# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH NON MUSLIM MENJADI NASABAH DI KANTOR CABANG BCA SYARIAH YOGYAKARTA

***Factors Affecting Non-Muslim Customers as a Customer In BCA Syariah Bank, Branch Yogyakarta***

Skripsi
Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari
Program Studi Ekonomi Islam

Oleh:
ANGGI FADHILAH
14423214

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**
**FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM**
**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**
**YOGYAKARTA**
**2018**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

| | |
|---|---|
| Nama | : Anggi Fadhilah |
| Nim | : 14423214 |
| Program Studi | : Ekonomi Islam |
| Fakultas | : Ilmu Agama Islam |
| Judul Skripsi | : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Kantor Cabang BCA Syariah Yogyakarta |

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarakan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 24 Mei 2018

METERAI TEMPEL
5FBE0AFF067830301
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Anggi Fadhilah

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
**FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM**
Gd. K.H.A. Wahid Hasyim Kampus Terpadu UII, Jl. Kaliurang KM. 14,5 Yogyakarta
Telp. (0274) 898462, Fax. 898463, E-Mail:fiai@uii.ac.id

# PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

| | | |
|---|---|---|
| Hari | : | Kamis |
| Tanggal | : | 7 Juni 2018 |
| Judul Skripsi | : | Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim menjadi Nasabah di Kantor Cabang BCA Syariah Yogyakarta |
| Disusun oleh | : | ANGGI FADHILAH |
| Nomor Mahasiswa | : | 14423214 |

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

**TIM PENGUJI:**

| | | | |
|---|---|---|---|
| Ketua | : | Dr. Rahmani Timorita Y., M.Ag | (.....) |
| Penguji I | : | Junaidi Safitri, SEI, MEI | (.....) |
| Penguji II | : | Fajar Fandi Atmaja, Lc., M.S.I. | (.....) |
| Pembimbing | : | H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec. | (.....) |

Yogyakarta, 7 Juni 2018
Dekan,

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

**Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA**

## REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

| | |
|---|---|
| Nama | : Anggi Fadhilah |
| Nim | : 14423214 |
| Program Studi | : Ekonomi Islam |
| Fakultas | : Ilmu Agama Islam |
| Judul Skripsi | : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Kantor Cabang BCA Syariah Yogyakarta |

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Unversitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 24 Mei 2018

H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh. Ec.

**NOTA DINAS**

**Hal** : **Skripsi**

**Kepada** : Yth. **Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam**

Universitas Islam Indonesia

di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 241/Dek/60/DAS/FIAI/I/2018 tanggal 19 Januari 2018 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

| | |
|---|---|
| Nama | : Anggi Fadhilah |
| Nomor/Pokok NIMKO | : 14423214 |
| Program Studi/Konsentrasi | : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah |
| Tahun Akademik | : 2017/2018 |
| Judul Skripsi | : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Kantor Cabang BCA Syariah Yogyakarta |

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, sudah dapat diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana. Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut diatas dimunaqasahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Dosen Pembimbing

H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh. Ec.

## Halaman Persembahan

*Dengan mengucap Alhamdulillah,, puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan karuniaNya yang telah memberikanku kekuatan, dan juga kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini. Dan shalawat serta salam selalu dicurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.*

*Dengan segala kerendahan hati ku persembahkan karya sederhanaku ini untuk orang-orang tercinta sepanjang hidupku.*

*Yang tercinta Ayah dan Ibu, Bapak Solekh dan Ibu Kuntariyah. Pahlawan dari guru kehidupan yang jasanya tak kan pernah mampu untuk ku balas. Terima kasih atas doanya yang selalu terlantun ikhlas sehingga terlalu sering berbagai keajaiban ku dapatkan dalam kehidupan ini. Adikku tersayang Muhammad Hasbi Majid yang selalu memberi semangat kepadaku, seluruh keluarga tersayang yang senantiasa mendukung setiap langkahku.*

*Sahabat dan teman-teman seperjuangan*

*Para pendidik dan dosen tercinta*

*Almamater Universitas Islam Indonesia*

# Motto

**"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan"**

**(QS. Ali Imran: 130)**

# ABSTRAK

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH NON MUSLIM MENJADI NASABAH DI KANTOR CABANG BCA SYARIAH YOGYAKARTA

**Oleh**
**Anggi Fadhilah**
**(14423214)**

Industri perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang signifikan meskipun pangsa pasarnya masih kecil, yaitu sekitar 4,9%. Bank syariah adalah sebuah lembaga intermediasi berdasarkan prinsip syariah yang melayani baik muslim dan non muslim. Bank Syariah di Yogyakarta salah satunya adalah BCA Syariah. BCA Syariah merupakan suatu unit usaha dari bank BCA Syariah Konvensional, yang menganut *Dual Banking System* dimana kegiatan operasonalnya dilandaskan pada pembagian keuntungan dan kerugian *(Profit and Loss Sharing).* Semakin berkembangnya zaman nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta tidak hanya terdiri dari nasabah muslim saja, non muslim pun banyak yang berkontribusi menjadi nasabah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor lokasi, pelayanan, reputasi, *pofit and loss sharing* (bagi hasil), dan promosi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta baik secara parsial maupun simultan, dan untuk mengetahui faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta diantara ke lima faktor. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 responden. Teknik pengampilan sampel dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan cara *Purposive Sampling.* Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, sumber data yaitu data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dan uji hipotesis (uji t dan uji F), pengolahan datanya menggunakan SPSS 25,0 *for windows.* Dari hasil penelitian data didapatkan model regresi linier berganda yaitu Y = 0,275 + ( -0,066)X1 + 0,132X2 + 0.078X3 + (-0.026)X4 + 0.351X5 + e. Uji parsial (t) menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh positif dan signifikan. Dari uji simultan (F) sebesar 7,358 yang mengandung arti bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dari koefisien determinasi diketahui bahwa 44,9% variabel minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta dapat dijelaskan oleh faktor lokasi, pelayanan, reputasi, *profit and Loss sharing* (bagi hasil), dan promosi sedangkan sisanya 55,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang dalam hal ini tidak menjadi bahan penelitian. Dari model regresi tersebut dapat diketahui bahwa promosi (X5) merupakan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta.

**Kata Kunci :** Lokasi, Pelayanan, Reputasi, *Profit and Loss Sharing* (bagi hasil), Promosi dan Minat.

# ABSTRACT

## FACTORS AFFECTING NON-MUSLIM CUSTOMERS AS A CUSTOMER IN BCA SHARIA BANK, BRANCH YOGYAKARTA

**By:**
**Anggi Fadhilah**
**(14423214)**

Indonesia's Islamic banking industry is experiencing significant growth and development although its market share is still small, amounting to about 4.9%. Islamic Bank is an institution of intermediation based on sharia principles serving both Muslims and non-Muslims. Islamic banks in Yogyakarta, one of these is BCA Sharia. BCA Sharia is a business unit of Conventional Islamic bank BCA, which embraced a Dual Banking System which is based on operasonalnya activities in the Division of profits and losses (Profit and Loss Sharing). Growing period the customer in BCA Sharia Bank Branch Yogyakarta not only consists of muslim clients, much of the non-Muslims who contributed to become a customer. The purpose of this research is to know the influence of factors of the location, service, reputation, pofit and loss sharing (for results), and the promotion of customer interests against non-Muslims became a customer at BCA Sharia Bank Branch Yogyakarta either partially or simultaneous, and to find out the most dominant factor effect on the customer's interest in the non muslim become client in BCA Sharia Bank BranchYogyakarta between the BCA to five factors. The sample used in this study as many as 40 of the respondents. Pengampilan engineering samples by using a technique of Non Probability Sampling by means of Purposive Sampling. This type of research is the research field, the data source that is primary data. Engineering data collection using the questionnaire. Methods of data analysis using multiple linear regression and hypothesis test (t-test and F-test), processing the data using SPSS 25.0 for windows. From the results of the research data obtained by linear regression model of multiple IE Y = 0.275 + (-0,066) X 1 + 0, 132X2 + 0.078 X 3 + (-0.026) X 4 + (0.351) X 5 + e. Partial Test (t) indicates that each independent variable is positive and significant effect. Simultaneous assay of (F) of 7.358 containing the sense that there is a positive influence between independent variables the dependent variables against. It is known that the determination of the coefficient of 44.9% variable interest customer non muslim become client of BCA Sharia Bank Branch Yogyakarta can be explained by factors of location, service, reputation, profit and Loss sharing (for results), and promotions while remaining 55.1% affected by other factors in this case are not the subject of the research. From the regression models can be known that promotion (X 5) is the most dominant factors that influence customer interest in non muslim become client of BCA Sharia Bank Branch Yogyakarta.


**Keywords:** Location, Service, Reputation, Profit and Loss Sharing, Promotion and Interest.

**KEPUTUSAN BERSAMA**

**MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

**TRANSLITERASI ARAB-LATIN**

**Pendahuluan**

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984.Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di-pergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang meru-pakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selan-jutnmya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab- Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tangal 10 Maret 1986 pada semi nar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasamya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pemah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

**Pengertian Transliterasi**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

**Prinsip Pembakuan**

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun de ngan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar "satu fonem satu lambang".
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

**Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin**

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

**1. Konsonan**

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda,

dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

| **Huruf Arab** | **Nama** | **Huruf latin** | **Nama** |
|---|---|---|---|
| ا | Alif | tidak dilambangkan | tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | Ṡa | ṡ | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ḥa | ḥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | Żal | Ż | zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | es dan ye |
| ص | Ṣad | ṣ | es (dengan titik di bawah) |
| ض | Ḍad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | Ṭa | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | Ẓa | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | ‘ain | ‘ | koma terbalik (di atas) |

| | | | |
|---|---|---|---|
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | Fa | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Ki |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Wau | W | We |
| هـ | Ha | H | Ha |
| ء | Hamzah | ' | Apostrof |
| ى | Ya | Y | Ye |

**2. Vokal**

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

| **Tanda** | **Nama** | **Huruf Latin** | **Nama** |
|---|---|---|---|
| ـَ | Fathah | A | A |
| ـِ | Kasrah | I | I |
| ـُ | Dhammah | U | U |

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan. huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

| **Tanda** | **Nama** | **Huruf Latin** | **Nama** |
|---|---|---|---|
| يْ َ... | fathah dan ya | Ai | a dan i |
| وْ َ... | fathah dan wau | Au | a dan u |

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

ذُكِرَ - żukira

يَذْهَبُ - yażhabu

سُئِلَ - su'ila

كَيْفَ - kaifa

هَوْلَ - haula

**3. Maddah**

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| **Harkat dan Huruf** | **Nama** | **Huruf dan Tanda** | **Nama** |
|---|---|---|---|
| ا...ىَ ... | fathah dan alif atau ya | A | a dan garis di atas |
| ى...ِ | kasrah dan ya | I | i dan garis di atas |
| و...ُ | Hammah dan wau | U | u dan garis di atas |

Contoh:

قَالَ - qāla قِيْلَ - qīla

رَمىَ - ramā  يقَولُ - yaqūlu

**4. Ta’ Marbutah**

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta’marbutah hidup

Ta’marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah ‘t’.

b. Ta’marbutah mati

Ta’marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah ‘h’.

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbu"ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةَ الأ طْفاَلُ - raudah al-atfãl
- raudatul atfãl

المَدِيْنةَ المُنوَّ رَةٌ - al-Madĭnah al-Munawwarah
- al-Madĭnatul-Munawwarah

طَلْحَةٌ - talhah

**5. Syaddah (Tasydid)**

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا – rabbanā  الحَجّ - al-hajj

نَزَّلَ – nazzala البرِ - al-birr

**6. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik dikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرجُلُ - ar-rajulu القلَمُ - al-qalamu

السيّ دُ - as-sayyidu البدِ يْعُ - al-badĭ'u

الشمْسُ - as-syamsu الجَلاَلُ - al-jalālu

**7. Hamzah**

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, is dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

| | |
|---|---|
| تأَخُذُوْنَ - ta'khużūna | إ ّ نِ - inna |
| النَّ وْءُ - an-nau' | أمِرْتُ - umirtu |
| شَيْئٌ - syai'un | أكَلَ - akala |

**8. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata ter-tentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh:

| | |
|---|---|
| وَإِنَّ اللهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ | Wa innallāha lahuwa khair arrāziqĭn<br>Wa innallāha lahuwa khairrāziqĭn |
| وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيْزَانَ | Wa auf al-kaila wa-almĭzān<br>Wa auf al-kaila wal mĭzān |
| إِبرَاهِيْمُ الْخَلِيلِ | Ibrāhĭm al-Khalĭl<br>Ibrāhĭmul-Khalĭl |
| بسِمِ اللهِ مَجْرَاهاَ وَمُرْسَاها | Bismillāhi majrehā wa mursahā |
| وَللهِ عَلىَ النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ | Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti manistatā’a ilaihi sabĭla<br>Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistatā’a ilaihi sabĭlā |

**9. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

| | |
|---|---|
| وَمَا مُحَمَّدٌ إِلاَّ رَسُوْلٌ | Wa mā Muhammadun illā rasl |
| إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِى بِبَكَّةَ مُبَارَكاً | Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallażĭ bibakkata mubārakan |
| شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِى أُنْزِلَ فِيْهِ الْقُرْاٰنُ | Syahru Ramadān al-lażĭ unzila fĭh al-Qur'ānu<br>Syahru Ramadān al-lażĭ unzila fĭhil Qur'ānu |
| وَلَقَدْ رَاٰهُ بِالأُفُقِ الْمُبِيْنِ | Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubĭn<br>Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubĭn |
| اَلْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنِ | Alhamdu lillāhi rabbil al-'ālamĭn<br>Alhamdu lillāhi rabbilil 'ālamĭn |

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan

itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau har-kat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

| | |
|---|---|
| نَصْرٌ مِّنَ اللهِ وَفَتْحٌ قَرِيْبٌ | Nasrun minallāhi wa fathun qarĭb |
| للهِ الأَمْرُ جَمِيْعاً | Lillāhi al-amru jamĭ'an<br>Lillāhil-amru jamĭ'an |
| وَاللهَ بِكُلِّ شَيْئٍ عَلِيْمٌ | Wallāha bikulli syai'in 'alĭm |

**10. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

Assalamualaikum Wr.Wb.

اَلْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِيْ كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيْرًا بَصِيْرًا، تَبَارَكَ الَّذِيْ جَعَلَ فِي السَّمَاءِ بُرُوْجًا وَجَعَلَ فِيْهَا سِرَاجًا وَقَمَرًا مُنِيْرًا. أَشْهَدُ اَنْ لاَ إِلَهَ إِلاَّ اللهُ وأَشْهَدُ اَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وُرَسُولُهُ الَّذِيْ بَعَثَهُ بِالْحَقِّ بَشِيْرًا وَنَذِيْرًا، وَدَاعِيَا إِلَى الْحَقِّ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيْرًا. اَللَّهُمَّ صَلِّ عَلَيْهِ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَسَلِّمْ تَسْلِيْمًا كَثِيْرًا. أَمَّا بَعْدُ

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya, dan memberikan kemudahan kepada penyusun dalam menyelesaikan tanggung jawab dan amanah ini. Sholat serta salam penyusun haturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, yang diutus dengan kebenaran, sebagai pembawa kabar gembira dan pemberi peringatan dan sebagai cahaya penerang bagi umatnya.

Sebagai sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia, maka penyusun menyusun skripsi dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Kantor Cabang BCA Syariah Yogyakarta”

Penyusun menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan, pengalaman dan pengetahuan dari penyusun. Dalam penyelesaian skripsi ini penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penyusun sepantasnya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., PhD. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA., selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Rahmani Timorita Yulianti, M. Ag, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam FIAI Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh. Ec. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah berkenan membimbing penyusun dalam penyelesaian penyusunan ini.
5. Segenap Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah memberikan ilmu kepada penyusun serta membantu dan mempermudah penyusun mengurus administrasi baik dalam penyusunan skripsi maupun selama proses perkuliahan
6. Staff akademik Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah membantu penyusun dalam pembuatan surat-surat terkait penyusunan skripsi sehingga penyusunan skripsi dapat diselesaikan dengan lancar.
7. Kedua orangtua saya, Bapak Solekh dan Ibu Kuntariyah, yang telah banyak memberikan dorongan semangat dan dukungan penuh hingga selesai penyusunan ini.
8. Adikku tersayang Muhammad Hasbi Majid yang selalu menghibur.
9. Sahabatku tersayang dari SMP Reza Regina Amandasari, Wagyu Paramita, Erly Mardhiana, Mufidatun Nur, Ina Listiani yang hingga saat ini yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan penyusunan ini, aku yakin penyusunan ini selesai adalah bagian dari doa kalian.
10. Sahabatku Novira Listianingrum, Rosydatun Robikhah, Nisa Paramitha, Nur Vita Apriliani, Diannita Oktaviana Dewi, Diah Ayu Lestari dari masa putih abu-abu SMA Negeri 2 Rembang yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan penyusunan ini.
11. Sahabat yang membanggakan Rinawati, Diana Wisra, Evyanti Safitri, Milatin Nisa’, Ropikoh Nur Soleh H, Alifia Firyal Farhana Zuliyant, Elisa Cahyaningtyas, Ni’ma Khoirunnisa, Khulud Sa’adah terimakasih banyak

selalu mendengar keluh-kesahku, menemaniku di jogja dari awal semester satu sampai sekarang, sehingga membuat jogja semakin istimewa.

12. Seluruh teman-teman Ekonomi Islam angkatan 2014, Ekis D 2014 yang telah bersama-sama menimba ilmu dan pengalaman di kampus UII tercinta.
13. Teman-teman KKN UNIT 13 Tara, Farah, Dila, Anggun, Arif, Satria, Andi, Rohman terimakasih sudah menjadi bagian dari semangatku.
14. Mas Jumali, S.Pd., M.Pd. yang sabar membimbing saya dalam mengerjakan skripsi hingga selesai.
15. Pimpinan KC BCA Syariah Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan penyusun untuk melakukan penyusunan di KC BCA Syariah Yogyakarta dan karyawan/i yang telah bersedia menjadi narasumber penyusun.
16. Pihak-pihak yang membantu dalam penyusunan penyusunan yang tidak dapat penyusun sebutkan satu per satu.

