

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH NON-MUSLIM MENABUNG DI BANK BNI SYARIAH
PEKANBARU**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Sebagian dari Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama
Islam Universitas Islam Riau*



Oleh:

CHINTIA DEVY PUTRI WAHYUNINGRUM
NPM : 152310160

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2020



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

الْجَامِعَةُ الْإِسْلَامِيَّةُ الرَّيْوِيَّةُ

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

BERITA ACARA UJIAN MEJA HIJAU / SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Pekanbaru tanggal 08 Maret Nomor : 21/Kpts/Dekan/FAI/2020, maka pada hari ini Selasa Tanggal 10 Maret 2020 telah dilaksanakan Ujian Meja Hijau/Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau :

1. Nama : Chintia Devy Putri Wahyuningrum
2. NPM : 152310160
3. Program Studi : Ekonomi Syariah (S.1)
4. Judul Skripsi : Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non Muslim Menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru
5. Waktu Ujian : 08.00 – 09.00 WIB
6. Lulus Yudicium / Nilai : 84,25 (A-)
7. Keterangan lain : Ujian berjalan dengan lancar dan aman

PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. Zulkifli, MM,ME,Sy

Sekretaris

Boy S. Bakhri, SE, M.Sc,Ak

Dosen Penguji :

1. Dr. Zulkifli, MM,ME,Sy : Ketua
2. Boy S. Bakhri, SE, M.Sc,Ak : Sekretaris
3. Dr. Daharmi Astuti, Lc, M.Ag : Anggota
4. Muhammad Arif, SE,MM : Anggota

Dekan,
Fakultas Agama Islam UIR,



Dr. Zulkifli, M.M., M.E. Sy
NIDN : 1025066901



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الرiauية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini dimunaqasahkan dalam sidang ujian sarjana (S1) Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau:

Nama : Chintia Devy Putri Wahyuningrum
NPM : 152310160
Hari/Tanggal : Selasa, 10 Maret 2020
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non-Muslim Menabung Di Bank BNI Syariah Pekanbaru.

Skripsi ini dapat diterima oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau sebagai salah satu syarat memperoleh gelarsarjana (S1).

PANITIA UJIAN SKRIPSI
TIM PENGUJI

KETUA

Dr. Zulkifli, MM, ME.S
NIDN: 1025066901

SEKRETARIS

Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak
NIDN: 1012097002

PENGUJI I

Dr. Daharfi Astuti, Lc, M.Ag
NIDN: 1005107201

PENGUJI II

Muhammad Arif, S.E., M.M
NIDN: 1028048801

Diketahui Oleh
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Islam Riau



Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy
NIDN: 1025066901



UNIVERSITAS ISLAM RIAU FAKULTAS AGAMA ISLAM

الجامعة الإسلامية الربيونية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Chintia Devy Putri Wahyuningrum
NPM : 152310160
Pembimbing I : Dr. Zulkifli,MM,ME.Sy
Pembimbing II : Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non-Muslim Menabung Di Bank BNI Syariah Pekanbaru.

Disetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Zulkifli,MM,ME.Sy
NIDN:1025066901

Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak
NIDN:1012097002

Turut Menyetujui

Ketua Prodi
Ekonomi Syariah

Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak
NIDN: 1012097002

Dekan
Fakultas Agama Islam



Dr. Zulkifli,MM,ME.Sy
NIDN: 1025066901



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah dilaksanakan bimbingan skripsi terhadap :

Nama : Chintia Devy Putri Wahyuningrum

NPM : 152310160

Pembimbing I : Dr. Zulkifli,MM,ME.Sy

Pembimbing II : Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak

Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non-Muslim Menabung Di Bank BNI Syariah Pekanbaru.

Dengan rincian sebagai berikut :

No	Tanggal	Pembimbing I	BeritaBimbingan	Paraf
1	11 Nov 2019	Dr. Zulkifli,MM,ME.Sy	Perbaikan BAB I	L
2	19 Nov 2019	Dr. Zulkifli,MM,ME.Sy	Perbaikan BAB II	L
3	27 Nov 2019	Dr. Zulkifli,MM,ME.Sy	Perbaikan BAB III	L
4	17 Des 2019	Dr. Zulkifli,MM,ME.Sy	Perbaikan BAB IV	L
5	23 Des 2019	Dr. Zulkifli,MM,ME.Sy	Perbaikan BAB V	L
6	06 Feb 2020	Dr. Zulkifli,MM,ME.Sy	Perbaikan Abstrak	L
7	08 Feb 2020	Dr. Zulkifli,MM,ME.Sy	Perbaikan Referensi	L
8	11 Feb 2020	Dr. Zulkifli,MM,ME.Sy	Persetujuan ACC	L

Pekanbaru, 06 April 2020

Ditandatangani oleh:

Dekan Fakultas Agama Islam



Dr. Zulkifli,MM,ME.Sy

NIDN: 1025066901



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

الجامعة الإسلامية الرiauية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah dilaksanakan bimbingan skripsi terhadap :

Nama : Chintia Devy Putri Wahyuningrum

NPM : 152310160

Pembimbing I : Dr. Zulkifli,MM,ME.Sy

Pembimbing II : Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak

Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non-Muslim Menabung Di Bank BNI Syariah Pekanbaru.

Dengan rincian sebagai berikut :

No	Tanggal	Pembimbing II	BeritaBimbingan	Paraf
1	07 Nov 2019	Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak	Perbaikan BAB I	
2	14 Nov 2019	Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak	Perbaikan BAB II	
3	22 Nov 2019	Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak	Perbaikan BAB III	
4	05 Des 2019	Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak	Perbaikan Abstrak	
5	16 Des 2019	Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak	Perbaikan Daftar Pustaka	
6	20 Des 2020	Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak	Perbaikan IV	
7	04 Feb 2020	Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak	Perbaikan BAB V	
8	10 Feb2020	Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak	Persetujuan (ACC)	

Pekanbaru, 06 April 2020

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Agama Islam



Dr. Zulkifli,MM,ME.Sy
NIDN: 1025066901



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

Skripsi ini diterima dan disetujui untuk dimunaqasahkan oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1).

