

***Students Perceptions of Service Quality and Promotion of Interest in  
Using Wadiah Contract in Islamic Banks***

**By Ellisa Nur Amelia**

***Abstract***

*Users of wadiah savings accounts are more desirable in Islamic banks, this can be seen from the high number of wadiah savings accounts in the financing data and third party funds of Islamic commercial banks in Islamic Banking Statistics 2020. The increase in users of wadiah savings accounts occupies 1.2%, which is superior compared to mudharabah contract savings. This study aims to determine student perceptions of service quality and promotion of interest in using wadiah contracts in Islamic banks. This analysis uses independent variables, namely service quality and promotion. The dependent variable is interest. The sample of this research is students who have savings at Bank Syariah Mandiri, Bank Negara Indonesia Syariah and Bank Rakyat Indonesia Syariah. Data was collected by using a questionnaire distributed directly as many as 100 questionnaires. The method used in this study is multiple linear regression analysis, with hypothesis testing t test and f test. The results of this study indicate that service quality has a significant positive effect on interest, while promotion has a positive but not significant effect on interest. For service quality and promotion together have a significant positive effect on interest. The results of this study in the future contribute to the increase in Islamic bank customers through the use of wadiah contracts with good service quality and good promotions created.*

***Keywords:*** *promotion, service quality, student perception, wadiah contract.*

# **Persepsi Mahasiswa atas Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Akad *Wadiah* di Bank Syariah**

**Oleh Ellisa Nur Amelia**

## **Abstrak**

Pengguna tabungan akad *wadiah* lebih diminati di bank syariah, hal ini dilihat dari tingginya jumlah rekening tabungan akad *wadiah* pada data pembiayaan dan dana pihak ketiga bank umum syariah dalam Statistik Perbankan Syariah 2020. Peningkatan pengguna tabungan akad *wadiah* menduduki 1,2% lebih unggul dibandingkan dengan tabungan akad *mudharabah*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa atas kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat menggunakan akad *wadiah* di bank syariah. Analisis ini menggunakan variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan promosi. Variabel dependennya adalah minat. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa yang memiliki tabungan di Bank Syariah Mandiri, Bank Negara Indonesia Syariah dan Bank Rakyat Indonesia Syariah. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner disebarkan langsung sebanyak 100 kuesioner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda, dengan pengujian hipotesis uji t dan uji f. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap minat, sedangkan promosi memiliki pengaruh positif namun secara tidak signifikan terhadap minat. Untuk kualitas pelayanan dan promosi secara bersama memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap minat. Hasil penelitian ini dikemudian hari memberikan kontribusi pada peningkatan nasabah bank syariah melalui penggunaan akad *wadiah* dengan baiknya kualitas pelayanan yang dimiliki serta baiknya promosi yang diciptakan.

**Kata Kunci** : akad *wadiah*, kualitas pelayanan, persepsi mahasiswa, promosi.