Terimakasih banyak untuk semuanya.Semoga segala bentuk dukungan yang diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Sewajarnya manusia yang jauh dari kesempurnaan, penyusun menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan yang akan datang. Semoga apa yang sudah penyusun berikan dapat menjadi manfaat untuk berbagai pihak. Amiin.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, 24 Mei 2018

Penyusun

Anggi Fadhilah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ..... ii
HALAMAN PENGESAHAN ..... iii
REKOMENDASI PEMBIMBING ..... iv
NOTA DINAS .....v
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... vi
HALAMAN MOTTO ..... vii
ABSTRAK ..... viii
*ABSTRACT* ..... ix
PEDOMAN TRANSLITERASI .....x
KATA PENGANTAR ..... xxi
DAFTAR ISI ..... xxiv
DAFTAR TABEL ..... xxvii
DAFTAR GAMBAR ..... xxviii
BAB 1 PENDAHULUAN .....1
A. Latar Belakang .....1
B. Rumusan Masalah .....6
C. Tujuan Penelitian .....6
D. Manfaat Penelitian .....7
E. Sistematika Penulisan .....7

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI .....9
A. Telaah Pustaka .....9
B. Landasan Teori .....15
1. Bank Syariah .....15
a. Pengertian Bank Syariah .....15
b. Tujuan Bank Syariah .....16
c. Karakteristik Bank Syariah .....17
d. Perbedaan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional .....17

e. Teori Bunga dan Riba .....19
f. Landasan Tentang Perbankan Syariah .....20
2. Minat .....22
a. Pengertian Minat .....22
b. Macam-Macam Minat .....23
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat .....23
3. Perilaku Konsumen .....23
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi nasabah Bank Syariah .....25
a. Lokasi .....25
b. Pelayanan .....26
c. Reputasi .....27
d. *Profit and Loss Sharing* (Bagi Hasil) .....28
e. Promosi .....29
C. Hipotesis .....30
D. Kerangka Teori .....31

BAB III METODE PENELITIAN .....32
A. Desain Penelitian .....32
B. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian .....32
C. Obyek Penelitian .....32
D. Populasi dan Sampel .....33
E. Sumber Data .....34
F. Teknik Pengumpulan Data .....34
G.Definisi Operasional Variabel .....35
H. Instrumen Penelitian .....35
I. Teknik Analisis Data .....36
1. Uji Validitas .....36
2. Uji Reliabilitas .....37
J. Uji Hipotesis .....37
1. Regresi Linier Berganda .....37

2. Uji Parsial (t) .....37
3. Uji Simultan (F) .....38
4. Koefisien Determinasi ($R^2$) .....39

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....40
A. Gambaran Objek Penelitian .....40
B. Analisis Deskriptif Statistik .....43
1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....43
2. Jumlah Responden Berdasarkan Umur .....44
3. Jumlah Responden Berdasarkan Agama .....45
4. Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....45
5. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi .....46
C. Uji Instrumen .....47
1. Uji Validitas .....47
2. Uji Reliabilitas .....48
D. Uji Hipotesis .....49
1. Regresi Linier Berganda .....49
2. Uji Parsial (t) .....51
3.Uji Simultan (Uji F) .....55
4. Uji Koefisien Determinasi ($R^2$) .....56
5. Variabel Paling Dominan .....57
E. Pembahasan .....58
1. Pengaruh Variabel Lokasi, Pelayanan, Reputasi, *Profit and Loss Sharing* (Bagi Hasil), dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta.....59
2. Variabel Yang Paling Dominan Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta .....64

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....65
A. Kesimpulan .....65
B. Saran .....66

DAFTAR PUSTAKA .....67
LAMPIRAN

# DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Statistik Perbankan Syariah .....3
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu .....13
Tabel 2.2 Perbandingan antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional .....18
Tabel 2.3 Perbedaan Bunga dengan Bagi Hasil .....29
Tabel 2.4 Kerangka Teori .....31
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas .....47
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....48
Tabel 4.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....49
Tabel 4.4 Hasil Uji Parsial (t) .....52
Tabel 4.5 Hasil Uji Simultan (F) .....55
Tabel 4.6 Interpretasi Koefisien Korelasi .....57
Tabel 4.7 Hasil Uji Determinasi ($R^2$) .....57
Tabel 4.8 Hasil Uji Variabel Dominan .....58

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Jumlah Respoonden Sesuai Jenis Kelamin .....44
Gambar 4.2 Jumlah Responden Sesuai Umur .....44
Gambar 4.3 Jumlah Responden Sesuai Agama .....45
Gambar 4.4 Jumlah Responden Sesuai Pendidikan Terakhir .....46
Gambar 4.5 Jumlah Responden Sesua Pekerjaan/Profesi .....46

# BAB I
# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Lahirnya perbankan Syariah di Indonesia dengan beroperasinya Bank Indonesia pada tahun 1992 M yang mempunyai bentuk operasionalisasi jauh berbeda dengan perbankan konvensional diharapkan akan memenuhi kebutuhan yang sangat urgent bagi umat Islam di Indonesia dalam menggunakan jasa perbankan secara syariah. Perbedaan yang mendasar antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional adalah adanya larangan riba (bunga). Karena riba dalam Al-Qur'an dipersamakan dengan bunga yang hukumnya Haram. Keharaman mengacu pada ayat Al-Qur'an Surat Al-Baqarah : 278-279. Kultur yang dibangun perbankan syariah adalah membangun sistem bagi hasil *(profit and loss sharing)* yang menjadi prinsip dasar operasional perbankan syariah. (Yupitri & Sari, 2012)

Praktik perbankan syariah di Indonesia secara perlahan menunjukkan perkembangan yang signifikan. Hal ini ditandai dengan adanya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan dimana membolehkan bank-bank konvensional untuk membuka Unit Usaha Syariah (UUS) atau cabang syariah yang biasanya disebut dengan *dual banking system* dan kini Undang- Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, dimana perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. (Fauzan, 2016)

Peluang tersebut ternyata disambut antusias oleh masyarakat perbankan. Sejumlah bank mulai memberikan pelatihan dalam bidang perbankan syariah bagi para stafnya. Sebagian bank tersebut ingin menjajaki untuk membuka divisi atau cabang syariah dalam institusinya. Sebagian lainnya bahkan berencana mengkonversi diri sepenuhnya menjadi bank syariah. Hal demikian diantisipasi

oleh Bank Indonesia dengan mengadakan “Pelatihan Perbankan Syariah” bagi para pejabat Bank Indonesia dari segenap bagian, terutama aparat yang berkaitan langsung seperti DPNP (Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan), kredit, pengawasan, akuntansi, riset, dan moneter. (Antonio, 2001)

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia pasca reformasi adalah diperkenankannya konversi cabang bank umum konvensional menjadi cabang syariah. Misalnya : BCA Syariah, Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, BRI Syariah, Danamon Syariah dan masih banyak lagi bank syariah yang ada di Indonesia. (Yupitri & Sari, 2012)

Bank syariah merupakan bank yang melaksanakan segala usaha dan aktifitasnya bedasarkan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariat islam. Oleh karena itu dalam menjalankan semua kegiatan perbankan agar tidak ada yang keluar dari prinsip syariah Islam maka diperlukan suatu dewan yang bertugas untuk mengawasi jalannya praktek perbankan syariah supaya nantinya akan benar-benar dijalanka sesuai dengan koridor syariat Islam. Dewan tersebut adalah Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang berada dibawah naungan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Inilah salah satu hal yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional.

Indonesia adalah negara yang sebagian besar berpenduduk muslim. Mayoritas penduduknya beragama Islam dengan jumlah penduduk islam sebanyak 87,62%, Kristen 6,99%, Katholik 2,92%, Hindu 1,70%, Budha 0,72% dan Khong Hu Chu 0,05%. Menjadikan Indonesia sebagai pasar yang berpotensial dalam pengembangan keuangan syariah. Salah satu yang saat ini sudah mulai berkembang dengan pesat yaitu adanya bank-bank yang kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip syariah. Institusi perbankan syariah ini mulai merata dan menampakkan jati dirinya ditengahtengah banyaknyabank-bank konvensional yang ada.

Dalam beberapa tahun terakhir, perbankan syariah menunjukkan trend peningkatan yang positif. Ini terlihat dari pertumbuhan bank syariah dari data Bank Indonesia (statistik perbankan syariah, 2018) menunjukkan bahwa pada tahun 2015 berdiri 12 Bank Umum Syariah (BUS) total aset

213.423.000.000.000, 22 Unit Usaha Syariah (UUS) total aset 82.839.000.000.000, 163 BPRS. Tahun 2016 berdiri 13 Bank Umum Syariah (BUS) total aset 254.184.000.000.000, 21 Unit Usaha Syariah (UUS) total aset 102.320.000.000.000, 166 BPRS. Tahun 2017 berdiri 13 Bank Umum Syariah (BUS) total aset 288.027.000.000.000, 21 Unit Usaha Syariah (UUS) total aset 136.154.000.000.000, 167 BPRS. Dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

**Statistik Perbankan Syariah**

| **Perkembangan Perbankan Syariah - SPS 2016** *(Sharia Banking Network)* | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Indikator** | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** |
| | | | | **Jan** |
| **Bank Umum Syariah** | | | | |
| - Total Aset | 213.423 | 254.184 | 288.027 | 285.397 |
| - Jumlah Bank | 12 | 13 | 13 | 13 |
| - Jumlah Kantor | 1.990 | 1.869 | 1.825 | 1.824 |
| **Unit Usaha Syariah** | | | | |
| - Total Aset | 82.839 | 102.320 | 136.154 | 128.789 |
| - Jumlah Bank Umum yang memiliki UUS | 22 | 21 | 21 | 21 |
| - Jumlah Kantor UUS | 311 | 332 | 344 | 346 |
| **Bank Pembiayaan Rakyat Syariah** | | | | |
| - Jumlah Bank | 163 | 166 | 167 | 167 |
| - Jumlah Kantor | 446 | 453 | 441 | 446 |

Keterangan : Miliar Rupiah *(in Billion IDR)*

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Tahun 2018

Perkembangan perbankan syariah yang pesat ini tidak semata-mata karena dukungan regulasi pemerintah saja akan tetapi didukung oleh kualitas serta pelayanan perbankan syariah yang semakin membaik. Pelayanan, kualitas, variasi produk, minimalisasi resiko yang memberikan keuntungan pada nasabah serta profesionalisme pengelola perbankan syariah yang semakin mengalami perbaikan kini membuat perbankan syariah perlahan bisa bersaing dengan perbankan konvensional secara profesional. Perbankan syariah terbukti lebih bisa memberi

keuntungan kepada nasabah karena dalam operasionalnya lebih hati-hati tidak mengandalkan spekulasi yang justru bisa mendatangkan resiko fatal bagi nasabah. Prinsip syariah yang terbukti lebih menguntungkan tersebut diakui oleh seorang non muslim.

Pengelolaan perbankan syariah yang berlandaskan prinsip syariah Islam terbukti bisa lebih adil dan memberikan keuntungan bagi nasabah. Hal ini karena perbankan syariah dalam operasionalnya tidak menggunakan prinsip bunga tetapi menggunakan prinsip bagi hasil. Dengan prinsip bagi hasil maka perbankan syariah berpijak pada sektor riil dan hal ini mengakibatkan bank syariah lebih tahan terhadap dampak krisis. Ketika bank syariah lebih tahan terhadap dampak krisis maka dana funding dari nasabah akan tetap terjaga keamanannya. Hal ini berbeda dengan bank konvensional yang operasionalnya menggunakan prinsip bunga. Bank konvensional dengan menerapkan prinsip bunga akan lebih rentan terhadap efek krisis. Saat krisis berlangsung maka fenomena yang banyak terjadi adalah tingkat suku bunga akan naik sehingga hal ini menyebabkan para nasabah bank konvensional yang meminjam uang akan kesulitan mengembalikan uang yang dipinjamnya tersebut karena beban bunga semakin tinggi berlipat-lipat. Hal ini menyebabkan banyak kredit macet sehingga dana funding dari nasabah yang diputar untuk kredit tidak bisa kembali dihimpun oleh pihak bank.

Perbankan syariah yang tidak menggunakan prinsip bunga tetapi menggunakan pinsip bagi hasil dalam operasionalnya juga lebih bersahabat pada pemodal kecil. Para pemodal kecil jika akan melakukan pembiayaan pada bank syariah maka mereka tidak akan dibayang-bayangi oleh tingginya bunga yang harus mereka bayarkan kepada pihak bank. (Wardana & Arya, 2009)

Perbankan syariah sebagai alternatif dari sistem perbankan konvensional yang diharapkan dapat menggerakkan sektor riil *(moneter based economy)*, karena itu perbankan syariah memerlukan pengaturan khusus. Aturan tersebut harus dapat menampung berbagai kepentingan tidak saja umat Islam, tetapi juga non Muslim karena perbankan syariah bersifat universal. Seperti layaknya sebuah produk barang, perbankan syariah mulai diminati oleh semua kalangan konsumen (baik Muslim maupun non Muslim) di Indonesia. Konsumen mempunyai alasan-

alasan tertentu atau faktor-faktor yang mempengaruhi mereka untuk mengambil keputusan dalam menetapkan pilihan pada bank syariah. (Yupitri & Sari, 2012)

Pelarangan riba ternyata tidak hanya terdapat dalam Islam, melainkan jauh sebelum Islam ada. Di India Kuno, hukum yang berdasarkan Weda, kitab suci tertua agama Hindu, mengutuk riba sebagai sebuah dosa besar dan melarang operasi bunga. Dalam agama Kristen, pelarangan atau restriksi keras atas riba berlaku selama lebih dari 1400 tahun. Secara umum, semua kontrol ini menunjukkan bahwa penarikan bunga apapun dilarang. (Alguad & Lewis, 2003)

Semakin berkembangnya zaman bank syariah tidak hanya memiliki nasabah dari kalangan umat muslim tetapi juga masyarakat non muslim yang mulai berkontribusi untuk menjadi nasabah bank syariah, seperti BCA Syariah juga memiliki nasabah non muslim. BCA Syariah resmi beroperasi sebagai Bank Umum Syariah pada tanggal 5 April 2010. Walaupun BCA Syariah termasuk dalam kategori Bak Syariah yang masih baru namun PT Bank BCA Syariah (BCA Syariah)tumbuh positif di tahn 2017, dengan rata-rata pertumbuhan di atas industri Perbankan Syariah pada umumnya. Aset BCA Syariah per Desember 2017 meningkat sebesar 19,3% menjadi Rp. 5,9 triliun dari periode tahun sebelumnya di Desember 2016 (*year on year*) sebesar Rp. 4,9 triliun. Pembiayaan tumbuh 21% menjadi Rp. 4,2 triliun per Desember 2017 dari tahun sebelumnya sebesar Rp. 3,5 triliun. Pertumbuhan Aset BCA Syariah antara lain didukung oleh peningkatan Dana Pihak Ketiga yang sampai akhir 2017 mencapai Rp. 4,7 triliun atau meningkat 23,3% dibandingkan periode yang sama tahun lalu sebesar Rp. 3,8 triliun. Peningkatan Pembiayaan senantiasa diiringi dengan upaya untuk menjaga kualitas pembiayaan. Hal ini tercermin pada penurunan Non Performing Financing (NPF) gross menjadi 0.32% dibandingkan tahun sebelumnya yang berada di posisi 0.50% dan NPF nett menjadi 0.04% dari tahun sebelumnya 0.2%. (BCA Syariah, 2018)

Selain itu BCA Syariah juga memperoleh predikat-predikat yang sangat baik. Diantaranya dalam sebuah penghargaan "*Indonesia Good Corporate Governance Award III – 2017"* BCA Syariah mendapatkan penghargaan *Gold Category* untuk kategori Perusahaan Perbankan Syariah Non Tbk, kemudian BCA

Syariah juga mendapatkan *Golden Award* dan Predikat Kinerja sangat bagus pada *6th Infobank Sharia Finance Award (ISFA) 2017*, BCA Syariah juga konsisten raih pertumbuhan berkualitas dan mendapatkan pengakuan sebagai *"The Best Performing Bank"* untuk kategori Bank Syariah dalam ajang Bisnis Indonesia *Financial Award* (BIFA) 2017.

Sehubungan dengan beberapa hal diatas, bahwa kepercayaan nasabah untuk menyimpan dananya di BCA Syariah semakin meningkat tiap tahunnya sehingga mempunyai banyak prestasi yang diperoleh, dan mampu menarik calon nasabah dari semua kalangan baik dari muslim maupun non muslim, maka fokus penelitian ini yaitu menganalisis tentang minat nasabah non muslim menjadi nasabah BCA Syariah. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Kantor Cabang Bca Syariah Yogyakarta".

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka pokok masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh lokasi, pelayanan, reputasi, *profit and loss sharing*, dan promosi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta?
2. Dari faktor lokasi, pelayanan, reputasi, *profit and loss sharing*, dan promosi faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh lokasi, pelayanan, reputasi, *profit and loss sharing*, dan promosi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta

2. Untuk menganalisis faktor yang dominan diantara lokasi, pelayanan, reputasi, *profit and loss sharing*, dan promosi yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta.

## D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain :

**1. Secara Teoritis**

a. Memperkaya khasanah ilmu pengetahuian ekonomi khususnya ekonomi Islam dalam bidang perbankan syariah.

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada ilmu pengetahuan yang nantinya bisa digunakan sebagai acuan ataupun referensi untuk penelitian sejenis sebagai pengembangan ilmu ekonomi Islam.