Dr. Zulkifli, MM, ME, Sy

Sponsor

Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc.Ak

Co. Sponsor

Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc.Ak

Ketua Program Studi

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau



CENTER FOR LANGUAGES AND ACADEMIC DEVELOPMENT

مركز اللغات والتطوير الأكاديمي

FAKULTAS AGAMA ISLAM - UNIVERSITAS ISLAM RIAU



Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No.113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284, Email : celaduir@gmail.com

FORMULIR TRANSLATE ABSTRAK BAHASA ARAB DAN INGGRIS

IDENTITAS MAHASISWA:

Nama : CHINTIA DEVY PUTRI WAHYUNINGRUM

NPM : 152210160


Judul Skripsi : "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non-Muslim Menabung Di Bank BNI Syariah Pekanbaru."

Pembimbing I : Dr. Zulkipli, MM, ME, Sy


Pembimbing II : Boy Syamsul Bakri, SE, M.Sc, Ak

Dengan ini saya menyatakan benar, bahwa mahasiswa Fakultas Agama Islam UIR dengan data identitas yang tertulis di atas tersebut telah melakukan translate Bahasa Arab dan Inggris dengan benar.

Mahasiswa:


(Chintia Devy p.w)

Pekanbaru, 09 - 04 - 2019


(Celad Pebrian)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Miik :

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Chintia Devy Putri Wahyuningrum
NPM : 152310160
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non-Muslim Menabung Di Bank BNI Syariah Pekanbaru.

Dengan ini mengatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang telah saya buat adalah benar hasil karya, dan dapat bertanggungjawabkan bila kemudian hari ternyata skripsi yang saya buat adalah **Plagiat**, dari orang, dan saya bersedia ijazah saya dicabut oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau (UIR).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Pekanbaru, 04 Maret 2020



Chintia Devy Putri Wahyuningrum

NPM : 152310160



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

Jl. Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan 28284; Pekanbaru, Riau, Indonesia

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT
No. 53/A-EKIS/FAI-UIR/III/2020

Ketua Program Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama	CHINTIA DEVY PUTRI WAHYUNINGRUM
NPM	152310160
Program Studi	Ekonomi Syariah

Judul Skripsi: **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH NON MUSLIM MENABUNG DI BANK BNI SYARIAH PEKANBARU.**

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 30% pada setiap sub bab naskah skripsi yang disusun. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk pengurusan surat keterangan bebas pustaka.

Pekanbaru, 30 Maret 2020
Ketua Prodi Ekonomi Syariah,


Boy Syamsul Bakhri, S.E., M.Sc., Ak
NIDN. 1012097002

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat.

Skripsi atau Tugas akhir ini saya persembahkan untuk

- Papi dan Mami terimakasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasehat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini*
- Adik Dimas, Mas Widy, Mba Widad, dan Dek Key terimakasih telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan tugas akhir ini.*
- Dosen Pembimbing tersabar Mas Zein yang sudah membimbing serta memberi masukan dan saran selama ini, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.*

- *Kawan KKN Kuips Tiwi, Dian, Miska, Andre dan Amin yang sudah memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.*
- *Sahabat sehidup semati Milla, Riska, Okta, Nurli, Yani, dan bang Gema yang telah memberikan masukan, saran, motivasi dan bimbingan dalam mengerjakan skripsi ini.*
- *Semua teman-teman Ekonomi Syariah 2015*
- *Kepada semua teman-teman, saudara yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabatnya yang selalu membantu perjuangan beliau dalam menegakkan Dinullah di muka bumi ini.

Perkembangan dunia usaha dalam berbagai jenis industri terus melaju pesat hingga sekarang. Terutama dalam lembaga keuangan seperti perkembangan dalam perbankan. Munculnya perbankan berbasis Syariah di Indonesia mulai diminati oleh banyaknya masyarakat muslim. Dengan berkembang pesatnya bank Syariah tidak hanya umat muslim saja yang berminat dalam menabung di bank Syariah, tetapi masyarakat non-muslim pun tertarik dan berminat untuk mengambil keputusan menabung di bank syariah, karena Perbankan Syariah bersifat universal. Masyarakat non-muslim pun mempunyai penilaian untuk memilih bank Syariah menjadi pilihan dalam menabung dengan berbagai beberapa faktor-faktor tertentu.

Maka dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah non-muslim memilih untuk menjadi nasabah di bank

BNI Syariah Pekanbaru, serta untuk menambah wawasan dan pengetahuan kepada pembaca maupun peneliti.

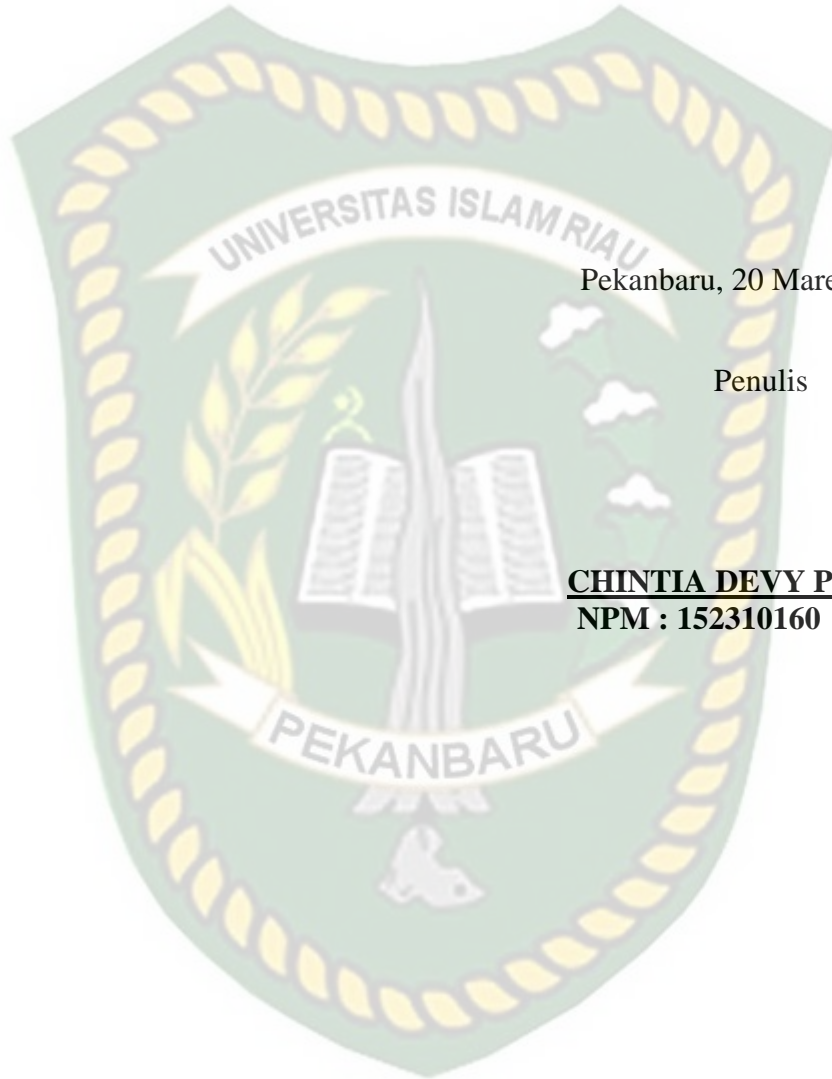
Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tentu masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan. Dengan keterbatasan kemampuan dan cakrawala berfikir serta keterbatasan waktu dan kesempatan, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non-Muslim Menabung Di Bank BNI Syariah Pekanbaru”**.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tiada hingganya kepada :

