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa BCA selalu memberikan kualitas yang terbaik sehingga mempengaruhi nasabah menabung nasabah. Kedua Promosi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh parsial dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank BCA Pondok Ungu Kota Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa Bank BCA melakukan promosi dengan baik sehingga membuat nasabah menabung di Bank BCA. Ketiga Lokasi Strategis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh parsial dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank BCA Pondok Ungu Kota Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa Bank BCA memberikan kemudahan dan kenyamanan terhadap nasabah.

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, pelajaran dan saran penelitian yang dapat diambil dari penelitian ini adalah pertama, Bagi perusahaan Bank BCA dapat lebih memberikan informasi mengenai Promosi produk yang ditawarkan pada sosial media atau iklan pada internet untuk meningkatkan minat nasabah menabung di Bank BCA. Kedua, Bagi perusahaan Bank BCA dapat membuat ulasan baik dari produk pada sosial media atau iklan pada internet untuk meningkatkan minat nasabah untuk menabung.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggreni, D. (2022). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kesehatan*. STIKes Majapahit Mojokerto.
- Asmara, A. W. (2023). *Pengaruh kualitas produk, promosi terhadap keputusan menabung produk ib hijrah rencana bank muamalat kcp ponorogo dengan citra merek sebagai variabel intervening*.
- Azka, M., Anshari, R., & Untari, D. T. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oil Seal AKF Pada CV Kartika Karya Bersama*. 2(1), 1124–1136.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2*. Guepedia.
- 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. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i1.478>
- Handayani, R. W. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan Bca Di Surabaya*. July, 1–23.
- Hanna, A. N., Mcdonald, J. S., Miller, C. H., & Couri, D. (1989). Pretreatment with paracetamol inhibits metabolism of enflurane in rats. *British Journal of Anaesthesia*, 62(4), 429–433. <https://doi.org/10.1093/bja/62.4.429>

- Jannah, B. P. dan L. Miftahul. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *PT Rajagrafindo Persada* (Vol. 3, Issue 2).
- Khoiriah. (2022). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Lolang, En. (2014).. *Jurnal Kip*, 3(3), 685–696.
- Lukman Hakim, A., Nur Faizah, E., Wahyuningsih, Y., & Megasyara, I. (2020). Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pada loyalitas pelayanan: Tinjauan Penelitian. *Management, and Business Research*, 3(2), 2022.
- Martowinangun, K., Sri Lestari, D. J., & Karyadi, K. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co Management*, 2(1), 139–152. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Pranata, H. (2017). *Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menabung nasabah mudharabah koperasi lkms meriani manaf sejahtera syariah*.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistika Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. UNMUH Ponorogo Press.
- Rahmawati, I., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan the Koffee Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan the Koffee Jakarta*, 25(1), 6.
- Rudi, Susilana. (2015). *Modul 6 Populasi Dan Sampel 6 Populasi Dan Sampel 6 Populasi Dan Sampel*. 1–241.
- Salmaa. (2023). Instrumen penelitian. In *Deepublish*.
- Sandu Siyoto, & Sodik, M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes M. Ali Sodik, M.A. 1. *Dasar Metodologi Penelitian*, 1–109.
- Santina, R. O., Hayati, F., & Oktariana, R. (2021). Analisis Peran Orangtua Dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa ...*, 2(1), 1–13.
- Setyawan, D. A. (2021). Hipotesis Dan Variabel Penelitian. In *Tahta Media Group*.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Sugiyono, 2014. (2016). Pembelajaran Kooperatif Tipe Think Pair Share Untuk Meningkatkan Keterampilan Menyimak Dalam Mata Pelajaran Bahasa Indonesia Pada Anak Tunarungu Kelas VI Di Slb Negeri Cicendo Bandung. *Dk*, 53(9), 1689–1699.
- Tyas. (2012). *845-1597-1-Sm*. 3, 277–297.
- Vionalita, G. (2019). Kerangka Konsep dan Definisi Operasional. *Journal*, 1, 8–12.
- Walangitan, O. (2017). Herid Apner Afilii J.A.F. Kalangi, Olivia Walangitan. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 1 No 3*, 40.
- Wasiah, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan IB Siaga Pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo. *OECONOMICUS Journal of Economics*, II(1), 1–115.