**2. Secara Praktis**

a. Kantor Cabang BCA Syariah Yogyakarta

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan pihak bank dalam mengambil kebijakan bank khususnya dalam bidang pemasaran produk-produk bank syariah agar bisa semakin menambah nasabah.

b. Akademisi, semoga hasil penelitian ini dapat membantu dalam menambah wawasan dan referensi keilmuan mengenai pemasaran produk bank syariah.

c. Bagi penulis

Menambah wawasan berfikir, terutama dalam bidang pemasaran produk-produk bank syariah. Menerapkan teori-teori dan wacana yang dipelajari di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada dalam suatu lembaga atau masyarakat.

## E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan pada dasarnya berisi uraian tentang tahapan pembahasan yang dilakukan. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN yang berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Dimana latar belakang masalah berisi tentang alasan perlunya dilakukan penelitian dan juga mengandung inti dari permasalahan yang akan diangkat menjadi topik dalam penelitian sehingga akan menghasilkan tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilakukan.

BAB II LANDASAN TEORI Bab ini berisi tentang telaah pustaka, landasan teori, hipotesis dan kerangka teori. Dimana telaah pustaka di dalamnya berisikan teori dan hasil penelitian terdahulu dimana dengan adanya telaah pustaka akan memperkuat data dan informasi dari penelitian dalam landasan teori. Selain itu, dalam bab ini juga landasan teori yang mendukung penelitian ini, merupakan penjabaran bank syariah, minat dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

BAB III METODE PENELITIAN yang menjelaskan mengenai metode dari penelitian, yaitu menjelaskan ruang lingkup penelitian yang meliputi desain penelitian, lokasi dan waktu pelaksanaan penelitian, obyek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, teknik analisis data dan uji hipotesis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN yang membahas tentang analisis data secara menyeluruh atas penelitian yang dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN Pada bab ini berisikan kesimpulan penelitian yang merupakan jawaban dari perumusan masalah dalam penelitian. Selain itu juga berisi saran yang ditujukan kepada perusahaan yang berhubungan dengan objek dan tujuan penelitian serta analisis yang telah dilakukan oleh peneliti.

# BAB II

# TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

## A. Telaah Pustaka

Telaah pustaka berisi uraian sistematis mengenai hasil-hasil penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya oleh penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penulis melakukan kajian awal terhadap literatur pustaka atau karya yang mempunyai relevansi terhadap topik yang akan diteliti. Sejauh yang penulis ketahui, telah banyak pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah Bank Syariah. Dalam review studi terdahulu, penulis mencar, membaca dan mendata beberapa penelitian dengan beberapa bahasan pokok yang mempunyai kaitan dengan judul imi. Berikut adalah tinjauan umum atas penelitian terdahulu:

Dalam jurnal penelitian yang ditulis oleh (Pradipta, Hariadi, & Ariani, 2017) dengan judul Preferensi Nasabah Non-Muslim Terhadap Bank Syariah: Studi Kualitatif**.** Hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa produk *mudharabah* yang paling banyak dipilih adalah tabungan, dibandingkan dengan deposito. Alasan paling mendominasi pemilihan produk *mudharabah* bank syariah adalah bebasnya biaya administrasi. Selanjutnya adalah alasan adanya transparansi serta promosi yang diberikan saat menjadi nasabah bank Syariah. Alasan nasabah non-muslim memilih produk mudharabah yang dikaitkan dengan teori keputusan pembelian didominasi oleh faktor produk dan promotion. Alasan nasabah non-muslim memilih produk mudharabah berdasar teori konsumen menyimpulkan bahwa faktor yang sangat dominan adalah kelompok acuan.

Jurnal penelitian yang ditulis oleh (Asnawi, 2014) dengan judul Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Muslim dan Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Pangkalpinang)**.** Hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa Lokasi,

Pelayanan, Religious Stimuly, Reputasi, Profit and loss sharing, promosi, Campaign berpengaruh terhadap minat nasabah muslim dan non muslim menjadi nasabah Bank Syariah.

Jurnal penelitian yang ditulis oleh (Kurniati, 2012) dengan judul Analisis Persepsi dan Preferensi Nasabah Muslim dan Non Muslim Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah di Provinsi DIY**.** Hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa bahwa preferensi nasabah muslim dan non muslim memilih bank syariah adalah pertama, karena faktor kualitas layanan SDM yakni penilaian nasabah terhadap kualitas layanan yang ditawarkan oleh Bank syariah yang menjadi alasan nasabahmemilih bank syariah.. Kedua, faktor agamis, yakni penilaian nasabah terhadap penerapan ajaran agama (Islam) dalam seluruh kegiatan bank syariah yang terukur melalui indikator alasan menabung karena bebas riba. Diikuti oleh faktor kemanan, lokasi gedung yang mudah diakses, dan karena unsure keamanan, lokasi bank syariah yang relatif dekat, tingkat bagi hasil yang relative tinggi dan biaya administrative yang relatife ringan.

Jurnal penelitian yang ditulis oleh (Fauzan, 2016) dengan judul Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah dengan Regresi Linier Berganda di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pematangsiantar. Hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa dalam analisis R-Square (R2) diperoleh angka 0,563 artinya 56,3% variabel dependen msyarakat non muslim menjadi nasabah dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu promosi, fasilitas pelayanan dan lokasi (56,3%) dan sisanya (43,7%) dijelaskan oleh variabel lainnya diluar variabel yang digunakan.

Jurnal penelitian yang ditulis oleh (Azmi & Fauzy, 2015) dengan judul Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah. Hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa alasan nasabah non muslim memilih pembiayaan murabahah di BNI Syariah adalah skema pembiayaan yang sederhana, bagi nasabah non muslim proses yang mudah dan cepat merupakan daya tarik utama mereka memlilih pembiayaan murabahah. Promosi pembiayaan mikro yang menyeluruh membuat nasabah non muslim

tidak perlu jauh-jauh mendatangi bank, karena marketing bank yang akan mendatangi nasabah. Akad yang saling menguntungkan, bagi pengusaha non muslim asalkan mereka tidak merasa dirugikan maka mereka akan mengambil pembiayaan tersebut tanpa pikir panjang.

Jurnal penelitian yang ditulis oleh (Yupitri & Sari, 2012) dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fasilitas, promosi dan produk-produk Bank Syariah Mandiri terhadap pemilihan nasabah non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama maupun kelompok, yaitu kuisioner yang diberikan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri non muslim neralamatkan di Jl. Jend Achmad Yani No. 100 Medan dengan jumlah respinden 50 nasabah. Dari hasil penelitian tentang pengaruh fasilitas, promosi dan produk Bank Syariah Mandiri terhadap pemilihan nasabah non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri, maka hasil penelitian ini adalah variabel fasilitas (X1) memiliki pengaruh yang sedang yaitu 0,469 terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Variabel promosi (X2) pengaruh yang kuat yaitu 0,730 terhadap terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Variabel produk (X3) memiliki pengaruh yang kuat yaitu 0,529 terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

Jurnal penelitian yang ditulis oleh (Yakin, 2016) dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Muslim dan Non Muslim Terhadap Transaksi Pembiayaan pada Perbankan Syariah. Hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh minat nasabah muslim dan non Muslim terhadap transaksi pembiayaan secara parsial dan simultan, dapat dijelaskan dari hasil uji t sebagai berikut: Variabel minat nasabah muslim didasari dari Pertanyaan Promosi 4.749, . pelayanan 7.121 Variabel Pemahaman Agama 4.691 Variabel Bagi Hasil 3.294, an nilai t hitung minat nasabah non muslim 1. ( Promosi 3.852 ) 2. ( Pelayanan 7.083 ) 3. ( Pemahaman

Agama 2.742 ) 4. ( Bagi Hasil 3.106 ) dengan nilai > t tabel 1.706 hasil penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh minat nasabah muslim dan non muslim terhadap transaksi pembiayaan pada perbankan BRI Syariah cabang cilegon, Variabel-variabel tersebut secara sendiri-sendiri mempengaruhi minat nasabah muslim dan non muslim terhadap transaksi pembiayaan pada perbankan Bri Syariah Cabang Cilegon.

Jurnal penelitian yang ditulis oleh (Hapsari & Beik, 2010) dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syari'ah di DKI Jakarta. Hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa Kecenderungan nasabah non-muslim terhadap bank syariah di Jakarta mendapatkan informasi terbanyak dari teman/orang lain dan internet masing-masing sebesar 23.7%, sebanyak 68% dari responden non-muslim bank syariah menganggap bank syariah lebih unggul dibandingkan bank konvensional, alasan terbesar yang menganggap bank syariah lebih unggul, karena produk bank syariah lebih transparan sebesar 46.34%. 96% nasabah non-muslim bank syariah juga merupakan nasabah bank konvensional, alasan terbesar responden non-muslim bank syariah menjadi nasabah di bank konvensional adalah 30% menganggap lokasi kantor cabang dan ATM bank konvensional mudah ditemukan. Keputusan menggunakan jasa bank syariah pada nasabah non-muslim di Jakarta dipengaruhi oleh variabel lokasi dengan nilai odd ratio sebesar 1.450, variabel keuntungan administratif dengan nilai odd ratio sebesar 6.790, dan variabel stimulan religi dengan nilai odd ratio sebesar 2.679. Berikut tabel perbandingan penelitian ini dengan penelitian terdahulu.

**Tabel 2.1**

**Perbandingan Penelitian Terdahulu**

| No. | Judul Jurnal | Penulis | Persamaan | Perbedaan |
|---|---|---|---|---|
| 1. | Preferensi Nasabah Non-Muslim Terhadap Bank Syariah : Studi Kualitatif | Aqhiat Pradipta, Sugeng Hariadi, Mintarti Ariani | Membahas tentang pengaruh nasabah dalam memilih perbankan syariah. | Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena menginterpretasikan, menyoroti, dan menjelaskan suatu fenomena unik. |
| 2. | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Muslim dan Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Pangkalpinang) | Asnawi | Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dari jenis data primer dengan menyebarkan kuisioner yang didalamnya terdapat beberapa pertanyaan yang akan diisi oleh responden. | Jenis penelitian adalah penelitian kausalitas |
| 3. | Analisis Persepsi dan Preferensi Nasabah Muslim dan Non Muslim Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah di Provinsi DIY (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Yogyakarta dan Bank Pembangunan Daerah (BPD) DIY Syariah) | Kurniati | Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif | Populasi penelitian seluruh nasabah muslim dan non muslim bank syariah di Provinsi DIY |

| No. | Judul Jurnal | Penulis | Persamaan | Perbedaan |
|---|---|---|---|---|
| 4. | Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah dengan Regresi Linier Berganda di PT. Bank Muamalat Indonesi Cabang Pematangsiantar | Muhammad Fauzan | Metode penelitian yaitu metode kuantitatif | Data primer diambil juga dengan wawancara |
| 5. | Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah di BNI Syariah KC. Rungkut Surabaya) | Amaliah Al Azmi, R. Moh. Qudsi Fauzy | Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder | Penelitian ini menggunakan metode kualitatif |
| 6. | Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan | Evi Yupitri dan Raina Linda Sari | Penelitian ini menggunaka data primer dan sekunder | Pengumpulan data dengan observasi |
| 7. | Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Muslim dan Non Muslim Terhadap Transaksi Pembiayaan pada Perbankan Syariah | Ikin Ainul Yakin | Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder | Populasi pada penelitian ini yaitu nasabah muslim dan non muslim |
| 8. | Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim dalam Menggunakan | Fitri Tyas Hapsari dan Irfan Syauki Beik | Penelitian ini yaitu dari sumber data primer dan sekunder | Penelitian ini yaitu nasabah non muslim pada bank syariah dan nasabah non |

| No. | Judul Jurnal | Penulis | Persamaan | Perbedaan |
|---|---|---|---|---|
| | Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta | | | muslim pada bank konvensional |

## B. Landasan Teori

### 1. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Bank Islam atau bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoprasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip Islam. (Muhammad, Manajemen Bank Syariah, 2002) Firman Allah SWT,

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم
بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ
أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya : *“hai orang-orang beriman! Janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela diantara kalian.”* (Qs An-Nisa’ : 29)

Menurut UU Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998, tentang perubahan atas UU No.7 Tahun 1992 tentang perbankan bahwa Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan bank berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedang

pengertian prinsip syariah itu sendiri adalah aturan berdasarkan hukum Islam. (C.S.T. Kamsil, 2002)

Menurut Karmaen Purwaatmadja, bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yakni bank dengan tata cara dan oprasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam. Salah satu unsur yang harus dijauhi dalam muamalah Islam adalah praktik-praktik yang mengandung unsur riba (spekulasi dan tipuan). (Muhammad Firdaus NH, 2005)Pada umumnya, hal yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberi layanan pembiayaan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, mengacu kepada ketentuan-ketentuanya yang ada dalam Al-Quran dan Al-Hadist. Dengan mengacu pada Al-Quran dan Al-Hadist, maka bank syariah diharapkan dapat menghadiri kegiatan-kegiatan yang mengandung unsur riba dan segala hal yang bertentangan dengan syariat Islam.

b. Tujuan Bank Syariah

Bank syariah memiliki tujuan yang lebih luas dibandingkan dengan bank konvensional, berkaitan dengan keberadaannya sebagai institusi komersial dan kewajiban moral yang disandangnya. Selain bertujuan meraih keuntungan sebagaimana layaknya bank konvensional pada umumnya, bank syariah juga mempunyai tujuan diantaranya sebagai berikut :

1) Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat.
2) Meningkatkan partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan.
3) Membentuk masyarakat agar berfikir secara ekonomis dan berperilaku bisnis untuk meningkatkan kualitas hidupnya.

4) Berusaha bahwa metode bagi hasil pada bank Syari'ah dapat beroperasi, tumbuh, dan berkembang melebihi bank – bank dengan metode lain. (Wibowo & Widodo, 2005)

c. Karakteristik Bank Syariah

Karakteristik fundamental bank syariah yaitu:

1. Penghapusan riba.
2. Pelayanan kepada kepentingan publik dan merealisasikan sasaran sosio-ekonomi Islam.
3. Bank Syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari bank komersial dan bank investasi.
4. Bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal karena bank komersial syariah menerapkan *profit list sharing* dalam konsinyasi, ventura, bisnis atau industri.
5. Bagi hasil cenderung mempererat hubungan anatara bank syariah dan pengusaha.
6. Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi likuiditasnya dengan memanfaatkan instrumen pasar uang antar bank syariah dan instrumen bank sentral berbasis syariah. (Al-Arif & Rianto, 2011)

Selain itu agar kegiatan operasionalnya bank syariah sesuai dengan tuntunan Islam, maka dalam setiap bank syariah diangkat manajer dan pimpinan bank yang sedikit banyak mengetahui dan paham prinsip *muamalah* dalam Islam. Selain itu, dibentuk Dewan Pengawas Syariah yang bertugas mengawasi operasional bank dari sudut Islamnya. (Rivai, 2011)

d. Perbedaan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional

Ada perbedaan konsep mendasar antara bank syariah dengan bank konvensional. Bank konvensional terdapat dua perjanjan yang

saling terpisah yaitu, pertama perjanjian antara pihak bank dengan nasabah penabung dan kedua perjanjian antara pihak bank dengan nasabah pinjaman. Sementara pada bank syariah terdapat kesatuan perjanjian antara bank dengan nasabah penabung dan antara bank dengan nasabah peminjam. Keuntungan bank adalah mengambil selisih tingkat bunga dari yang ditawarkan kepada nasabah peminjam.

Sementara pada bank syariah terdapat kesatuan perjanjian antara bank dengan nasabah penabung dan antara bank dengan nasabah pembiayaan. Nasabah penabung menaruh dananya di bank syariah dengan mendapatkan sejumlah nisbah bagi hasil. Kemudian dana tersebut digunakan untuk pembiayaan kepada nasabah pembiayaan dan bank mendapatkan sejumlah tertentu nisbah bagi hasil atas usaha yang dibiayai tersebut. Sehingga bagi hasil yang akan di dapatkan oleh nasabah penabung tergantung kepada bagi hasil yang di terima bank syariah dari nasabah pembiayaan.

**Tabel 2.2**

**Perbandingan antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional**

| Bank Syariah | Bank Konvensional |
|---|---|
| 1. Melakukan investasi yang halal saja<br>2. Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli dan sewa.<br>3. Profit dan falah oriented<br>4. Hubungan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan<br>5. Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuia dengan dengan fatwa DPS | 1. Investasi yang halal dan haram<br>2. Memakai bunga<br>3. Profit oriented<br>4. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan debitur-kreditur<br>5. Tidak terdapat dewan sejenis |

Sumber : (Muhammad Syafii, 2001)

e. Teori Bunga dan Riba

Teori bunga muncul sejak manusia mulai melakukan pemikiran ekonomi. Secara leksikal, bunga sebagai terjemahan dari kata Interest. Bunga adalah tanggungan pada pinjaman uang, yang biasanya dinyatakan dengan persentase dari uang yang dipinjamkan. Secara umum, perkembangan teori bunga dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua), yaitu Teori Bunga Murni, dan Teori Bunga Moneter. Bunga sebagai kompensasi yang dibayarkan oleh penghutang kepada pemilik uang sebagai jasa atas keuntungan yang diperoleh dari uang pinjaman.

Riba secara bahasa bermakna ziyadah (tambahan). Adapun menurut istilah teknis, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Ada beberapa pendapat dalam menjelaskan riba, namun secara umum terdapat benang merah yang menegaskan bahwa riba adalah pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam-meminjam secara batil atau bertentangan dengan prinsip muamalah Islam.

Secara garis besar, riba dikelompokkan menjadi dua. Masing-masing adalah riba utang piutang dan riba jual beli. Kelompok pertama terbagi lagi menjadi riba qardh dan riba jahiliyyah. Adapun kelompok kedua, riba jual beli, terbagi menjadi riba fadhl dan riba nasi'ah.

1) Riba *Qardh*

   Suatu manfaat atau tingkat kelebihan tertentu yang disyaratkan terhadap yang berutang (*muqtaridh).*

2) Riba *Jahiliyyah*

   Utang dibayar lebih dari pokoknya karena si peminjam tidak mampu membayar utangnya pada waktu yang ditetapkan.