1. Rektor Universitas Islam Riau, Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH. M. CL
2. Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, Bapak Dr. Zulkifli, MM,.ME.Sy
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Bapak Boy Syamsul Bakhri, SE,.M.Sc, Ak
4. Dosen Pembimbing Bapak Dr. Zulkifli, MM,.ME.Sy dan Bapak Boy Syamsul Bakhri, SE,.M.Sc,. Ak, yang penuh kesabaran memberikan arahan, bimbingan, saran, dan nasehat kepada penulis dalam penulisan proposal ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen serta karyawan/karyawati Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

Semoga dengan bantuan dan kebaikan yang telah diberikan, dapat diberi pahala oleh Allah SWT, dan penulis menyadari penulisan skripsi ini banyak

kekurangan. Oleh karena itu penulis berharap kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan tugas selanjutnya. Atas bantuan dan bimbingan, penulis ucapkan terima kasih.



Pekanbaru, 20 Maret 2020

Penulis

CHINTIA DEVY PUTRI W
NPM : 152310160

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pembatasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Kegunaan Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Keputusan.....	8
1. Pengertian Keputusan.....	8
2. Nasabah.....	10
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan.....	13

4. Faktor Proses Pengambilan Keputusan Nasabah	18
B. Perbankan Syariah.....	21
1. Pengertian Bank Syariah.....	21
2. Prinsip – Prinsip Perbankan Syariah.....	22
3. Tujuan Bank Syariah.....	23
4. Fungsi Bank Syariah.....	24
5. Visi Perbankan Syariah.....	25
6. Misi Perbankan Syariah.....	25
7. Ciri-Ciri Bank Syariah.....	26
8. Perbedaan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional.....	27
9. Konsep Akad Dalam Perbankan Syariah.....	28
10. Produk dan Jasa Bank Syariah.....	29
C. Penelitian Relevan.....	35
D. Konsep Operasional.....	37
E. Kerangka Konseptual.....	38
F. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	40
C. Populasi dan Sampel.....	41
1. Populasi.....	41
2. sampel.....	41

D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	42
1. Sumber Data.....	42
2. Teknik Pungumpulan Data.....	43
E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	44
1. Teknik Pengolahan Data.....	44
2. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	52
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
1. Sejarah Singkat PT. Bank BNI Syariah	52
2. Visi dan Misi PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru	54
3. Produk Bank BNI Syariah.....	54
4. Struktur Organisasi Pada PT.Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru	63
B. Deskripsi Data.....	64
1. Identitas Responden	64
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non- Muslim di Bank BNI Syariah Pekanbaru	67
C. Analisis Data	70
1. Uji Instrumen Penelitian.....	70
2. Uji Asumsi Klasik	73
3. Uji Hipotesis.....	78
D. Pembahasan Hasil Temuan	83