3) Riba *Fadhl*

Pertukaran antar barang sejenis dengan kadar atau takaran yang berbeda, sedangkan barang yang dipertukarkan itu termasuk dalam jenis barang ribawi.

4) Riba *Nasi'ah*

Penangguhan penyerahan atau penerimaan jenis barang ribawi yang dipertukarkan dengan jenis barang ribawi lainnya. Riba dalam nasi'ah muncul karena adanya perbedaan, perubahan, atau tambahan antara yang diserahkan saat ini dan yang diserahkan kemudian. (Antonio, 2001).

f. Landasan Tentang Perbankan Syariah

1. Al Qur'an

a) Q.S. Al-Baqarah : 275

ٱلَّذِينَ يَأْكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِى يَتَخَبَّطُهُ
ٱلشَّيْطَٰنُ مِنَ ٱلْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلْبَيْعُ مِثْلُ ٱلرِّبَوٰاْ ۗ وَأَحَلَّ
ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ ۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا
سَلَفَ وَأَمْرُهُۥٓ إِلَى ٱللَّهِ ۖ وَمَنْ عَادَ فَأُوْلَٰٓئِكَ أَصْحَٰبُ ٱلنَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا
خَٰلِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya : *"Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan*

*urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal didalamnya".*

b) Q.S. An Nisa: 161

وَأَخْذِهِمُ ٱلرِّبَوٰاْ وَقَدْ نُهُواْ عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَٰلَ ٱلنَّاسِ بِٱلْبَٰطِلِ ۚ وَأَعْتَدْنَا
لِلْكَٰفِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا ﴿١٦١﴾

Artinya : *"Dan karena mereka menjalankan riba, padahal mereka sesungguhnya telah dilarang darinya, dan karena mereka memakan harta orang dengan cara yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir diantara mereka azab yang pedih".*

c) Q.S. Ali 'Imran: 130

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأْكُلُواْ ٱلرِّبَوٰٓاْ أَضْعَٰفًا مُّضَٰعَفَةً ۖ
وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan".*

2. Landasan Hukum

a) Undang-Undang No 7 tahun 1992

Dalam undang-undang ini bank syariah sebagai bank umum dan bank pengkreditan rakyat, dimana pemerintah telah memberikan izin atas keberadaan bank syariah atau bank yang berasaskan Islam untuk melakukan segala tindakan atau kegiatan perbankan layaknya seperti bank konvensional.

b) Undang-Undang No. 10 tahun 1998

Undang-Undang ini berisikan tentang penyempurnaan dan penjelasan dari Undang-Undang No 7 tahun 1992, yakni penjelasan tentang bagaimana bank

syariah sebagai bank umum dan bank pengkreditan rakyat khususnya berada di pasal 6 serta berisi juga tentang penjabaran dari prinsip syariah yang terdapat dalam pasal 1 ayat 13. (Muhamad, 2004)

c) Undang-Undang No 21 tahun 2008

Undang-Undang inilah yang lebih spesifik diantara peraturan yang lainnya, dalam Undang-Undang No 21 tahun 2008 ini sebenarnya muncul ketika memang di Indonesia perkembangan Bank Syariah semakin pesat untuk itulah ketentuan dan peraturan yang ada dalam undang-undang ini sangat lengkap. Dalam bab 1 pasal q bahkan sudah disebutkan secara jelas tentang perbedaan bank konvensional dan bank syariah dimana diberikan beberapa pengertian serta jenis-jenis yang dimiliki oleh masing-masing Bank. Tidak hanya itu dalam Undang-Undang ini juga dijelaskan bahwasannya dalam usaha menjalankan fungsinya Bank Syariah melakukan penghimpunan dana dari nasabah dan akan menyalurkan pembiayaan tersebut berdasarkan akad-akad yang telah diatur dalam ekonomi Islam, seperti mudharabah, wadiah, musyarakah, dan akad-akad lain yang tentunya sesuai dengan ajaran serta nilai-nilai Islam.

## 2. Minat

a. Pengertian Minat

Minat adalah keinginan kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang. (Philip Kotler, 2011) Minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut disertai rasa senang. (Shaleh & Wahab, 2004)

b. Macam-Macam Minat

1) Berdasar timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan. Sedangkan minat cultural adalah minat yang timbul karena proses belajar.
2) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
3) Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu: *expressed interest, manifest interest, tested interest, dan inventoried interest.* (Shaleh & Wahab, 2004)

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Menurut Crow and Crow yang dikutip dalam bukunya (Shaleh & Wahab, 2004) berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat yaitu:

1) Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu dan keinginan akan sesuatu.
2) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
3) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.

**3. Perilaku Konsumen**

Menurut (Sopiah & Sangadji, 2013) Perilaku Konsumen dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam semua aktivitas manusia. Kaitannya dalam perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh konsumen yang secara

langsung terlibat dalam proses berinvestasinya. Perilaku konsumen adalah keputusan seseorang atas merek kategori produk, tempat untuk didatangi, waktu pembelian dan jumlah pembelian, merupakan hasil dari rangsangan (stimuli) yang berasal dari luar dirinya, yang diolah dalam diri konsumen. Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Seorang konsumen muslim akan mengalokasikan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan duniawi dan ukhrawinya. Konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cendrung mempengaruhi kepribadian manusia, yang dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual Perilaku konsumen merupakan perkembangan dari psikologi konsumen dalam penelitian yang merupakan perluasan pengambilan keputusan konsumen dalam bidang perilaku ekonomi dan psikologi ekonomi. Dalam bank konsumen disebut dengan nasabah, nasabah adalah setiap orang yang datang ke bank untuk bertransaksi, setiap orang yang ke bank untuk mendapatkan informasi dan setiap orang yang ada di kantor (satu bagian, bagian lain, atau cabang lain). Pepatah mengatakan *nasabah adalah raja*, maka nasabah wajib dilayanin dengan tulus dan ikhlas. (Setiadi, 2005)

Adapun definisi atau penjelasan mengenai konsumen dapat dipaparkan dalam beberapa kesimpulan adalah sebagai :

a. Disiplin ilmu yang mempelajari perilaku individu,kelompok,atau organisasi dan proses-proses yang digunakan nasabah untuk menyeleksi, menggunakan produk, pelayanan, pengalaman, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan nasabah, dan dampak dari proses-proses pada nasabah dan masyarakat.
b. Tindakan yang dilakukan nasabah guna mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik dalam penggunaan,pengonsumsian maupun

penghabisan barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan yang menyusul.

c. Tindakan atau perilaku yang dilakukan konsumen yang dimulai dengan merasakan adanya kebutuhan dan keinginan, kemudian berusaha mendapatkan produk yang diinginkan, dan berakhir dengan tindakan pasca pembelian, yaitu perasaan puas atau tidak puas.

Maka dengan adanya definisi diatas dapat dikemukakan dengan keberadaan terkait, tujuanya mempelajari dan menganalisa dari perilaku konsumen seperti berikut:

a. Untuk mengimplementasikan konsep pemasaran sebagai rencana untuk mempengaruhi calon konsumen.
b. Untuk memahami pengaruh yang kompleks ketika konsumen mengkonsomsi atau memakai produk.
c. Untuk meningkatkan kepercayaan diri manajer (pemasaran) untuk memprediksi respon konsumen setelah strategi pemasaran di tetapkan dan dilaksanakan. (Sopiah & Sangadji, 2013)

**4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah**

a. Lokasi

Lokasi usaha adalah tempat dan perusahaan melakukan kerja. Desain teori usaha secara sederhana berbunyi “tempatkanlah pada titik geografis yang paling banyak memberikan kesempatan perusahaan di dalam usaha untuk mencapai tujuannya” pendapat lain mengatakan bahwa lokasi usaha adalah tempat dimana perusahaan melakukan aktivitasnya. (Siddiqi, 2010)

Menurut Kasmir lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. (Kasmir, 2005) Penentuan suatu lokasi perbankan merupakan hal yang sangat penting. Bank yang berada di lokasi yang

strategis akan memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi di bank.

Kasmir menyebutkan secara umum pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi adalah sebagai berikut :

1) Jenis usaha yang dijalankan
2) Apakah dekat dengan pasar/konsumen
3) Apakah tersedia tenaga kerja
4) Tersedia sarana dan prasarana
5) Dekat dengan pusat pemerintahan
6) Berada di kawasan industri
7) Kemudahan untuk melakukan ekspansi
8) Kondisi adat istiadat, budaya atau masyarakat
9) Hukum yang berlaku di wilayah setempat
10) Tersedianya sumber daya yang lain. (Kasmir, 2005)

b. Pelayanan

Definisi pelayanan sendiri yaitu suatu kegiatan yang menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik-baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang-ulang. (Sedyana, 1995)

Salah satu model kualitas jasa yang paling populer dan hingga saat ini masih dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *SERVQUAL (Service Quality)* yang dikembangkan oleh Pasuraman. *SERVQUAL* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima *(Perceived Service)* dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan *(Expected Service).* Dalam salah studi mengenai studi *SERVQUAL* oleh Parasuraman melibatkan 800 pelanggan (yang terbagi dalam empat perusahaan) berusia 25 tahun ke atas, disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi *SERVQUAL* sebagai berikut:

1. Berwujud *(Tangible)*: meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan *(Reliability)*: pemberian pelayanan yang sesuai dengan dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Ketanggapan *(Responsiveness)*: membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan dan Kepastian *(Assurance)*: pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai.
5. Empati *(Empathy)*: perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan. (Lupiyoadi & Hamdani, 2006)

Dalam perbankan syariah juga melayani nasabah yang bukan beragama Islam. Ajaran Islam mengatakan bahwa diturunkannya agama Islam adalah untuk menjadi rahmat bagi seluruh alam. Oleh karena itu tidak ada halangannya untuk melayani nasabah Non Islam selama hal itu tidak merugikan kedua belah pihak. (Perwataadmaja & Antonio, 1992)

Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pemasar. Sikap melayani yang baik dan sesuai dengan etika islami adalah dengan bersikap sopan, santun dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya. Sikap melayani juga merupakan salah satu ajaran yang cukup mewarnai pola kerja umat kristiani. (Kertajaya & Sula, 2006)

c. Reputasi

Reputasi bank diartikan sebagai suatu bangunan sosial yang mengayomi suatu hubungan, kepercayaan yang akhirnya akan mencipatakan *brand image* bagi suatu perusahaan. Reputasi yang baik

dan terpercaya merupakan sumber keunggulan bersaing suatu bank. Adanya reputasi yang baik dalam sebuah perusahaan bank akan menimbulkan kepercayaan bagi nasabahnya. Suatu kepercayaan adalah pikiran deskriptif oleh seorang mengenai suatu hal. (Kotler, 2010)

Reputasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah perbuatan dan sebagainya sebagai sebab mendapat nama baik. Pandangan paling menonjol pada literatur menunjukkan terhadap merk yaitu reputasi atau penyedia jasa lebih merupakan evaluasi keseluruhan jangka panjang dibandingkan dengan kepuasan nasabahnya.

d. *Profit and loss sharing* (Bagi Hasil)

Keharaman bunga dalam syariah membawa konsekuensi adanya penghapusan bunga secara mutlak. Teori PLS dibangun sebagai tawaran baru di luar sistem bunga yang cenderung tidak mencerminkan keadilan *(injustice/dzalim)* karena memberikan diskriminasi terhadap pembagian resiko maupun untung bagi para pelaku ekonomi. *Principles of Islamic finance* dibangun atas dasar larangan riba, larangan gharar, tuntunan bisnis halal, resiko bisnis ditanggung bersama, dan transaksi ekonomi berlan- daskan pada pertimbangan memenuhi rasa keadilan. *Profit and loss sharing* berarti keuntungan dan atau kerugian yang mungkin timbul dari kegiatan ekonomi/bisnis ditanggung bersama-sama. Dalam atribut nisbah bagi hasil tidak terdapat suatu fixed and certain return sebagaimana bunga, tetapi dilakukan *profit and loss sharing* berdasarkan produktifitas nyata dari produk tersebut. (Yahya & Agunggunanto, 2011)

Dengan berlandaskan kerangka teori *fiqh mu'amalah* (syariah) maka dapat dinyatakan, bahwa sistem bunga masuk dalam kategori ruang lingkup gharar. Hal ini karena dalam prosesnya mempunyai sifat *game of chance*. Secara operasional perbedaan bunga dan NBH (nisbah bagi hasil) dapat dijabarkan melalui kerangka penjelasan Tabel 2.3.

**Tabel 2.3**

**Perbedaan Bunga dengan Bagi Hasil**

| Bunga | Bagi Hasil (BH) |
|---|---|
| Tidak terdapat *risk and return sharing*. Besarnya bunga ditentukan pada saat akad. Jadi, terdapat asumsi pemakaian dana pasti mendatangkan keuntungan | Berdasarkan *risk and return sharing.* Besarnya nisbah bagi hasil disepakati pada saat akad dibuat dengan berpedoman pada kemungkinan adanya resiko untung rugi |
| Besarnya bunga berdasarkan presentase atas modal (pokok pinjaman). Besaran bunga biasanya lebih ditentukan berdasarkan tingkat bunga pasar (*market interest rate)* | Besaran nisbah bagi hasil berdasarkan persentase atas keuntungan yang diperoleh. Besaran nisbah bagi hasil disepakati lebih didasarkan atas kontribusi masing-masing pihak, prospek perolehan keuntungan, dan tingkat resiko yang mungkin terjadi |
| Pembayaran bunga tetap sebagaimana dalam perjanjian, tidak terpengaruh pada hasil riil dari pemanfaatan dana | Jumlah nominal bagi hasil akan berfluktuasi sesuai dengan keuntungan riil dari pemanfaatan dana |
| Eksistensi bunga diragukan oleh hampir semua agama samawi, para pemikir besar, bahkan ekonom | Eksistensinya berdasarkan nilai-nilai keadilan yang bersumber dari syariah Islam |

Sumber : Syafei Antonio (2001)

e. Promosi

Produk yang telah diciptakan dengan baik sayang jika tidak dipromosikan kepada khalayak umum. Usaha untuk memperkenalkan produk kepada para konsumen merupakan langkah pertama dalam kegiatan promosi. Promosi merupakan upaya untuk menawarkan suatu produk kepada masyakarakat dengan tujuan menarik konsumen untuk membelinya.

Promosi merupakan proses mengkomunikasikan variabel bauran pemasaran *(marketing mix)* yang sangat penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promos dimulai dari perencanaan, implementasi dan pengendalian

komunikasi untuk menjangkau target *audience* (pelanggan-calon pelanggan). Inti dari kegiatan promosi adalah suatu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, memngaruhi, mengingatkan pasar sasaran agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Promosi adalah fungsi pemasaran yang fokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasif kepada target *audience* (pelanggan-calon pelanggan) untuk mendorong terciptanya transaksi pertukaran antara perusahaan dan *audience.* (Hasan A. , 2008)

## C. Hipotesis

Hipotesis adalah proposisi yang masih bersifat sementara dan masih harus diuji kebenarannya. (Hasan I. , 2004)

Proporsi adalah pernyataan tentang suatu konsep. Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka teori, maka hipotesis yang peneliti ajukan adalah :

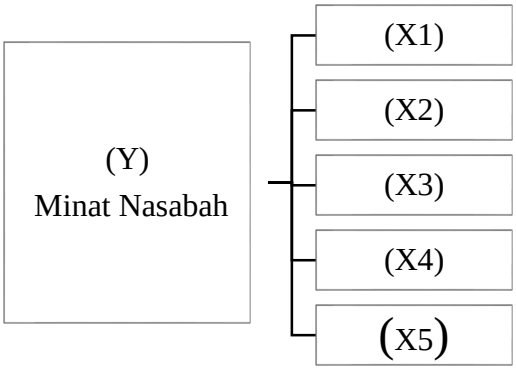
Ho : tidak ada hubungan antara faktor yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta.

Ha : terdapat hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi (Lokasi, Pelayanan, Reputasi, *Profit and loss sharing* (Bagi Hasil) dan Promosi) minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta.

## D. Kerangka Teori

**Tabel 2.4**

**Kerangka Teori**




Keterangan :

Y (variabel dependen) : Minat Nasabah

X (variabel independen)

X1 : Lokasi

X2 : Pelayanan

X3 : *Profit and loss sharing* (Bagi Hasil)

X4 : Reputasi

X5 : Promosi

# BAB III
# METODE PENELITIAN

## A. Desain Penelitian

Desain penelitian menurut (Silalahi, 2009) adalah rencana dan struktur penyelidikan yang disusun sedemikian rupa sehingga peneliti akan dapat memperoleh jawaban untuk pertanyaan-pertanyaan penelitiannya.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan, karena data diperoleh dari hasil pengamatan langsung di KC BCA Syariah Yogyakarta. Dalam hal ini, objek penelitian adalah nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan untuk menjelaskan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun sifat hubungan antar variabel dalam penelitian ini menggunakan hubungan kausal yang merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat, dimana ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi).

## B. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian

Ditinjau dari segi lokasi penelitian, penelitian ini dilakukan di KC BCA Syariah Yogyakarta, Jalan P. Mangkubumi NO. 5, Sosromenduran, Gedong Tengen, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55233. Waktu pelaksaan penelitian dilaksanakan pada bulan April 2018.

## C. Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu nasabah non muslim pada KC BCA Syariah Yogyakarta.

## D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2010)

Populasi pada penelitian ini berupa seluruh nasabah non muslim yang menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta. Penentuan jenis populasi ini didasarkan atas alasan bahwa yang akan di uji, nasabah non muslim yang menjadi nasabah di bank syariah tersebut.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2010)

Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan cara *purposive sampling.* Teknik *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan atau peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Sampel dalam penelitian ini adalah 40 nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta dengan menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{\mathrm{N}}{(1 + \mathrm{N}.(\mathrm{e})^2)}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sample

N : Jumlah Populasi

E : Batas Toleransi Error

$$n = \frac{68}{(1 + 68\ (0.1)^2)}$$

$$n = \frac{68}{1 + 68\ (0.01)}$$

$$n = \frac{68}{1 + 0{,}68}$$

$$n = \frac{68}{(1{,}68)}$$

$$n = 40{,}47$$

Dibulatkan menjadi 40 nasabah.

## E. Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini yaitu dari data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara membagikan kuisioner kepada responden.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan prosedur sistematis untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data kuisioner atau Angket.

Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuisioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirm melalui pos, atau internet. (Sugiyono, 2010).

Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data dengan kuisioner kepada nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta sebagai respondennya yang akan menjawab semua item pertanyaan. Pertanyaan yang disajikan dalam kuisioner ini adalah pertanyaan tertutup, yaitu model pertanyaan tersebut telah disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih dari alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin. Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada yaitu:

1. Sangat Setuju : bernilai 5
2. Setuju : bernilai 2
3. Netral : bernilai 3
4. Tidak Setuju : bernilai 2
5. Sangat Tidak Setuju : bernilai 1

## G. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Independen (X)

   Variabel independen menurut (Abdurahman, Muhidin, & Somantri, 2011) adalah variable perlakuan atau variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat. Dalam konsep variabel bebas ditemukan bahwa variabel ini menjadi sebab hadirnya atau timbulnya variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah yakni, X1: Lokasi, X2: Pelayanan, X3: Reputasi, X4: *Profit and loss sharing*, X5: Promosi.

2. Variabel Dependen (Y)

   Variabel dependen menurut (Abdurahman, Muhidin, & Somantri, 2011) terkadang disebut juga variabel terikat karena variabel ini terikat pada variable independen. Variabel dependen adalah hasil dari variable independen (perlakuan). Dengan kata lain, output yang dihasilkan dari suatu penelitian eksperimen dilihat pada variabel dependennya. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat nasabah.

## H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. (Sugiyono, 2010)

Salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuisioner, yaitu untuk mengumpulkan data. Sebelum kuisioner dijadikan alat pengumpulan data, terlebih dahulu dilakukan uji coba instrumen. Uji coba instrumen dilakukan untuk mengetahui kekurangan atau kelemahan dari angket yang telah disusun. (Arikunto, 2002) mengungkapkan bahwa "instrumen yang baik harus memenuhi dua syarat penting yaitu valid dan raliabel".

## I. Teknik Analisis Data

Analisis data (Hadi S. , 2006) dilakukan dengan cara yaitu analisis kuantitatif. Analisis yang dilakukan terhadap data antara lain: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Uji Analisis Regresi Linier Berganda.

1. Uji Validitas

Validitas (Hadi S. , 2006) adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Data dikatakan valid, jika pertanyaan pada angket mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Butir-butir pertanyaan yang ada dalam angket diuji terhadap faktor terkait. Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid apabila instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti. Untuk menguji kevalidan suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap butir-butir angket.

Tinggi rendah validitas suatu angket atau kuisioner dihitung dengan menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation,* yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total. Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan *critical value* pada tabel ini nilai r dengan taraf signifikan 5% dan jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi produk moment lebih besar dari critical value, maka instrumen ini dinyatakan valid. Sebaliknya apabila skor item kurang dari *critical value*, maka instrumen ini dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (Hadi S. , 2006) adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*. Instrument untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* > 0,7.

## J. Uji Hipotesis

1. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X1, X2, X3, ..., Xn) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut.

Rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Minat Nasabah

$a$ = Konstanta Interception

$b$ = Koefisien Regresi

$X_1$ = Lokasi

$X_2$ = Pelayanan

$X_3$ = *Profit and loss sharing*

$X_4$ = Reputasi

$X_5$ = Promosi

e = Standar error

Untuk menguji apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen, maka diperlukan uji koefisien.

2. Uji Parsial (t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara individual dalam menerangkan variabel *dependen.* Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level*

0,05 atau 0,10 (a=5%, a=10%). (Ghozali, 2009). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

a. Merumuskan hipotesis operasional yaitu Ho dan Ha

   Ho : tidak ada pengaruh positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)

   Ha : ada pengaruh positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)

b. Menetapkan taraf signifikansi (a) yaitu a=5%

   1) Jika p = a : Ho diterima dan Ha ditolak
   2) Jika p < a : Ho ditolak dan Ha diterima

c. Jika nilai signifikan > 0,05 atau > 0,10 maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak sinifikan). Hal ini berarti secara parsial variabel *independen* tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependen.*

d. Jika nilai signifikan < 0,05 atau 0,10 maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti secara parsial variabel *independen* tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependen.*

e. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu pada program SPSS versi 25.0 *for windows.*

3. Uji Simultan (F)

   Uji Simultan (Damodar, 2006) keseluruhan dilakukan dengan menggunakan koefisien-F. koefisien-F selanjutnya dikonfirmasi dengan F-tabel pada derajat kebebasan dan taraf kesalahan tertentu. Uji F digunakan untuk mengatahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 5%. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar dari nilai F tabel maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

F = Dimana

$R^2$= Koefisien determinasi

N = Jumlah sampel

K = Jumlah variabel bebas

Langkah-langkah pengujiannya adalah :

a. Membuat Formulasi Hipotesis

   Ho = Jika probabilitas (signifikan) > 0,05 (α) atau F hitung < F tabel berarti hipotesis tidak terbukti maka Ho diterima dan Ha ditolak bisa dilakukan secara simultan.

   Ha = Jika probabilitas (signifikan) < 0,05 (α) atau F hitung > F tabel berarti hipotesis tidak terbukti maka Ho diterima dan Ha ditolak bisa dilakukan secara simultan.

b. Menetapkan taraf signifikan dan kriteria pengujian dalam penelitian ini digunakan taraf signifikan (α) sebesar 5% sehingga kriteria pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

   Ho diterima jika probabilitas >α, atau jika t hitung < t tabel

   Ho ditolak jika probablitas <α, atau jika t hitung > t tabel

c. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistik yang dipergunaka, yaitu pada program *SPSS* 25.0 *for windows*.

4. Koefisien Determinasi ($R^2$)

   Koefisien determinasi ($R^2$) pada intinya mengukur seberapa jauh kemapuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali I. , 2009). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai $R^2$ yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

# BAB IV
# ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

## A. Gambaran Objek Penelitian

1. Data Perusahaan
   a. Nama Perusahaan : PT. BCA Syariah
   b. Website : www.bcasyariah.co.id
   c. Berdiri : 5 April 2010
   d. Jenis Usaha : Bank Umum
   e. Alamat Perusahaan : Jalan P. Mangkubumi No 5-7 Yogyakarta 55271
   f. Telephone : (0274) 2920550, 2920552
   g. Faximile : (0274) 2920549
2. Sejarah Berdirinya Bank BCA Syariah

   Perkembangan perbankan syariah yang tumbuh cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan minat masyarakat mengenai ekonomi syariah semakin bertambah. Untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan layanan syariah, maka berdasarkan akta Akuisisi No. 72 tanggal 12 Juni 2009 yang dibuat dihadapkan Notaris Dr. Irawan Soerodjo, S.H., Msi, PT. Bank Central Asia, Tbk (BCA) mengakuisisi PT Bank Utama Internasional Bank (Bank UIB) yang nantinya menjadi PT. Bank BCA Syariah.

   Selanjutnya berdasarkan Akta Pernyataan Keputusan di Luar Rapat Perseroan Terbatas PT Bank UIB No. 49 yang dibuat dihadapan Notaris Pudji Rezeki Irawati, S.H., tanggal 16 Desember 2009, tentang perubahan kegiatan usaha dan perubahan nama dari PT Bank UIB menjadi PT Bank BCA Syariah. Akta perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusannya No. AHI-01929. AH.01.02 tanggal 14 Januari 2010. Pada tanggal yang sama telah dilakukan penjualan 1 lembar saham ke BCA Finance, sehingga

kepemilikan saham sebesar 99,9997% dimiliki oleh PT Bank Central Asia Tbk, dan 0,0003% dimiliki oleh PT BCA Finance.

Perubahan kegiatan usaha Bank dari bank konvensional menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui Keputusan Gubernur BI No. 12/13/KEP.GBI/DpG/2010 tanggal 2 Maret 2010. Dengan memperoleh izin tersebut, pada tanggal 5 April 2010, BCA Syariah resmi beroperasi sebagai bank umum syariah. (BCA Syariah, 2018)

3. Profil Usaha Bank BCA Syariah

BCA Syariah berdiri dan mulai melaksanakan kegiatan usaha dengan prinsip-prinsip syariah setelah memperoleh izin operasi syariah dari Bank Indonesia berdasarkan Keputusan Gubernur BI No. 12/13/KEP.GBI/DpG/2010 tanggal 2 Maret 2009 dan kemudian resmi beroperasi sebagai banj syariah pada hari Senin tanggal 5 April 2010.

Komposisi kepemilikan saham PT. Bank BCA Syariah adalah sebagai berikut :

1. PT Bank Central Asia Tbk : 99.9999%
2. PT BCA Finance : 0,0001%

BCA Syariah mencanangkan untuk menjadi pelopor dalam industri perbankan syariah Indonesia sebagai bank yang unggul dibidang penyelesaian pembayaran, penghimpuna dana dan pembiayaan bagi nasabah perseorangan, mikro, kecil dan menengah. Masyarakat yang menginginkan produk dan jasa perbankan yang berkualitas serta ditunjang oleh kemudahan akses dan kecepatan transaksi merupakan target dari BCA Syariah.

Komitmen penuh BCA sebagai perusahaan induk dan pemegang saham mayoritas terwujud dari berbagai layanan yang bisa dimanfaatkan oleh nasabah BCA Syariah pada jaringan cabang BCA yaitu setoran (pengiriman uang) hingga tarik tunai dan debit di seluruh ATM dan mesin EDC (Electronic Data Capture) milik BCA, semua tanpa dikenakan biaya. Selanjutnya, untuk mendapatkan informasi maupun menyampaikan

pengaduan dan keluhan, masyarakat dan nasabah khusunya dapat menghubungi HALO BCA di 1500888.

BCA Syariah hingga saat ini memiliki 49 jaringan cabang yang terdiri dari 9 Kantor Cabang (KC), 3 Kantor Cabang Pembantu (KCP), 3 Kantor Cabang Pembantu Mikro Bina Usaha Rakyat (BUR), 8 Kantor Fungsional (KF) dan 26 Unit Layanan Syariah (ULS) yang tersebar di wilayah DKI Jakarta, Tangerang, Bogor, Depok, Bekasi, Surabaya, Semarang, Bandung, Solo dan Yogyakarta (data per Agustus 2016).

4. Visi dan Misi BCA Syariah
   a. Visi

      Menjadi Bank Syariah andalan dan pilihan masyarakat.
   b. Misi
      1) Mengembangkan SDM dan infrastruktur yang handal sebagai penyedia jasa keuangan syariah dalam rangka memahami kebutuhan dan memberikan layanan yang lebih baik bagi nasabah.
      2) Membangun institusi keuangan syariah yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran, penghimpunan dana dan pembiayaan bagi nasabah bisnis dan perseorangan.
5. Produk-Produk di BCA Syariah

   Bank BCA Syariah membagi jenis produk menjadi beberapa bagian yaitu:
   a. Pendanaan
      1) Tahapan iB
      2) Tahapan Rencana iB
      3) Giro iB
      4) Deposito iB
      5) Simpanan Pelajar (SimPel) iB
   b. Pembiayaan

   1) Pembiayaan Modal Kerja iB
   2) Pembiayaan Investasi iB
   3) Pembiayaan UMKM Bina Usaha Rakyat (BUR)
   4) KPR iB

5) KKB iB
6) Emas iB

c. Jasa

1) Bank Garansi
2) Kiriman Uang (Retail dan RTGS)
3) Kliring (Lokal dan Intercity Clearing)
4) Inkaso
5) Safe Deposit Box (SDB)
6) Pembayaran Gaji
7) Referensi Bank

d. Electronic Channel

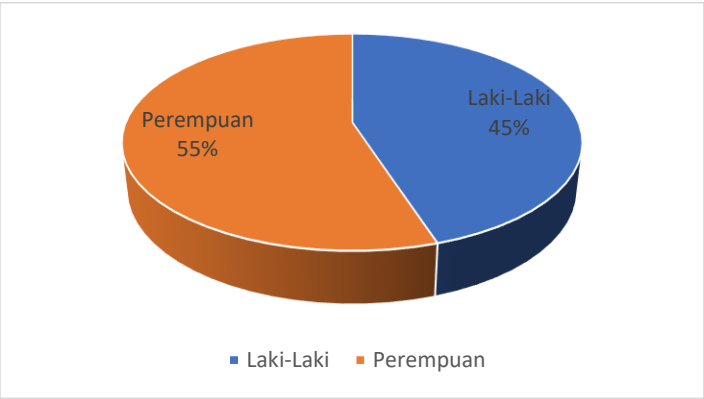
1) Jaringan ATM dan Debit BCA
2) Jaringan ATM Prima
3) BCA Syariah Mobile

## B. Analisis Deskriptif Statistik

Analisis deskriptif ini merupakan analisis terhadap variabel dependen dan independen. Analisis ini adalah suatu deskripsi responden peneliti berdasarkan dengan karakterisitik yang telah ditetapkan serta sesuai dengan kebutuhan penelitian. Profil responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, umur, agama, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Profil responden digunakan untuk gambaran umum dari sampel peneliti.

1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapat hasil penelitian seperti chart dibawah ini. Responden dikelompokkan menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 18 orang dengan presentase yaitu 45% dan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 22 orang dengan presentase yaitu 55%. Jumlah seluruh responden yaitu 40 orang. Berikut hasil bentuk diagram gambar :

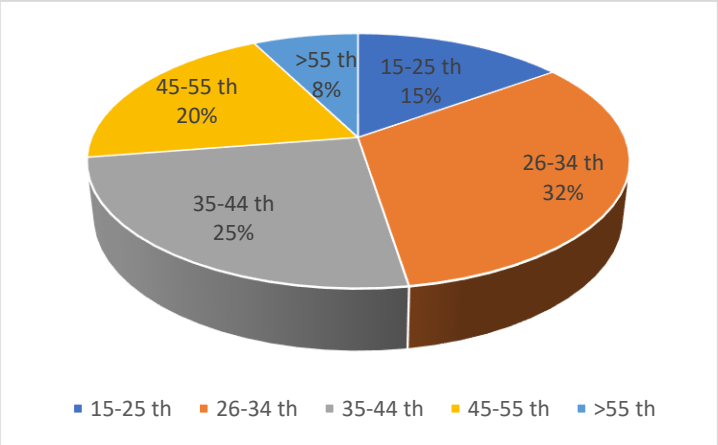



*Sumber : data primer diolah dari Ms. Excel 2018*

**Gambar 4.1 Jumlah responden sesuai jenis kelamin**

2. Jumlah Responden Berdasarkan umur

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan hasil seperti chart dibawah ini. Responden dikelompokkan menjadi 5 kelompok umur yaitu 15-25 tahun, 26-34 tahun, 35-44 tahun, 45-55 tahun dan >55 tahun. Responden umur 15-25 tahun berjumlah 6 orang, umur 26-34 tahun berjumlah 13 orang, umur 35-44 tahun berjumlah 10 orang, umur 45-55 tahun berjumlah 8 orang dan umur >55 tahun berjumlah 3 orang. Berikut hasil bentuk diagram gambar:

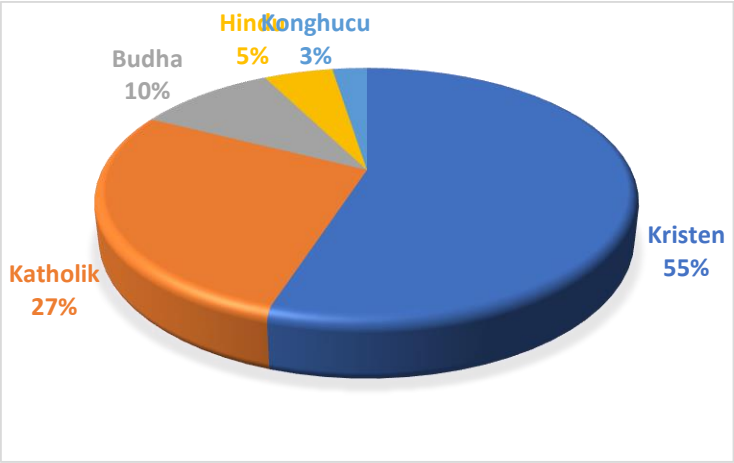



*Sumber : Data Primer diolah dari Ms. Excel 2018*

**Gambar 4.2 Jumlah responden sesuai umur**

3. Jumlah Responden Berdasarkan Agama

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan hasil seperti chart dibawah ini. Responden dikelompokkan menjadi 5 kelompok agama yaitu Kristen, Budha, Katholik, Konghucu, dan Hindu. Responden yang memeluk agama Kristen berjumlah 22 orang, Katholik 11 orang, Budha 4 orang, Hindu 2 orang dan Konghucu 1 orang. Berikut hasil bentuk diagram gambar:

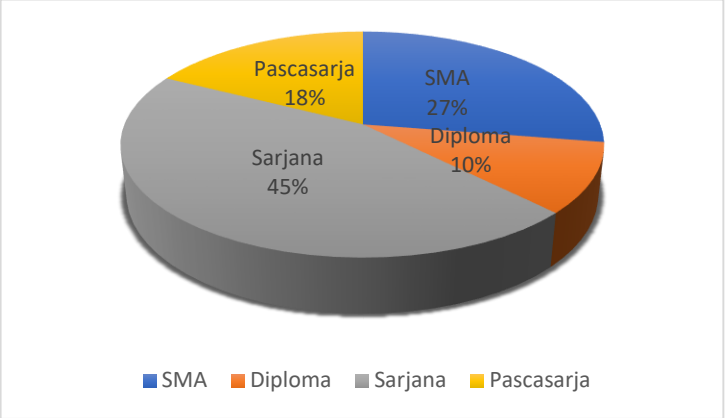



*Sumber : Data Primer diolah dari Ms. Excel*

**Gambar 4.3 Jumlah Responden Sesuai Agama**

4. Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan hasil seperti chart dibawah ini. Responden dikelompokkan menjadi 4 yaitu SMA, Diploma, Sarjana, dan Pascasarjana. Responden berpendidikan terakhir SMA berjumlah 11 orang, Diploma 4 orang, Sarjana 18 orang dan Pascasarjana 7 orang. Berikut hasil bentuk diagram gambar:

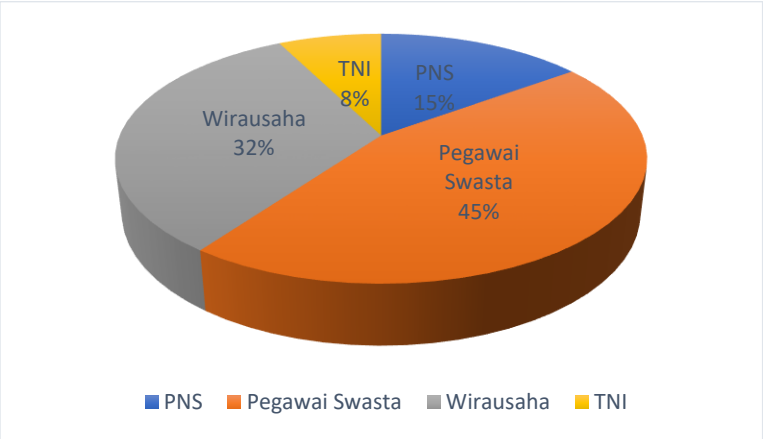



*Sumber : Data diolah dari Ms. Excel*

**Gambar 4.4 Jumlah responden sesuai pendidikan terakhir**

5. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan hasil seperti chart dibawah ini. Responden dikelompokkan menjadi 4 yaitu PNS, Pegawai Swasta, Wirausaha dan TNI. Responden berpofesi sebagai PNS 6 orang, Pegawai Swasta 18 orang, Wirausaha 13 orang dan TNI 3 orang. Berikut hasil bentuk diagram gambar:




*Sumber : Data Primer diolah dari Ms. Excel*

**Gambar 4.5 Jumlah responden sesuai pekerjaan/profesi**

## C. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut (Hadi S. , 2006) validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dapat

dilihat dengan nilai total *Bivariate Correlation Pearson* $r_{hitung}$ lebih besar daripada rtabel. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan jumlah data responden (n) = 40 responden dengan signifikansi 0,05, didapat nilai df=n-2, df=40-2=38, r tabel 0,312. Pengujian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0 *for windows.*

**Tabel 4.1**

**Hasil Uji Validitas**

| No | Variabel | | r hitung | r tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Lokasi (X1) | Butir 1 | 0,753 | 0,312 | Valid |
| | | Butir 2 | 0,484 | 0,312 | Valid |
| | | Butir 3 | 0,765 | 0,312 | Valid |
| | | Butir 4 | 0,504 | 0,312 | Valid |
| 2 | Pelayanan (X2) | Butir 1 | 0,748 | 0,312 | Valid |
| | | Butir 2 | 0,741 | 0,312 | Valid |
| | | Butir 3 | 0,907 | 0,312 | Valid |
| | | Butir 4 | 0,682 | 0,312 | Valid |
| 3 | Reputasi (X3) | Butir 1 | 0,590 | 0,312 | Valid |
| | | Butir 2 | 0,568 | 0,312 | Valid |
| | | Butir 3 | 0,520 | 0,312 | Valid |
| | | Butir 4 | 0,823 | 0,312 | Valid |
| 4 | *Profit and loss sharing* (Bagi Hasil) | Butir 1 | 0,922 | 0,312 | Valid |
| | | Butir 2 | 0,882 | 0,312 | Valid |
| 5 | Promosi (X5) | Butir 1 | 0,798 | 0,312 | Valid |
| | | Butir 2 | 0,808 | 0,312 | Valid |
| | | Butir 3 | 0,656 | 0,312 | Valid |
| | | Butir 4 | 0,603 | 0,312 | Valid |
| 6 | Minat (Y) | Butir 1 | 0,940 | 0,312 | Valid |
| | | Butir 2 | 0,928 | 0,312 | Valid |

*Sumber : data primer diolah dari SPSS 25,0*

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan pada variabel lokasi, pelayanan, reputasi, reputasi, *profit and loss sharing* (bagi hasil), promosi dan minat mempunyai hasil $r_{hitung}$ lebih besar daripada $r_{tabel.}$ Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada ke 6 variabel tersebut valid atau layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, ketepatan dan konsistensi kuisioner dalam mengukur variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan hanya pada indikator-indikator konstruk yang telah melalui validitas, dinyatakan valid. Program IBM SPSS 25.0 memberikan fasilitas untuk menguji reliabilitas yaitu dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha.* Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70, walaupun nilai 0,60 – 0,70 masih dapat diterima. (Hadi S. , 2006)

**Tabel 4.2**

**Hasil Uji Reliabilitas**

| **Variabel** | **Nilai *Cronbach Alpha*** | **Ketentuan Nilai *Cronbach Alpha*** | **Status** |
|---|---|---|---|
| Lokasi | 0,746 | 0,7 | Reliabel |
| Pelayanan | 0,763 | 0,7 | Reliabel |
| Reputasi | 0,756 | 0,7 | Reliabel |
| *Profit and loss sharing* (Bagi Hasil) | 0,763 | 0,7 | Reliabel |
| Promosi | 0,678 | 0,6 | Reliabel |
| Minat | 0,853 | 0,7 | Reliabel |

*Sumber : data primer diolah dari SPSS 25,0*

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel mempunyai koefisien Alpha lebih dari 0,70. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa semua butir-butir variabel penelitian tersebut adalah reliabel dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

## D. Uji Hipotesis

1. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan sebuah hubungan variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen. Tujuan analisis regresi berganda adalah menggunakan nilai-nilai variabel independen diketahui, untuk meramalkan nilai variabel dependen.

Berikut adalah hasil pengaruh lokasi, pelayanan, reputasi, *profit and loss sharing* (bagi hasil), promosi dan minat dengan perhitungan regresi linier berganda yang menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0 *for windows.*

**Tabel 4.3**

**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .275 | 1.784 | | 3.088 | .078 |
| | TotalX1 | -.066 | .131 | -.095 | 3.441 | .007 |
| | TotalX2 | .132 | .090 | .245 | 5.335 | .000 |
| | TotalX3 | .078 | .089 | .124 | 4.253 | .002 |
| | TotalX4 | -.026 | .207 | -.022 | 3.371 | .008 |
| | TotalX5 | .351 | .099 | .634 | 3.555 | .001 |

a. Dependent Variable: TotalY

*Sumber : Data Primer diolah dari SPSS 25.0*

Dari hasil regresi diatas untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan rumus:

$$\mathbf{Y = B_0 + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + B_4 X_4 + B_5 X_5 + e}$$

Keterangan:

Y = Minat Nasabah Non Muslim

$B_0$= Bilangan konstanta regresi

$B_1$ = Koefisien variabel lokasi

$B_2$ = Koefisien variabel pelayanan

$B_3$ = Koefisien variabel reputasi

$B_4$ = Koefisien variabel *Profit and loss sharing* (Bagi Hasil)

$B_5$ = Koefisien variabel promosi

$X_1$= Variabel Lokasi

$X_2$= Variabel Pelayanan

$X_3$= Variabel Reputasi

$X_4$= Variabel *Profit and loss sharing* (Bagi Hasil)

$X_5$= Variabel Promosi

E = 0,05

Maka :

**Y = 0,275+( -0,066)X1+0,132X2+0.078X3+(-0.026)X4+0.351X5+0,05**

a. Konstanta

   Nilai konstanta memiliki nilai sebesar 0,275, artinya apabila variabel lokasi, pelayanan, reputasi, *profit and loss sharing* (bagi hasil), promosi adalah 0, maka besarnya variabel terikat yaitu minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta (Y) adalah 0,275.

b. Koefisien Variabel Lokasi (X1)

   Variabel lokasi memiliki nilai koefisien sebesar -0,066. Apabila variabel lokasi naik sebesar 1 satuan, maka variabel minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah akan naik sebesar -0,066.

c. Koefisien Variabel Pelayanan (X2)

   Variabel pelayanan memiliki nilai sebesar 0,132. Hal ini menunjukkan apabila pelayanan meningkat sebesar 1 satuan, maka minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah akan meningkat sebesar 0,132.

d. Koefisien Variabel Reputasi (X3)

   Variabel reputasi memiliki nilai sebesar 0,078. Hal ini menunjukkan apabila reputasi meningkat sebesar 1 satuan, maka apabila variabel minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta akan meningkat sebesar 0,078.

e. Koefisien Variabel *Profit and loss sharing* (X4)

Variabel *profit and loss sharing* (bagi hasil) memiliki nilai sebesar -0,026. Hal ini menunjukkan apabila *profit and loss sharing* meningkat sebesar 1 satuan, maka apabila variabel minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta akan meningkat sebesar -0,026.

f. Koefisien Variabel Promosi (X5)

Variabel promosi memiliki nilai sebesar 0,351. Hal ini menunjukkan apabila promosi meningkat sebesar 1 satuan, maka apabila variabel minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta akan meningkat sebesar 0,351.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t-Statistik untuk koefisien regresi masing-masing variabel dengan nilai alpha (α). Apabila nilai t-Statistik koefisien regresi variabel independen (X) lebih besar dari pada nilai alpha maka dapat dikatakan variabel tersebut signifikan mempengaruhi variabel dependen (Y).

a. Hipotesis Ho : Tidak ada pengaruh positif antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat jika terbukti Ho ditolak.
b. Hipotesis Ha : Ada pengaruh positif antara variabel bebas dan variabel terikat jika Ha diterima.
c. Dalam pengujian kali ini taraf signifikansi yang digunakan adalah (α) sebesar 5% dengan kriteria sebagai berikut:

1) Ho diterima jika probabilitas ≥ α, atau jika t hitung < t tabel
2) Ho ditolak jika probabilitas ≤ α, atau jika t hitung > t tabel

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji Parsial (t)**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .275 | 1.784 | | 3.088 | .078 |
| | TotalX1 | -.066 | .131 | -.095 | 3.441 | .007 |
| | TotalX2 | .132 | .090 | .245 | 5.335 | .000 |
| | TotalX3 | .078 | .089 | .124 | 4.253 | .002 |
| | TotalX4 | -.026 | .207 | -.022 | 3.371 | .008 |
| | TotalX5 | .351 | .099 | .634 | 3.555 | .001 |

a. Dependent Variable: TotalY

*Sumber : Data Primer diolah dari SPSS 25.0*

Hasil tabel 4.4 diatas perhitungan koefisien (Sig-t) diatas dijelaskan bahwa nilai koefisien variabel X1 (Lokasi) sebesar 0,007, nilai koefisien X2 (Pelayanan) sebesar 0,000, nilai koefisien X3 (Reputasi) sebesar 0,002, nilai koefisien X4 (*Profit and loss sharing)* sebesar 0,008, sedangkan nilai koefisien X5 (Promosi) sebesar 0,001 maka variabel lokasi, pelayanan, reputasi, *profit and loss sharing,* promosi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah BCA Syariah berpengaruh positif, hal itu dikarenakan nilai signifikansi lebih kecil dari probabilitas alpha (α) 5% atau setara dengan 0,05.

a. Variabel Lokasi

Berdasarkan pada tabel 4.4 diatas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel lokasi yaitu (X1) terdapat nilai probabilitas sebesar 0,007 (0,007<0,05). Hal tersebut membutikan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta, maka Ha diterima.

b. Variabel Pelayanan

Berdasarkan pada tabel 4.4 diatas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel pelayanan yaitu (X2) terdapat

nilai probabilitas sebesar 0,000 (0,000<0,05). Hal tersebut membutikan bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogykarta, maka Ha diterima.

c. Variabel Reputasi

Berdasarkan pada tabel 4.4 diatas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel reputasi yaitu (X3) terdapat nilai probabilitas sebesar 0,002 (0,002<0,05). Hal tersebut membutikan bahwa variabel reputasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogykarta, maka Ha diterima.

d. Variabel *Profit and loss sharing*

Berdasarkan pada tabel 4.4 diatas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *profit and loss sharing* yaitu (X4) terdapat nilai probabilitas sebesar 0,008 (0,008<0,05). Hal tersebut membutikan bahwa variabel *profit and loss sharing* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogykarta, maka Ha diterima.

e. Variabel Promosi

Berdasarkan pada tabel 4.4 diatas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel promosi yaitu (X5) terdapat nilai probabilitas sebesar 0,001 (0,001<0,05). Hal tersebut membutikan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogykarta, maka Ha diterima.

Sedangkan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel, maka dapat diketahui apakah hipotesis diterima atau ditolak. Sesuai dengan rumus df = n-k-1 (40-6-1), maka t tabel yang diperoleh adalah sebesar 2,035. Berdasarkan pada tabel 4.4, maka dapat dijelaskan pengaruh masing-masing variabel tersebut:

a. Variabel Lokasi

Berdasarkan pada tabel 4.4 nilai t hitung pada variabel lokasi yaitu (X1) adalah 3,441. Dengan menggunakan taraf dua sisi signifikansi dan derajat kebebasan df = n-k-1 (40-6-1) maka t tabel yang diperoleh adalah 2,035 sehingga dapat disimpulka bahwa t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 3,441 > 2,035. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta, maka Ho ditolak.

b. Variabel Pelayanan

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.4 maka diketahui besar t hitung untuk variabel pelayanan yaitu 5,335. Diketahui nilai t tabel sebesar 2,035. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu 5,335 > 2,035. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta, maka Ho ditolak.

c. Variabel Reputasi

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.4 maka diketahui besar t hitung untuk variabel reputasi yaitu 4,253. Diketahui nilai t tabel sebesar 2,035. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu 4,253 > 2,035. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa reputasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta, maka Ho ditolak.

d. Variabel *Profit and loss sharing* (Bagi Hasil)

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.4 maka diketahui besar t hitung untuk variabel *profit and loss sharing* (bagi hasil) yaitu 3,371. Diketahui nilai t tabel sebesar 2,035. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu 3,371 > 2,035. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa *profit and loss sharing* (bagi hasil) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta, maka Ho ditolak.

e. Variabel Promosi

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.4 maka diketahui besar t hitung untuk variabel promosi yaitu 3,555. Diketahui nilai t tabel sebesar 2,035. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu 3,555 > 2,035. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta, maka Ho ditolak.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji-F sering digunakan untuk melihat signifikansi secara menyeluruh pada sebuah persamaan regresi. Hal ini unutk mengatasi kelemahan uji-t yang tidak dapat digunakan untuk menguji hipotesis lebih dari satu koefisien sekaligus.

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secaea simultan digunakan uji F.

a. Ho : $\beta1 = \beta2 = \beta3 = \beta4 = \beta5 = \beta6$

Artinya tidak semua variabel independen berpengaruh secara simultan.

Ha : $\beta1 \neq \beta2 \neq \beta3 \neq \beta4 \neq \beta5 \neq \beta6$

Artinya semua variabel independen berpengaruh secara simultan.

b. Jika F-hitung > F-tabel, maka Ha diterima ($\alpha$ = 5%)

Jika F-hitung < F-tabel, maka Ho ditolak ($\alpha$ = 5%)

**Tabel 4.5**

**Hasil Uji Simultan (F)**

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 33.832 | 5 | 6.766 | 7.358 | .000[b] |
| | Residual | 31.268 | 34 | .920 | | |
| | Total | 65.100 | 39 | | | |

a. Dependent Variable: TotalY

b. Predictors: (Constant), TotalX5, TotalX2, TotalX3, TotalX4, TotalX1

*Sumber : Data Primer diolah dari SPSS 25.0*

Dari tabel 4.5 diatas menjelaskan apakah variasi nilai variabel bebas atau variabel independen dapat menjelaskan variasi nilai dependen dengan menggunakan besarnya nilai F. Jika menggunakan alpha 5% sebagai nilai probabilitas untuk signifikansi maka besarnya F hitung adalah 7,358 sedangkan besar signifikansinya adalah 0,000. Signifikansi tabel ANOVA sebesar 0,000 < 0,05 (probabilitas) dengan demikian Ho ditolak.

Berdasarkan penghitungan taraf signifikansi 5% (0,05) serta derajat kebebasan df1 = k-1 (6-1) dan df2 = n-k (40-6), maka nilai F tabel yang diperoleh adalah sebesar 2,49. Melihat hasil olah data pada tabel diatas, diketahui nilai F hitung adalah 7,358 sehingga dapat disimpulkan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel yaitu 7,358 > 2,49. Hal ini menjelaskan bahwa semua variabel bebas yaitu lokasi, pelayanan, reputasi, *profit and loss sharing,* promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta. Maka hipotesis diterima.