BAB V : PENUTUP	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	87

DAFTAR KEPUSTAKAAN

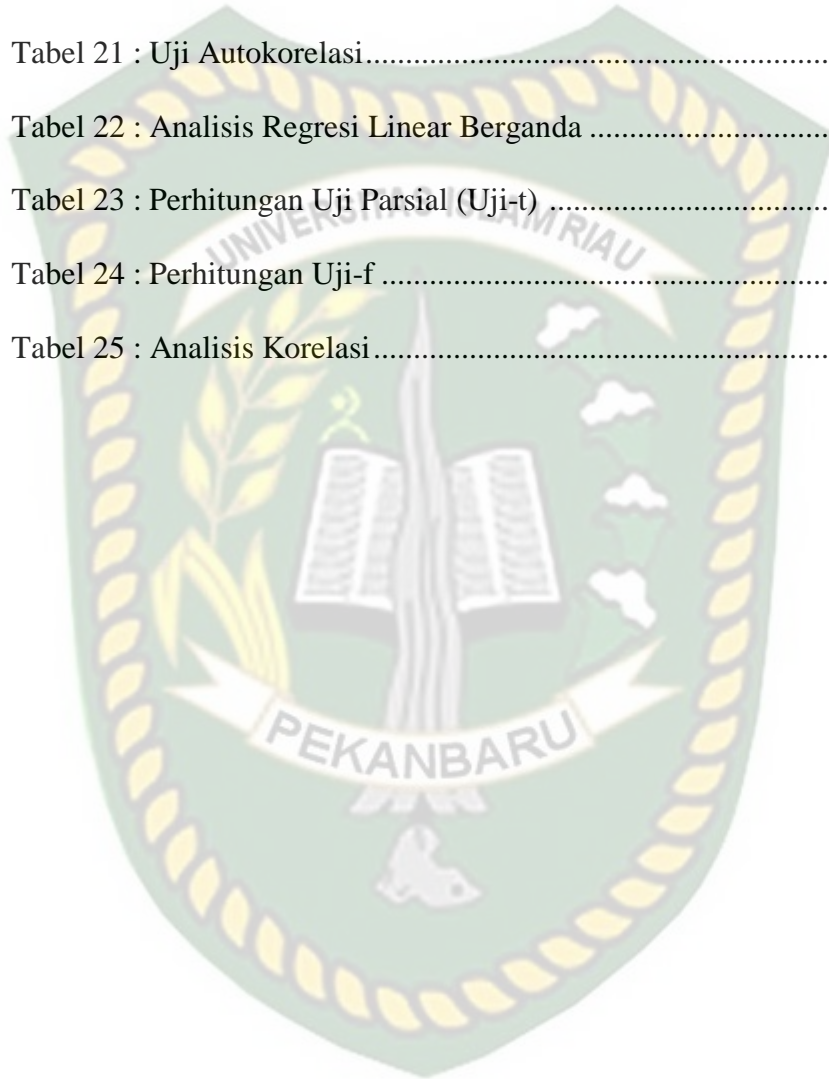
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Jumlah Nasabah Tabungan Bank BNI Syariah Tahun 2017 ..	4
Tabel 2 : Perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional	27
Tabel 3 : Konsep Operasional	38
Tabel 4 : Jadwal Kegiatan Penelitian	40
Tabel 5 : Alternatif Pilihan Jawaban	46
Tabel 6 : Interpretasi Koefisien Korelasi	51
Tabel 7 : Jenis Kelamin Responden Bank BNI Syariah Pekanbaru	64
Tabel 8 : Umur Responden Bank BNI Syariah Pekanbaru	64
Tabel 9 : Tingkat Pendidikan Responden Bank BNI Syariah Pekanbaru	65
Tabel 10 : Pekerjaan Responden Bank BNI Syariah Pekanbaru	65
Tabel 11 : Lama Menjadi Nasabah Responden Bank BNI Syariah Pekanbaru	66
Tabel 12 : Intensitas Menabung Responden Bank BNI Syariah Pekanbaru	66
Tabel 13 : Penghasilan Responden Bank BNI Syariah Pekanbaru	67
Tabel 14 : Rekapitulasi Data Angket Variabel Bauran Pemasaran (X1)	68
Tabel 15 : Rekapitulasi Data Angket Variabel Keunggulan Bank Syariah (X2)	69
Tabel 16 : Rekapitulasi Data Angket Variabel Keputusan Nasabah (Y)	69
Tabel 17 : Hasil Uji Validitas	71

Tabel 18 : Hasil Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 19 : Uji Normalis.....	74
Tabel 20 : Uji Multikolinieritas.....	75
Tabel 21 : Uji Autokorelasi.....	76
Tabel 22 : Analisis Regresi Linear Berganda	78
Tabel 23 : Perhitungan Uji Parsial (Uji-t)	79
Tabel 24 : Perhitungan Uji-f	81
Tabel 25 : Analisis Korelasi.....	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Kerangka Konseptual.....	38
Gambar 2 : Grafik Uji Normalis	74
Gambar 3 : Uji Heteroskedastisitas.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keputusan Pembimbing
- Lampiran 2 : Surat Pra Riset
- Lampiran 3 : Surat Riset
- Lampiran 4 : Surat Balasan Riset Dari Bank BNI Syariah Pekanbaru
- Lampiran 5 : Struktur Organisasi
- Lampiran 6 : Angket
- Lampiran 7 : Jumlah Nasabah Non-Muslim
- Lampiran 8 : Data Alamat Nasabah Non-Muslim
- Lampiran 9 : Tabulasi Data Responden Variabel Faktor Bauran Pemasaran (X1)
- Lampiran 10 : Tabulasi Data Responden Variabel Faktor Keunggulan Bank
Syariah (X2)
- Lampiran 11 : Tabulasi Data Responden Variabel Keputusan Nasabah (Y)
- Lampiran 12 : Total Tanggapan Responden
- Lampiran 13 : Hasil Output SPSS Versi 23,0 dari Pengujian Validitas
- Lampiran 14 : Hasil Output SPSS Versi 23,0 dari Pengujian Reliabilitas
- Lampiran 15 : Hasil Output SPSS Versi 23,0 dari Analisis Linier Berganda
- Lampiran 16 : Hasil Output SPSS Versi 23,0 dari Analisis Uji Asumsi Klasik

Lampiran 17 : Dokumentasi

Lampiran 18 : Surat Keterangan Bebas Plagiat



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH NON-MUSLIM MENABUNG DI BANK BNI SYARIAH PEKANBARU

CHINTIA DEVY PUTRI WAHYUNINGRUM

NPM : 152310160

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan banyaknya nasabah non-muslim menabung di Bank Syariah terutama di Bank BNI Syariah Pekanbaru. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Apakah faktor bauran pemasaran dan faktor keunggulan Bank Syariah mempengaruhi keputusan nasabah non-muslim dalam menabung di bank BNI Syariah Pekanbaru Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah non-muslim BNI Syariah Pekanbaru Sampel yang digunakan 93 sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik sampel insidental sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linear berganda dan data tersebut dianalisis menggunakan program SPSS Versi.23.0. kemudian dilakukan analisis terhadap data. Analisis ini meliputi beberapa uji: uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta koefisien korelasi, dan koefisien determinasi. Hasil dari penelitian diperoleh persamaan regresi linear berganda: $Y = 5,197 + 0,233 X_1 + 0,331 X_2 + e$. Dimana faktor bauran pemasaran (X_1), faktor keunggulan Bank Syariah (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Faktor yang paling dominan adalah faktor keunggulan Bank Syariah (0,331) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi keputusan nasabah non-muslim. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah non-muslim menabung adalah faktor bauran pemasaran 2,144, dan faktor keunggulan Bank Syariah 3,048. Melalui uji F diketahui juga memiliki pengaruh yang signifikan dilihat dari nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($14,698 > 3,10$). Melalui koefisien korelasi bahwa variabel independen dengan dependen diketahui nilai R sebesar 0,496 atau setara dengan 49,6% yang berarti Interpretasinya medium. Dilihat dari koefisien determinasi bahwa Angka Adjusted R Square sebesar 0,229 menunjukkan bahwa 22,9% yang dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam persamaan regresi linear berganda.