4. Uji Koefisien Determinasi ($R^2$)

Sebelum menguji koefisien determinasi, maka ditunjukkan analisis korelasi sederhana yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya jika nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Menurut (Sugiyono, 2010) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien determinasi sebagai berikut:

**Tabel 4.6**

**Interpretasi Koefisien Korelasi**

| No. | Interval | Kriteria |
|---|---|---|
| 1. | 0,00 - 0,199 | Sangat Rendah |
| 2. | 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 3. | 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 4. | 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 5. | 0,80 – 1,000 | Sangat Kuat |

*Sumber :* (Sugiyono, 2010)

Dari hasil analisis regresi, output *model summary,* berikut hasil uji koefisien determinasi dengan SPSS 25,0 *for windows* dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 4.7**

**Uji Determinasi**

**Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .721[a] | .520 | .449 | .959 |

a. Predictors: (Constant), TotalX5, TotalX2, TotalX3, TotalX4, TotalX1

*Sumber : Data Primer diolah dari SPSS 25.0*

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan besarnya koefisien determinasi *(Adjusted $R^2$)* = 0,449 ini mengidentifikasikan bahwa sebesar 44,9% dari lokasi, pelayanan, reputasi, *profit and loss sharing* (bagi hasil), dan promosi berpengaruhi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta. Sedangkan 55,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5. Variabel Paling Dominan

Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh paling dominan diantara kelima variabel lokasi, pelayanan, reputasi, *profit and loss sharing*, dan promosi, maka dapat dinilai masing-masing variabel dari hasil berikut:

**Tabel 4.8**

**Variabel Dominan**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .275 | 1.784 | | 3.088 | .078 |
| | TotalX1 | -.066 | .131 | -.095 | 3.441 | .007 |
| | TotalX2 | .132 | .090 | .245 | 5.335 | .000 |
| | TotalX3 | .078 | .089 | .124 | 4.253 | .002 |
| | TotalX4 | -.026 | .207 | -.022 | 3.371 | .008 |
| | TotalX5 | .351 | .099 | .634 | 3.555 | .001 |

a. Dependent Variable: TotalY

*Sumber : Data Primer diolah dari SPSS 25.0*

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, terlihat pada kolom *unstandardized coefficients* untuk variabel lokasi yaitu sebesar -0,066 untuk variabel pelayanan yaitu sebesar 0,132 untuk variabel reputasi yaitu sebesar 0,078 untuk variabel *profit and loss sharing* yaitu sebesar -0,26 untuk variabel promosi yaitu sebesar 0,351 Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi memiliki nilai yang lebih besar dari pada variabel lokasi, pelayanan, reputasi, *profit and loss sharing*, maka variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel minat adalah variabel promosi dengan nilai sebesar 0,351.

## E. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, pelayanan, reputasi, *profit and loss sharing*, dan promosi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta, selain itu juga untuk mengetahui ke lima faktor yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta. Penelitian ini melibatkan 40 orang responden. Untuk menjawab rumusan masalah penelitian maka dibawah ini adalah pembahasan dari hasil penelitian.

1. **Pengaruh Variabel Lokasi, Pelayanan, Reputasi, *Profit and loss sharing*, dan Promosi terhadap Minat Nasabah Non Muslim menjadi Nasabah Di KC BCA Syariah Yogyakarta**

   a. Pengaruh Variabel Lokasi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta

   Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengujian signifikansi menunjukkan terdapat nilai probabilitas sebesar 0,007 (0,007<0,05). Nilai tersebut membuktikan Ha diterima, yang berarti bahwa Lokasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta.

   Menurut (Kasmir, 2005) lokasi bank adalah tempat dimana diperjualkannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Kasmir menyebutkan secara umum pertimbangan menentukan letak suatu lokasi yaitu jenis usaha yang dijalankan, apakah dekat dekat dengan pasar/konsumen, apakah tersedia tenaga kerja, tersedia sarana prasarana, dekat dengan pusat pemerintahan, berada di kawasan industri, kemudahan untuk melakukan ekspansi, kondisi adat istiadat budaya masyarakat, hukum yang berlaku di wilayah setempat, tersedianya sumber daya lain.

   Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta. Karena nasabah menganggap bahwa lokasi BCA Syariah adalah strategis, dekat dengan kantor-kantor lain, dekat dengan pusat perbelanjaan, dekat dengan nasabah karena nasabah akan memilih mendatangi Bank Syariah yang lokasinya mudah diakses dari pada yang lebih susah. Maka semakin baik suatu Bank Syariah menentukan letak suatu lokasi akan semakin meningkat juga minat masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah bank syariah.

   Hal ini didukung dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang berkaitan dengan minat nasabah non muslim untuk menjadi nasabah bank syariah yang ditulis oleh (Asnawi, 2014) menjelaskan

lokasi berpengaruh terhadap minat, berarti jika lokasi bank syariah semakin mudah dijangkau maka nasabah akan semakin berminat, sehingga minat pun akan meningkat. Lokasi terus memberikan hasil positif terhadap minat mengajak orang lain.

b. Pengaruh Variabel Pelayanan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,000 (0,000<0,05). Nilai tersebut dapat membuktikan Ha diterima, yang berarti bahwa Pelayanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta.

Menurut (Sedyana, 1995) pelayanan yaitu suatu kegiatan yang menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik-baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang-ulang.

Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta. Pelayanan setiap bank akan sangat dirasakan oleh nasabah saat menabung dan bertransaksi di bank, karena pelayanan adalah hal yang langsung dirasakan oleh nasabah tanpa ada pemberitahuan dari orang lain pun nasabah bisa menilai sendiri bagaimana yang dirasakannya. Oleh karena itu semakin baik pelayanan di sebuah bank syariah maka akan semakin besar pula minat nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di bank syariah. Dalam melayani nasabahnya petugas bank harus bersikap sopan dan santun, mempunyai penguasaan yang baik dalam menyampaikan informasi kepada nasabah dan dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah.

Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kurniati, 2012) yang berkaitan dengan persepsi nasabah terhadap

perbankan syariah adalah kemudahan dalam bertransaksi dan pelayanan yang memuaskan, cepat dan mudah.

c. Pengaruh variabel reputasi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,002 (0,002<0,05). Nilai tersebut dapat membuktikan Ha diterima, yang berarti bahwa reputasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta.

Reputasi menurut (Kotler, 2010) reputasi bank diartikan sebagai suatu bangunan sosial yang mengayomi suatu hubungan, kepercayaan yang akhirnya akan menciptakan *brand image* bagi suatu perusahaan. Reputasi yang baik dan terpercaya merupakan sumber keunggulan bersaing suatu bank. Adanya reputasi yang baik dalam sebuah perusahaan bank akan menimbulkan kepercayaan bagi nasabahnya. Suatu kepercayaan adalah pikiran deskriptif oleh seorang mengenai suatu hal.

Reputasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta. Reputasi dari sebuah bank akan sangat mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah bank syariah, reputasi dapat dilihat dari seberapa baik bank terhadap kebutuhan kalangan masyarakat. Nasabah dapat mempertimbangkan semakin baik reputasi bank syariah yang memiliki citra yang baik, jaringan perusahaan yang luas, dan mesin ATM yang dapat dijangkau dimana-mana.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang ditulis oleh (Asnawi, 2014) reputasi terus memberikan hasil yang positif terhadap minat, berarti jika semakin baik reputasi sebuak bank maka nasabah akan semakin berminat untuk menabung dan mengajak orang lain, sehingga minat pun akan meningkat.

d. Pengaruh variabel *Profit and loss sharing* terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,008 (0,008<0,05). Nilai tersebut dapat membuktikan Ha diterima, yang berarti bahwa *profit and loss sharing* (bagi hasil) berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta.

Menurut (Yahya & Agunggunanto, 2011) *profit and loss sharing* berarti keuntungan dan atau kerugian yang mungkin timbul dari kegiatan ekonomi/bisnis ditanggung bersama-sama. Dalam atribut nisbah bagi hasil tidak terdapat suatu *fixed and certain return* sebagaimana bunga, tetapi dilakukan *profit and loss sharing* berdasarkan produktifitas nyata dari produk tersebut.

*Profit and loss sharing* (bagi hasil) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta. Karena positif, semakin tinggi *profit and loss sharing* yang diberikan oleh pihak bank maka minat menjadi nasabah di bank syariah semakin tinggi. Hasil ini dimungkinkan karena *profit and loss sharing* yang diberikan oleh BCA Syariah Yogyakarta kepada non muslim cukup tinggi dan BCA Syariah termasuk bank yang dapat meberikan bagi hasil atau mempunyai tingkat keuntungan yang tinggo untuk dibagikan kepada nasabah BCA Syariah Yogyakarta.

Hal ini didukung oleh penelitian yang ditulis oleh (Asnawi, 2014) *Profit and loss sharing* sangat terkait dengan kemampuan bank dalam mengelola keuangan untuk mendapat keuntungan, bagi non muslim mereka berpendapat bahwa *profit and loss sharing* merupakan hal yang logis karena nasabah akan mendapat keuntungan dari bank jika bank mendapat keuntungan juga. Jadi, logikanya semakin baik bank mengelola keuangan maka semakin besar keuntumgan yang diperoleh bank, semakin besar keuntungan yang diperoleh bank maka semakin

besar *profit and loss sharing* yang dibagikan, dan semakin besar *profit and loss sharing* yang dibagikan nasabah bank syariah.

e. Pengaruh promosi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,001 (0,001<0,05). Nilai tersebut dapat membuktikan Ha diterima, yang berarti bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta.

Menurut (Hasan A. , 2008) promosi adalah fungsi pemasaran yang fokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasif kepada target *audience* (pelanggan-calon pelanggan) untuk mendorong terciptanya transaksi pertukaran antara perusahaan dan *audience.*

Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta, ini menandakan bahwa promosi yang dilakukan oleh BCA Syariah Yogyakarta memang sudah baik dan dapat dipahami oleh masyarakat, khususnya nasabah non muslim yang telah menjadi responden. Dengan promosi yang baik, kepercayaan konsumen dengan BCA Syariah secara otomatis akan meningkat. Suatu promosi penjualan mendorong seseorang untuk menggunakan suatu jasa atau produk dengan menawarkan sesuatu yang nyata (hadiah dan lain-lain).

Hal ini didukung penelitian yang ditulis oleh (Asnawi, 2014) tentang pengaruh promosi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah bank syariah bahwa semakin menarik dan informatif promosi yang dibuat maka semakin menarik minat nasabah untuk menabung di bank syariah. Tujuan utama promosi adalah memodifikasi tingkah laku konsumen, menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan produk atau jasa yang ditawarkan. Pengaruh promosi terhadap keputusan konsumen

yaitu konsumen yang terangsang kebutuhannya akan mendorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. (Kotler, 2010).

**2. Variabel Yang Paling Dominan Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta**

Berdasarkan hasil penelitian maka dari variabel lokasi, pelayanan, reputasi, *profit and loss sharing,* dan promosi maka variabel yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta yaitu variabel promosi beta sebesar 0,351. Karena positif, semakin baik promosi yang diberikan oleh pihak bank maka minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah semakin tinggi. Hasil ini dimungkinkan karena promosi yang diberikan oleh BCA Syariah Yogyakarta kepada nasabah non muslim cukup baik dan BCA Syariah Yogyakarta termasuk bank yang dapat memberikan hadiah kepada nasabah yang loyal.

Pada penelitian (Fauzan, 2016) variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat dari masyarakat non muslim menjadi nasabah adalah variabel fasilitas pelayanan dengan memiliki T-hitung sebesar 4,042 > Tabel 1,980. Namun penelitian yang dilakukan peneliti variabel yang paling berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim yaitu variabel promosi.

# BAB V
# KESIMPULAN DAN SARAN

## A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh lokasi, pelayanan, reputasi, *profit and loss sharing,* dan promosi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta
   a. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,007 (0,007<0,05). Nilai tersebut dapat membuktikan Ha diterima, yang berarti bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta.
   b. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,000 (0,000<0,05). Nilai tersebut dapat membuktikan Ha diterima, yang berarti bahwa Pelayanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta.
   c. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,002 (0,002<0,05). Nilai tersebut dapat membuktikan Ha diterima, yang berarti bahwa reputasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta.
   d. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,008 (0,008<0,05). Nilai tersebut dapat membuktikan Ha diterima, yang berarti bahwa *profit and loss sharing* (bagi hasil) berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta.
   e. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,001 (0,001<0,05). Nilai tersebut dapat

membuktikan Ha diterima, yang berarti bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah KC BCA Syariah Yogyakarta.

2. Variabel yang paling dominan mempengaruhi nasabah non muslim menjadi nasabah di KC BCA Syariah Yogyakarta

   Berdasarkan hasil penelitian, dari ke lima faktor hasil yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah adalah variabel X5 yaitu variabel promosi dengan hasil sebesar 0,351.

## B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengingat variabel yang paling tinggi mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah BCA Syariah Yogyakarta adalah variabel promosi, hendaknya BCA syariah minimal tetap mempertahankan promosi kepada masyarakat agar menarik minat nasabah. Perlu adanya inovasi dalam melakukan promosi melihat di era penuh persaingan ini bank tidak bisa hanya melakukan promosi.
2. Pelayanan kepada nasabah harus diperhatikan lagi karena apabila pelayanannya kurang baik maka nasabah akan kecewa sehingga akan membuat nasabah pindah ke bank lainnya.
3. Dalam dunia perbankan syariah adalah idealisme produk atau kinerja berdasarkan syariat Islam yang harus terus dipertahankan. Karena hal ini yang membedakan antara bank konvensional dan bank syariah.
4. Untuk peneliti yang akan datang disarankan untuk jumlah pertanyaan dari masing-masing variabel ditambah lagi.
5. Obyek penelitian yang masih kecil, dimana letak BCA Syariah Yogyakarta juga terdapat kantor yang digunakan oleh BCA Konvensional.

# DAFTAR PUSTAKA


Abdurahman, M., Muhidin, S. A., & Somantri, A. (2011). *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian.* Bandung: Pustaka Setia.

Al-Arif, & Rianto, M. N. (2011). *Dasar-dasar Ekonomi Islam.* Solo: Era Adicitra Intermedia.

Alguad, L. M., & Lewis, M. K. (2003). *Perbankan Syariah Prinsip Praktik Prospek.* Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.

Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah Teori ke Praktik.* Jakarta: Gema Insani Press.

Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* . Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Asnawi. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Muslim dan Non Muslim Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.

Azmi, A. A., & Fauzy, R. M. (2015). Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Di BNI Syariah KC. Rungkut Surabaya). *JESTT*.

BCA Syariah. (2018, April 3). Retrieved from http:www.bcasyariah.co.id

C.S.T. Kamsil, d. (2002). *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia.* Jakarta: Sinar Grafika.

Damodar, G. (2006). *Dasar-Dasar Ekonometrika.* Jakarta: Erlangga.

Fauzan, M. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Dengan Regresi Linier Berganda Di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pematangsiantar. *Jurasik.*

Ghozali. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* Semarang.

Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Ke Empat.* Semarang: Badan Penerbit Undip.

Hadi, S. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan.* Yogyakarta: Ekonisia.

Hamid, E. S. (2012). *Dinamika Ekonomi Indonesia.* Yogyakarta: UII Press.

Hapsari, F. T., & Beik, I. S. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim dalam Menggunakan jasa Bank Syariah di DKI Jakarta. *Jurnal Al-Muzara'ah*.

Hasan, A. (2008). *Marketing.* Yogyakarta: Media Pressindo.

Hasan, I. (2004). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik.* Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank.* Jakarta: Kencana.

Kertajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing.* Bandung: Mizan Pustaka.

Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol.* Jakarta: Prenhallindo.

Kurniati. (2012). Analisis Persepsi dan Preferensi Nasabah Muslim dan Nasabah Non Muslim Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah di Provinsi DIY. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*.

Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba.

Mappiare, A. (2004). *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan.* Surabaya: Usana Offset Printing.

Muhamad. (2004). *Manajemen Dana Bank Syariah.* Yogyakarta: CV ADIPURA.

Muhammad. (2002). *Manajemen Bank Syariah.* Yogyakarta: AMYKPN.

Muhammad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam.* Jakarta: PT. Rajawali Press.

Muhammad Firdaus NH, d. (2005). *Konsep & Implementasi Bank Syariah.* Jakarta: Renaisan.

Muhammad Syafii, A. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik.* Jakarta: Gema Insani.

Perwataadmaja, K., & Antonio, M. S. (1992). *Apa Dan Bagaimana Bank Islam.* Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.

Philip Kotler, G. A. (2011). *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Pradipta, A., Hariadi, S., & Ariani, M. (2017). Preferensi Nasabah Non Muslim Terhadap Bank Syariah : Studi Kualitatif. *Prosiding SNaPP2017*.

Rivai, V. (2011). *Islamic Transaction Law in Business dari Teori ke Praktik.* Jakarta: Bumi Aksara.

Sedyana. (1995). *Perilaku Konsumen.* Bandung: Presko.

Setiadi, N. (2005). *Perilaku Konsumen.* Jakarta: Prenada Media.

Shaleh, A. R., & Wahab, M. A. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam).* Jakarta: Kencana.

Shaleh, A. R., & Wahab, M. A. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam.* Jakarta: Prenada Media.

Siddiqi, M. N. (2010). *Bank Islam.* Bandung: PUsaka.

Silalahi. (2009). *Metode Penelitian Sosial.* Bandung: PT. Refika Aditama.

Sinungan, M. D. (1990). *Manajemen Dana Bank.* Jakarta: Rineka Cipta.

Sopiah, & Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: Andi.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D.* Bandung: Alfabeta.

Sukandarrumidi. (2002). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Wardana, & Arya, W. (2009). *Melacak Teori Einstein dalam Al Qur'an Penjelasan Ilmiah tentang Teori Einstein dalam Al Qur'an.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Wibowo, E., & Widodo, U. H. (2005). *Mengapa Memilih Bank Syariah?* Bogor: Ghalia Indonesia.

Yahya, M., & Agunggunanto, E. Y. (2011). Teori Bagi Hasil (Profit And Loss Sharing) dan Perbankan Syariah Dalam Ekonomi Syariah. *Dinamika Ekonomi Pembangunan*.

Yakin, I. A. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Muslim dan Non Muslim Terhadap Transaksi Pembiayaan Pada Perbankan Syariah. *Tsarwah (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam).*

Yupitri, E., & Sari, R. L. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan. *Jurnal Ekonom dan Keuangan*.

# LAMPIRAN

**Lampiran 1**

**Lampiran Kuisioner**

## KUISIONER PENELITIAN

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH NON MUSLIM MENJADI NASABAH DI KANTOR CABANG BCA SYARIAH YOGYAKARTA

### A. IDENTITAS PRIBADI

Mohon dengan hormat kesediaan saudara untuk menjawab pertanyaan dibawah ini. (Jawaban yang saudara berikan akan dirahasiakan).