Kata Kunci : Minat, Nasabah, Bauran Pemasaran, Bank Syariah.

ABSTRACT

FACTORS INFLUENCING THE DECISION OF NON-MUSLIM CUSTOMERS TO SAVE MONEY IN BNI SHARIA BANK OF PEKANBARU

CHINTIA DEVY PUTRI WAHYUNINGRUM

NPM: 152310160

This study is motivated by a large number of non-muslim customers who save money in sharia banks, especially in BNI Sharia Bank of Pekanbaru. The problem formulation of this study is whether the marketing mix factor and the excellence factor of sharia bank influence the decision of non-Muslim customers to save money in BNI Sharia Bank of Pekanbaru. The population in this study is the non-Muslim customers of BNI Sharia Bank of Pekanbaru. The sample consists of 93 people. The sampling technique used in this study is incidental sampling technique. The data collection technique used is a questionnaire. The data analysis technique used is a quantitative method with a multiple linear regression and then the data are analyzed by using the SPSS Version. 23.0. This analysis includes several tests: validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing through t-test and F-test, correlation coefficient, and coefficient of determination. The result of the study is obtained by the multiple linear regression equation: $Y = 5.197 + 0.233 X1 + 0.331 X2 + e$. Whereas the marketing mix factor (X1), the excellence factor (X2) of BNI Sharia banks have a positive influence on customers' decisions. The most dominant factor is the excellence factor of the BNI Sharia Bank (0.331) and it becomes the biggest factor influencing the decisions of non-Muslim customers. Hypothesis testing using the t-test shows that the factors that influence the decision of non-Muslim customers to save money in BNI Sharia Bank are the marketing mix factor 2,144, and the excellence factor of Sharia Bank 3.048. Based on the F-test, these factors have a significant influence because the F-counted value is greater than F-table ($14,698 > 3.10$). Based on the correlation coefficient of independent variable with dependent variable, it found that the R value of 0.496 or it is equivalent to 49.6% which is involved in medium level. Based on the coefficient of determination, it found that the adjusted R Square of 0.229 and it indicates that 22.9% can be explained by the two independent variables of the multiple linear regression equation.

Keywords: Proclivity, Customers, Marketing Mix, Sharia Bank.

الملخص

العوامل التي تؤثر على قرار الزبائن غير المسلمين في الادخار في البنك الشرعي دولة إندونيسيا
باكنبارو

ثنتيا ديفي بوتري وحيونينجروم

١٥٢٣١٠١٦٠

خلفية هذا البحث من قبل العديد من الزبائن غير المسلمين في الادخار في البنك الشرعي وخاصة في البنك الشرعي دولة إندونيسيا باكنبارو. مشكلة هذا البحث الذي هو تسويق عوامل المزيج والعوامل المؤثرة في قرار التفوق زبائن البنك الشرعية غير المسلمين في الادخار في البنك الشرعي دولة إندونيسيا باكنبارو. هذا البحث هو الزبائن غير المسلمين في البنك الشرعي دولة إندونيسيا باكنبارو استخدمت عينة ٩٣ العينات. تقنية أخذ العينات في هذا البحث مع تقنية أخذ العينات العرضية. تستخدم طريقة جمع البيانات استنباطاً. تحليل البيانات في هذا البحث هو التحليل الكمي باستخدام طرق الانحدار الخطي المتعددة ويتم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية برواية ٢٣,٠ ثم يتم تحليل البيانات. يتضمن هذا التحليل عدة اختبارات: اختبار الصلاحية، اختبار الموثوقية، اختبار الافتراض الكلاسيكي، تحليل الانحدار الخطي المتعدد، اختبار الفرضيات من خلال اختبار-ت واختبار-ف، بالإضافة إلى معامل الارتباط، ومعامل التحديد. وأظهرت نتائج البحث متعددة الانحدار الخطي المعادلة $Y = 0,197 + 0,233X_1 + 0,331X_2 + e$. أين عامل المزيج التسويقي (X_1)، فإن عامل التميز لبنك الشرعية (X_2) له تأثير إيجابي على قرارات الزبائن. العامل الأكثر هو عامل التميز للبنوك الشرعية (٠,٣٣١) كونه أكبر عامل يؤثر على قرارات الزبائن غير المسلمين. يُظهر اختبار الفرضية باستخدام اختبار-ت أن العوامل التي تؤثر على قرار الزبائن غير المسلمين للادخار هي عامل المزيج التسويقي ٢,١٤٤، وعامل التميز للبنك الشرعي ٣,٠٤٨. من خلال اختبار-ف، من المعروف أيضاً أن له تأثيراً ملحوظاً من قيمة-ف المحسوبة أكبر من ف-جدول (١٤,٦٩٨ < ٣,١٠). من خلال معامل الارتباط أن المتغير المستقل مع المتغير التابع يعرف بقيمة-ر ٠,٤٩٦ أو ما يعادل ٤٩,٦٪ مما يعني أن التفسير متوسط. انطلاقاً من معامل التحديد أن الأشكال المعدلة-ر مربع ٠,٢٢٩ تشير إلى أنه ٢٢,٩٪ يمكن تفسير من خلال المتغيرين المستقلين في معادلة الانحدار الخطي المتعددة.

الكلمات الرئيسية: الرغبة، الزبائن، المزيج التسويقي للبنوك الشرعية.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan Syariah merupakan salah satu aplikasi dari sistem ekonomi Syariah yang merupakan bagian dari nilai-nilai ajaran Islam yang mengatur dalam bidang perekonomian umat dan tidak terpisahkan dari aspek-aspek lain ajaran Islam yang komprehensif dan universal. Komprehensif berarti ajaran Islam merangkum seluruh aspek kehidupan, baik ritual maupun sosial kemasyarakatan yang bersifat universal. Universal bermakna bahwa Syariah Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat tanpa memandang ras, suku, golongan dan agama sesuai prinsip Islam sebagai "*rahmatan lil' alamin*".

Ekonomi Syariah adalah subsistem keilmuan yang bersumber dari sumber-sumber ajaran Islam dalam hal yang menyangkut harta dan sumber daya ekonomi yang diberikan Tuhan kepada makhluk-Nya untuk meningkatkan kemakmuran umat manusia (Astuti dan Maharani 2015: Vol 12. No 2).

Kegiatan operasional Perbankan Syariah di Indonesia dimulai pada tahun 1992 berdasarkan Undang-undang No.7 melalui pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. (PT BMI). Perkembangan Perbankan Syariah berjalan semakin cepat dibanding dengan bank konvensional sejak tahun 2000-an.

Perbankan Syariah menunjukkan kinerja dan kontribusi yang signifikan, kinerja ini semakin nyata ketika krisis ekonomi melanda Indonesia. Ketika perbankan konvensional banyak yang terpuruk, Perbankan Syariah relatif menunjukkan perkembangan.

Dalam perbankan dibagi menjadi dua yaitu, BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah). Bank Umum Syariah adalah bank yang dalam aktivitasnya, baik itu penghimpunan dana maupun penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip Syariah yaitu jual beli dan bagi hasil. Bank Umum Syariah dalam aktivitasnya tidak menarik bunga dari jasa usahanya, tetapi diperhitungkan mendapat bagian jasa berupa bagi hasil. Berdasarkan pada UU No 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan kemudian dipertegas kembali dengan PP No 72 Tahun 1992 Tentang Bank dengan Sistem Bagi Hasil.

Di Pekanbaru terdapat bank Syariah yang berlatar belakang Bank Umum Syariah, seperti; Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah, dan Bank BRI Syariah. Yang didalamnya mempunyai beberapa produk, yang salah satunya berupa produk penghimpunan dana. Penghimpunan dana di bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito.

Dengan diberlakukannya Undang-undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri Perbankan Syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara cepat lagi.

Indonesia merupakan Negara yang sebagian besar mayoritasnya umat muslim. Dengan itu menjadikan Indonesia sebagai pasar yang berpotensi dalam pengembangan keuangan Syariah. Perbankan Syariah ini mulai merata dan menampakan jati dirinya di tengah-tengah banyaknya bank-bank konvensional. Tetapi tidak hanya masyarakat muslim saja yang tertarik menabung di bank

Syariah, adapun masyarakat non-muslim yang tertarik untuk ikut serta menabung di bank Syariah dengan faktor-faktor tertentu.

Menurut Karnaen A. Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'I (1992: 51) ajaran Islam mengatakan bahwa diturunkannya agama Islam adalah untuk menjadi rahmat bagi seluruh alam. Oleh karena itu tidak ada halangannya untuk melayani nasabah non-muslim selama hal itu tidak merugikan kedua belah pihak.

Dalam Perbankan Syariah memerlukan pengaturan yang khusus. Aturan tersebut harus menampung berbagai kepentingan tidak saja umat Islam, tetapi juga non-muslim karena Perbankan Syariah bersifat universal. Seperti layaknya sebuah produk barang, perbankan Syariah diminati oleh semua kalangan konsumen baik muslim maupun yang non-muslim.

Nasabah non-muslim pun mempunyai persepsi atas minat memilihnya menabung di Bank Syariah. Persepsi didefinisikan sebagai suatu proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indera kita untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri (Astuti, 2018 : Vol 1, No 1).

Di daerah Pekanbaru ini sudah berkembang sangat pesat bank-bank Syariah seperti bank Mandiri Syariah, BRI Syariah, Mega Syariah, BNI Syariah, dan lainnya. Sekarang ini bank Syariah tidak hanya diminati oleh masyarakat yang muslim, tetapi masyarakat non-muslim juga sudah melirik dan tertarik untuk menabung di bank Syariah yang ada di Pekanbaru. Nasabah non-muslim mempunyai alasan-alasan tertentu atau faktor-faktor yang mempengaruhi mereka

untuk mengambil keputusan dalam menetapkan pilihan pada bank Syariah tersebut. Jumlah nasabah non-muslim dilihat dari tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1 : Jumlah Nasabah Tabungan Bank BNI Syariah Tahun 2017

No	Produk	Agama	Jumlah Nasabah
1	Tabungan	Kristen	1126
2	Tabungan	Budha	126
3	Tabungan	Katholik	124
4	Tabungan	Hindu	7
5	Tabungan	Kong Hu Chu	3
Total			1386

Sumber : Bank BNI Syariah Pekanbaru 2017

Tabel di atas menunjukkan jumlah nasabah non-muslim yang menabung pada bank BNI Syariah Pekanbaru berjumlah 1386 nasabah. Dalam penelitian kali ini, peneliti memilih Bank BNI Syariah sebagai objek penelitian dikarenakan banyaknya minat masyarakat terutama nasabah non-muslim yang menabung di bank BNI Syariah.

Peneliti melakukan sebuah pra riset dengan mengambil beberapa nasabah non-muslim untuk mengetahui apa yang menjadi alasan nasabah non-muslim berminat dalam menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru. Dan hasil dari pra riset yang di lakukan dapat di simpulkan bahwa ada beberapa alasan yang menjadikan nasabah non-muslim menabung di Bank BNI Syariah adalah karena adanya pekerjaan yang mengharuskan membuka buku tabungan untuk menerima gaji, dan adanya dari keinginan sendiri.

Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian dan mengangkat tema tersebut dengan judul : **“Faktor-Faktor Yang**

Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non-Muslim Menabung Di Bank BNI Syariah Pekanbaru.”