Berilah tanda (√) didepan jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.

1. Jenis Kelamin

   ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

2. Umur

   ☐ 15-25 tahun ☐ 25-34 tahun ☐ 35-44 tahun

   ☐ 45-55 tahun ☐ >55 tahun

3. Agama

   ☐ Hindu ☐ Budha ☐ Konghucu

   ☐ Kristen ☐ Katholik ☐ Lainnya

4. Pendidikan Terakhir

   ☐ SMA ☐ Diploma ☐ Sarjana

   ☐ Pascasarjana ☐ Lainnya

5. Pekerjaan/Profesi

   ☐ PNS ☐ Wirausaha ☐ TNI

   ☐ Pegawai Swasta ☐ Lainnya

## B. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER, VARIABEL LOKASI, PELAYANAN, REPUTASI, *PROFIT SHARING* (BAGI HASIL), PROMOSI DAN MINAT

1. Dari daftar pertanyaan yang ada dikelompokkan dalam 6 (enam) bagian utama indikator pengukuran (Lihat Tabel).
2. Responden diharapkan membaca dan mencermati dahulu masing-masing pertanyaan sebelum memberikan jawaban.
3. Responden dapat memberikan memberikan jawaban tanda centang (√) dikolom pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia. **Jawaban hanya cukup satu saja untuk setiap pertanyaan.**
4. Pada masing-masing pertanyaan terdapat lima alternatif jawaban yang mengacu pada teknik skala Likert, yaitu:

   STS = Sangat Tidak Setuju S = Setuju

   TS = Tidak Setuju SS = Sangat Setuju

   N = Netral.
5. Data responden dan semua informasi yang diberikan peneliti **menjamin kerahasiaannya**, oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuisioner dengan jawaban sebenarnya dan seobjektif mungkin.

### 1. Variabel Lokasi

| No | Daftar Pernyataan Variabel Lokasi | Alternatif Jawaban | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| 1 | Lokasi Bank Syariah strategis karena berada di pusat pemerintahan | | | | | |
| 2 | Bank Syariah terletak di kantor lain | | | | | |
| 3 | Bank Syariah dekat dengan pusat perbelanjaan | | | | | |
| 4 | Bank Syariah dekat dengan nasabah | | | | | |

## 2. Variabel Pelayanan

| No | Daftar Pernyataan Variabel Pelayanan | Alternatif Jawaban | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| 1 | Bank Syariah memiliki teknologi yang canggih | | | | | |
| 2 | Sikap sopan dan santun karyawan Bank Syariah dalam melayani nasabah sudah baik | | | | | |
| 3 | Karyawan Bank Syariah mempunyai penguasaan yang baik dalam menyampaikan informasi kepada nasabah | | | | | |
| 4 | Karyawan Bank Syariah memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah | | | | | |

## 3. Variabel Reputasi

| No | Daftar Pernyataan Variabel Reputasi | Alternatif Jawaban | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| 1 | Bank Syariah terkenal dikalangan masayarakat luas | | | | | |
| 2 | Bank Syariah memiliki citra yang baik dikalangan masyarakat | | | | | |
| 3 | Jaringan perusahaan yang dimiliki Bank Syariah sudah cukup banyak | | | | | |
| 4 | Bank Syariah memiliki fasilitas ATM yang telah tersebar dimana-mana | | | | | |

### 4. Variabel *Profit Sharing* (Bagi Hasil)

| No | Daftar Pernyataan *Profit Sharing* (Bagi Hasil) | Alternatif Jawaban | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| 1 | Kesepakatan bagi hasil yang ditetapkan Bank Syariah sesuai dengan keinginan saya | | | | | |
| 2 | Keuntungan yang didapat Bank Syariah berpengaruh bagi pembagian bagi hasil yang diterima nasabah | | | | | |

### 5. Variabel Promosi

| No | Daftar Pernyataan Variabel Promosi | Alternatif Jawaban | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| 1 | Media promosi yang banyak sehingga memudahkan saudara untuk memahami Bank Syariah | | | | | |
| 2 | Bank Syariah terjangkau untuk seluruh lapisan masyarakat | | | | | |
| 3 | Pemberian intensif supaya membeli produk bank syariah telah membuat nasabah merasa tertarik | | | | | |
| 4 | Bank syariah sering memberikan hadiah kepada nasabah yang loyal | | | | | |

### 6. Variabel Minat

| No | Daftar Pernyataan Variabel Minat | Alternatif Jawaban | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| 1 | Dengan memperhatikan variabel lokasi, pelayanan, reputasi, *profit sharing* dan promosi, maka saudara berkeinginan menjadi nasabah Bank Syariah | | | | | |
| 2 | Saudara akan mengajak orang lain untuk menjadi nasabah Bank Syariah | | | | | |

# Lampiran 2

## Jawaban Responden Atas Kuisioner

| Responden | (X1) | | | | X1 | (X2) | | | | X2 | (X3) | | | | X3 | (X4) | | X4 | (X5) | | | | X5 | (X6) | | X6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 5 | 5 | 10 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 8 |
| 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 3 | 4 | 17 | 5 | 4 | 9 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 8 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 | 4 | 4 | 8 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 10 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 | 4 | 5 | 9 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 5 | 9 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 | 5 | 5 | 10 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 8 |
| 6 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 | 4 | 4 | 8 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 8 |
| 7 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 8 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 8 |
| 8 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 5 | 5 | 10 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 10 |
| 9 | 5 | 3 | 5 | 2 | 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 3 | 3 | 4 | 2 | 12 | 4 | 4 | 8 | 2 | 2 | 4 | 4 | 12 | 4 | 3 | 7 |
| 10 | 4 | 2 | 5 | 4 | 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 3 | 4 | 2 | 2 | 11 | 3 | 4 | 7 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 5 | 4 | 9 |
| 11 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 6 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 8 |
| 12 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 8 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 10 |
| 13 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 5 | 5 | 10 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 5 | 5 | 10 |
| 14 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 8 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 10 |
| 15 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 | 4 | 4 | 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 10 |
| 16 | 2 | 3 | 5 | 4 | 14 | 2 | 4 | 2 | 4 | 12 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 2 | 4 | 6 | 2 | 4 | 3 | 3 | 12 | 2 | 3 | 5 |
| 17 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 3 | 7 | 4 | 2 | 4 | 3 | 13 | 4 | 4 | 8 |
| 18 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 | 4 | 4 | 8 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 8 |
| 19 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 5 | 3 | 1 | 2 | 11 | 4 | 4 | 8 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 7 |
| 20 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 2 | 5 | 15 | 4 | 4 | 8 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 10 |
| 21 | 2 | 4 | 5 | 2 | 13 | 1 | 3 | 2 | 4 | 10 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 5 | 9 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 5 | 5 | 10 |
| 22 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 3 | 4 | 7 | 2 | 3 | 2 | 3 | 10 | 3 | 3 | 6 |
| 23 | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 10 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 8 |
| 24 | 2 | 3 | 5 | 4 | 14 | 4 | 4 | 2 | 4 | 14 | 2 | 4 | 3 | 4 | 13 | 4 | 4 | 8 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 | 3 | 4 | 7 |
| 25 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | 5 | 5 | 10 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 10 |
| 26 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 | 4 | 4 | 8 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 8 |
| 27 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 5 | 9 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 8 |
| 28 | 4 | 3 | 5 | 5 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 2 | 4 | 5 | 3 | 14 | 4 | 4 | 8 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 4 | 4 | 8 |
| 29 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | 4 | 4 | 8 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 4 | 5 | 9 |
| 30 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 3 | 4 | 7 | 2 | 3 | 2 | 3 | 10 | 3 | 3 | 6 |
| 31 | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 10 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 8 |
| 32 | 2 | 3 | 5 | 4 | 14 | 4 | 4 | 2 | 4 | 14 | 2 | 4 | 3 | 4 | 13 | 4 | 4 | 8 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 | 3 | 4 | 7 |
| 33 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | 5 | 5 | 10 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 10 |
| 34 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 | 4 | 4 | 8 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 8 |
| 35 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 5 | 9 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 8 |
| 36 | 4 | 3 | 5 | 5 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 2 | 4 | 5 | 3 | 14 | 4 | 4 | 8 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 4 | 4 | 8 |
| 37 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | 4 | 4 | 8 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 4 | 5 | 9 |
| 38 | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 10 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 8 |
| 39 | 2 | 3 | 5 | 4 | 14 | 4 | 4 | 2 | 4 | 14 | 2 | 4 | 3 | 4 | 13 | 4 | 4 | 8 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 | 3 | 4 | 7 |
| 40 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | 5 | 5 | 10 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 10 |

## Lampiran 3

## Uji Validitas

## Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X1)

**Correlations**

| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | TotalX1 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | .291 | .478** | .063 | .753** |
| | Sig. (2-tailed) | | .068 | .002 | .699 | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| X1.2 | Pearson Correlation | .291 | 1 | .108 | -.053 | .484** |
| | Sig. (2-tailed) | .068 | | .506 | .748 | .002 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| X1.3 | Pearson Correlation | .478** | .108 | 1 | .268 | .765** |
| | Sig. (2-tailed) | .002 | .506 | | .095 | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| X1.4 | Pearson Correlation | .063 | -.053 | .268 | 1 | .504** |
| | Sig. (2-tailed) | .699 | .748 | .095 | | .001 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| TotalX1 | Pearson Correlation | .753** | .484** | .765** | .504** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .002 | .000 | .001 | |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |

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

## Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X2)

**Correlations**

| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | TotalX2 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | .538** | .487** | .220 | .748** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .001 | .172 | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| X2.2 | Pearson Correlation | .538** | 1 | .523** | .233 | .741** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .001 | .148 | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| X2.3 | Pearson Correlation | .487** | .523** | 1 | .761** | .907** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .001 | | .000 | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| X2.4 | Pearson Correlation | .220 | .233 | .761** | 1 | .682** |
| | Sig. (2-tailed) | .172 | .148 | .000 | | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| TotalX2 | Pearson Correlation | .748** | .741** | .907** | .682** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |

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

## Hasil Uji Validitas Variabel Reputasi (X3)

**Correlations**

| | | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | TotalX3 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| X3.1 | Pearson Correlation | 1 | .330* | -.172 | .410** | .590** |
| | Sig. (2-tailed) | | .037 | .287 | .009 | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| X3.2 | Pearson Correlation | .330* | 1 | .017 | .456** | .568** |
| | Sig. (2-tailed) | .037 | | .917 | .003 | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| X3.3 | Pearson Correlation | -.172 | .017 | 1 | .203 | .520** |
| | Sig. (2-tailed) | .287 | .917 | | .210 | .001 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| X3.4 | Pearson Correlation | .410** | .456** | .203 | 1 | .823** |
| | Sig. (2-tailed) | .009 | .003 | .210 | | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| TotalX3 | Pearson Correlation | .590** | .568** | .520** | .823** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .001 | .000 | |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Hasil Uji Validitas Variabel *Profit and Loss Sharing* / Bagi Hasil (X4)

**Correlations**

| | | X4.1 | X4.2 | TotalX4 |
|---|---|---|---|---|
| X4.1 | Pearson Correlation | 1 | .629** | .922** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 |
| X4.2 | Pearson Correlation | .629** | 1 | .882** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 |
| TotalX4 | Pearson Correlation | .922** | .882** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | |
| | N | 40 | 40 | 40 |

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

## Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X5)

**Correlations**

| | | X5.1 | X5.2 | X5.3 | X5.4 | TotalX5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| X5.1 | Pearson Correlation | 1 | .701** | .230 | .075 | .798** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .153 | .645 | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| X5.2 | Pearson Correlation | .701** | 1 | .212 | .269 | .808** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .190 | .094 | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| X5.3 | Pearson Correlation | .230 | .212 | 1 | .736** | .656** |
| | Sig. (2-tailed) | .153 | .190 | | .000 | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| X5.4 | Pearson Correlation | .075 | .269 | .736** | 1 | .603** |
| | Sig. (2-tailed) | .645 | .094 | .000 | | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| TotalX5 | Pearson Correlation | .798** | .808** | .656** | .603** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |

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

## Hasil Uji Validitas Variabel Minat (Y)

**Correlations**

| | | Y.1 | Y.2 | TotalY |
|---|---|---|---|---|
| Y.1 | Pearson Correlation | 1 | .746** | .940** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 |
| Y.2 | Pearson Correlation | .746** | 1 | .928** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 |
| | N | 40 | 40 | 40 |
| TotalY | Pearson Correlation | .940** | .928** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | |
| | N | 40 | 40 | 40 |

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

## Lampiran 4

## Uji Reliabilitas

### Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X1)

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .746 | 4 |

### Uji Realiabilitas Variabel Pelayanan (X2)

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .763 | 4 |

### Uji Reliabilitas Variabel Reputasi (X3)

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .756 | 4 |

### Uji Reliabilitas Variabel *Profit and Loss Sharing* / Bagi Hasil (X4)

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .763 | 2 |

### Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X5)

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .678 | 4 |

### Uji Reliabilitas Variabel Minat (Y)

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .853 | 2 |

## Lampiran 5

## Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .275 | 1.784 | | 3.088 | .078 |
| | TotalX1 | -.066 | .131 | -.095 | 3.441 | .007 |
| | TotalX2 | .132 | .090 | .245 | 5.335 | .000 |
| | TotalX3 | .078 | .089 | .124 | 4.253 | .002 |
| | TotalX4 | -.026 | .207 | -.022 | 3.371 | .008 |
| | TotalX5 | .351 | .099 | .634 | 3.555 | .001 |

## Lampiran 6

## Uji Parsial (Uji t)

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .275 | 1.784 | | 3.088 | .078 |
| | TotalX1 | -.066 | .131 | -.095 | 3.441 | .007 |
| | TotalX2 | .132 | .090 | .245 | 5.335 | .000 |
| | TotalX3 | .078 | .089 | .124 | 4.253 | .002 |
| | TotalX4 | -.026 | .207 | -.022 | 3.371 | .008 |
| | TotalX5 | .351 | .099 | .634 | 3.555 | .001 |

## Lampiran 7

## Uji Simultan (Uji F)

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 33.832 | 5 | 6.766 | 7.358 | .000[b] |
| | Residual | 31.268 | 34 | .920 | | |
| | Total | 65.100 | 39 | | | |

**Lampiran 8**

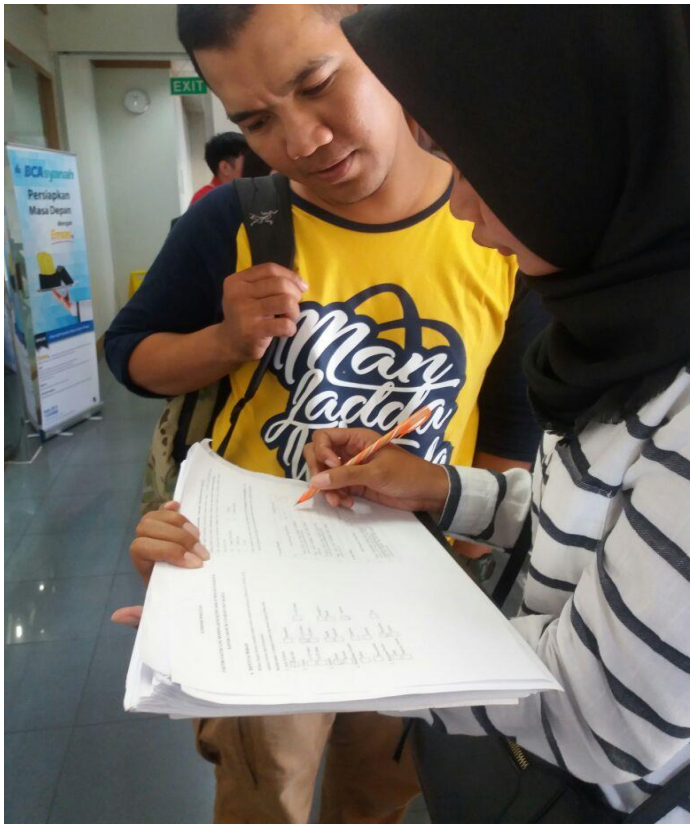
**Uji Koefisien Determinasi ($R^2$)**

**Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .721[a] | .520 | .449 | .959 |

**Lampiran 9**

**Nasabah Non Muslim Mengisi Kuisioner**



# CURRICULUM VITAE

## ANGGI FADHILAH

## Data Pribadi

Tempat, Tanggal Lahir : Rembang, 13 September 1995

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Warga Negara : Indonesia

Status : Belum Menikah

Alamat : Desa Demaan RT : 07 RW : 02 Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang Provinsi Jawa Tengah

## Kontak

Telepon : 082227533566

Email : anggifadhilah51@gmail.com

## Kemampuan

### Komputerisasi

| | |
|---|---|
| MS Word | ✪✪✪✪✫ |
| MS Exel | ✪✪✫✫✫ |
| MS Power Point | ✪✪✪✫✫ |
| Internet | ✪✪✪✪✫ |
| Photoshop | ✪✪✫✫✫ |

### Kecakapan

| | |
|---|---|
| Bhs Indonesia | ✪✪✪✪✪ |
| Bhs Inggris | ✪✪✫✫✫ |

## Pendidikan

### FORMAL

**SMP NEGERI 1 SULANG**

2008-2011

**SMA NEGERI 2 REMBANG**

2011-2014

### NON FORMAL

**KURSUS COMPUTER DAN INTERNET**

2011-2012

**BIMBINGAN BELAJAR GANESHA OPERATION**

2013-2014

## Pengalaman Organisasi

**SMP NEGERI 1 SULANG**

OSIS (Organisasi Siswa Intra Sekolah) 2008

Inti PRAMUKA 2009

**SMA NEGERI 2 REMBANG**

PMR 2011

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

» Staff Kepengurusan FKEI (Forum Kajian Ekonomi Islam) 2017