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan masalah di atas maka penulis merumuskan masalah di dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah faktor bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan nasabah non-muslim menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru ?
2. Apakah faktor keunggulan Bank Syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah non-muslim menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru ?
3. Apakah faktor bauran pemasaran dan faktor keunggulan Bank Syariah secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah non-muslim menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh faktor bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah non-muslim menabung di bank BNI Syariah Pekanbaru.
2. Mengetahui pengaruh faktor keunggulan bank Syariah terhadap keputusan nasabah non-muslim menabung di bank BNI Syariah Pekanbaru.
3. Mengetahui pengaruh faktor bauran pemasaran dan faktor keunggulan Bank Syariah secara simultan terhadap keputusan nasabah non-muslim menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan sebagai bahan informasi dan pertimbangan bagi pimpinan bank dalam mengembangkan bank BNI Syariah Pekanbaru.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan referensi Ekonomi Islam untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nasabah menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru.
3. Penelitian ini dapat menambah wawasan dan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan bagi para akademisi dan praktisi ekonomi Syariah, khususnya dalam bidang ekonomi pada umumnya.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dan pembahasan dalam penelitian ini, penyusun menguraikan sistematika penelitian secara singkat sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis membahas mengenai Latar Belakang Masalah; Pembatasan Masalah; Perumusan Masalah; Tujuan Penelitian; Manfaat Penelitian; Kerangka Pemikiran; Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang keputusan; Pengertian keputusan; Pengertian Nasabah; Faktor-faktor Yang

Mempengaruhi keputusan; Faktor Proses Pengambilan Keputusan Nasabah; Perbankan Syariah; Pengertian Bank Syariah; Prinsip Perbankan Syariah; Tujuan Bank Syariah; Fungsi Bank Syariah; Visi Perbankan Syariah; Misi Perbankan Syariah; Ciri-ciri Bank Syariah; Perbedaan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional; Konsep Akad Dalam Perbankan Syariah; Produk dan Jasa Bank Syariah; Penelitian Relevan; Konsep Operasional; Kerangka Konseptual; Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan Jenis Penelitian; Waktu dan Lokasi Penelitian; Populasi dan Sampel; Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data; Teknik Pengolahan dan Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini menjelaskan Gambaran Umum Lokasi Penelitian; Deskripsi Data; Analisis Data; dan Pembahasan Hasil Temuan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini menjelaskan Kesimpulan; dan Saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Keputusan

1. Pengertian Keputusan

Menurut Philip Kotler yang dikutip dalam bukunya Setiadi (2013: 14) proses dalam keputusan pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian sebagai berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai. Walaupun demikian, dua faktor dapat mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. Faktor pertama adalah faktor dari sikap orang lain dan faktor yang kedua tak terduga seperti: pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan. Sejauh mana sikap orang lain akan mengurangi alternatif pilihan seseorang tergantung pada dua hal:

- a. Intensitas sikap negatif orang lain tersebut terhadap alternatif pilihan konsumen.
- b. Motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut. Semakin tinggi intensitas sikap negative orang lain tersebut maka semakin dekat hubungan orang tersebut dengan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen akan menyesuaikan tujuan pembeliannya.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Jika barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut puas, begitu juga sebaliknya. Memahami keinginan konsumen memilih suatu produk memungkinkannya mempengaruhi keputusan pembelian dan memiliki kemampuan lebih baik untuk memenangkan kompetisi pasar (Zulkifli, Bakhri, Maysuri Vol 1 : 2019).

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan dan rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan (Fahmi, 2015: 14).

Keputusan sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli dan tidak membeli, dan kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat keputusan (Prasetijo dan Ihalauw, 2005: 226).

Menurut Muslich (2009: 323) Di dalam pengambilan keputusan diperlukan adanya suatu proyeksi dari *outcomes* untuk setiap tindakan. Selain itu perbandingan *outcomes* disebut juga untuk menentukan strategi yang terbaik terlepas dari kemampuan pengambilan keputusan untuk memprediksi

outcomes dari setiap alternatif tindakan pengambilan keputusan dapat dibedakan sebagai berikut:

a. pengambilan keputusan dalam kondisi pasti

pengambilan keputusan dalam kondisi pasti menyiratkan bahwa hasil dari setiap alternatif tindakan dapat ditentukan dengan pasti.

b. pengambilan keputusan dalam kondisi resiko

salah satu ciri masalah yang dihadapi manajer dalam pengambilan keputusan adalah kurang pastinya kejadian-kejadian dimasa yang akan datang. Situasi yang dihadapi oleh pengambilan keputusan di bawah kondisi resiko adalah bahwa pengambilan keputusan mempunyai lebih dari satu alternatif tindakan.

c. pengambilan keputusan dalam kondisi tidak pasti

pengambilan keputusan dalam kondisi tidak pasti menyiratkan bahwa pengambilan keputusan tidak dapat menentukan probabilitas terjadinya berbagai kondisi atau outcomes. Pengambilan keputusan hanya mengetahui kemungkinan outcomes dari suatu tindakan, tetapi dia tidak dapat memprediksi berapa probabilitas dari setiap outcomes tersebut.

2. Nasabah

Pengertian nasabah menurut KBBI (2009 : 100) adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan) dan dapat juga diartikan sebagai orang yang menjadi tanggungan asuransi perbandingan pertalian.

Menurut Rozali (2011: 01) nasabah adalah seseorang yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan, dan nasabah yang memperoleh fasilitas kredit dan pembiayaan prinsip Syariah.

Bank Syariah dalam menjalankan kegiatannya tidak hanya terbuka untuk nasabah muslim yang ikut serta menabung, akan tetapi juga terbuka bagi non-muslim. Nasabah non-muslim bisa menabung, meminta pembiayaan, dan menggunakan jasa bank Syariah.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia agama adalah ajaran, sistem yang mengatur tata keimanan (kepercayaan) dan peribadatan kepada Tuhan yang mahakuasa serta tata kaidah yang berhubungan dengan pergaulan manusia serta lingkungannya.

Dalam kepercayaan pada Tuhan tercipta beberapa agama selain agama Islam seperti agama Kristen, Budha, Hindu, Khatolik, dll sesuai dengan kepercayaan yang dianut oleh seseorang. Selain agama Islam itulah yang disebut sebagai non-muslim.

Menurut Manan (2018: 91-93) pengertian non-muslim sangat sederhana, yaitu orang yang tidak menganut agama islam. Tentu saja maksudnya tidak mengarah pada suatu kelompok agama saja, tapi akan mencakup sejumlah agama dengan segala bentuk kepercayaan dan variasi ritualnya. Al-Qur'an menyebutkan kelompok non-muslim ini secara umum seperti terdapat dalam surah Al-Hajj (22:17) dan surah Al-Jatsiyah (45:24) sebagai berikut:

- Surah Al-Hajj (22:17)

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَالَّذِينَ هَادُوا وَالصَّابِئِينَ وَالنَّصَارَى وَالْمَجُوسَ وَالَّذِينَ أَشْرَكُوا إِنَّ اللَّهَ يَفْصِلُ بَيْنَهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ شَهِيدٌ (17)

Artinya: *Sesungguhnya orang-orang yang beriman, orang-orang yang Yahudi, orang-orang Shaabi-iin, orang-orang Nasrani, Orang-orang Majusi dan orang-orang Musyrik, Allah akan memberi keputusan di antara mereka pada hari kiamat, Sesungguhnya Allah menyaksikan segala sesuatu.*

- Surah Al-Jatsiyah (45:24)

وَقَالُوا مَا هِيَ إِلَّا حَيَاتُنَا الدُّنْيَا نَمُوتُ وَنَحْيَا وَمَا يُهْلِكُنَا إِلَّا الدَّهْرُ وَمَا لَهُمْ بِذَلِكَ مِنْ عِلْمٍ إِنْ هُمْ إِلَّا يَظُنُّونَ (24)

Artinya: *Dan mereka berkata: “Kehidupan ini tidak lain hanyalah kehidupan di dunia saja, kita mati dan kita hidup dan tidak ada yang akan membinasakan kita selain masa,” dan mereka sekali-kali tidak mempunyai pengetahuan tentang itu, mereka tidak lain hanyalah menduga-duga saja.*

Dalam ayat Al-Qur’an tadi terdapat lima kelompok yang dikategorikan sebagai non-muslim, yaitu *ash-shabi’ah* atau *ash-shabiin*, *al-majus*, *al-musyrikun*, *al-dahriyah* atau *al-dahriyun*, dan ahli kitab, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Ash-Shabi’ah*, yaitu kelompok yang mempercayai pengaruh planet terhadap alam semesta.
- b. *Al-Majus*, yaitu para penyembah api yang mempercayai bahwa jagat raya dikontrol oleh dua sosok Tuhan, yaitu Tuhan cahaya dan Tuhan gelap yang

masing-masingnya bergerak kepada yang baik dan yang jahat, yang bahagia dan yang celaka, dan seterusnya.

- c. *Al-Musyrikun*, kelompok yang mengakui ketuhanan Allah SWT, tapi dalam ritual mempersekutukannya dengan yang lain seperti penyembahan berhala, matahari, dan malaikat.
- d. *Al-Dahriyah*, kelompok ini selain tidak mengakui bahwa dalam alam semesta ini ada yang mengaturnya, juga menolak adanya Tuhan pencipta.
- e. *Ahli kitab*, dalam hal ini terdapat dua pendapat ulama. Menurut mazhab Hanafi, bahwa yang termasuk ahli kitab adalah orang yang menganut salah satu agama samawi yang mempunyai kitab suci seperti Taurat, Injil, Suhuf, Zabur, dan lainnya. Tetapi menurut Imam Syafii dan Hanbali, pengertian ahli kitab terbatas pada kaum Yahudi dan Nasrani. Kelompok non-muslim ini disebut juga dengan ahli zimamah, yaitu komunitas Yahudi atau Nasrani yang berdomisili di wilayah umat Islam dan mendapat perlindungan pemerintahan Muslim.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dapat dilihat dari faktor-faktor berikut (Buchari Alma, 2011: 101).

- a. *Social Factors*, yaitu berupa grup-grup yang turut mempengaruhi, dimana seseorang masuk sebagai anggota, misalnya kelompok family, teman, tetangga, teman sekerja, klub olahraga, klub seni, dan sebagainya.

- b. *Cultural Factors*, yaitu faktor budaya yang begitu banyak kelompoknya, mulai dari kelompok negara, sampai kelompok etnis/suku memiliki budaya dan kebiasaan dan adat sendiri. Negara kita ada budaya sunda, jawa, minang, batak, dan sebagainya. Masing-masing memiliki pola konsumsi dan barang kesenangan masing-masing.
- c. *Personal Factors*, yaitu yang menyangkut masalah usia, pekerjaan, jabatan, keadaan ekonomi pribadi, gaya hidup, kepribadian.
- d. *Psychological Factors*, yaitu menyangkut motivasi seseorang untuk membeli apakah mengikuti teori motivasi maslow atau karena dorongan lainnya. Juga menyangkut masalah persepsi seseorang terhadap sesuatu.

Selain di atas ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di perbankan Syariah:

a. Bauran Pemasaran

Pemasaran syariah merupakan penerapan suatu disiplin bisnis strategi yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Jadi, pemasaran syariah keislaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW, nilai inti dari pemasaran syariah adalah integritas dan transparansi, sehingga seorang pemasar (yang biasa juga disebut marketer) tidak boleh bohong dan orang membeli karena butuh dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan (Zulkifli, 2015 vol 12 : No 2).

Menurut Asril (2008: vol 13) sebagaimana bauran pemasaran terdiri dari empat elemen (4P) : Produk, price, place, dan promotion. Khusus untuk

jasa bauran ini dikembangkan lagi menjadi 7 elemen dengan menambah tiga elemen yaitu: people, process, dan physical evidence.

1. Produk

Produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk yang dapat ditawarkan ke pasar dapat berupa barang dan jasa (Suliyanto, 2010: 83).

Produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi (Tjiptono, 2008: 95).

2. Harga

Harga adalah sejumlah uang dan atau barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang lain yang disertai dengan pemberian jasa. Penentuan tingkat harga sangat menentukan keberhasilan sebuah bisnis (Suliyanto, 2010: 87).

3. Lokasi

Lokasi adalah tempat atau distribusi yang merupakan semua kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan membuat produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dapat dengan mudah

diperoleh pada waktu dan tempat yang tepat. Penentuan lokasi dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan produk ke tangan konsumen termasuk dalam cakupan distribusi (Suliyanto, 2010: 91).

Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha dibangun dengan adanya penyampaian jasa dan letak nya strategis.

4. Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran (Tjiptono, 2008:219).

Promosi adalah kombinasi dari periklanan, personal selling, dan alat promosi lainnya yang direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan (Suliyanto, 2010: 90).

5. Proses

Proses adalah bagaimana dalam menjalankan operasi suatu usaha. Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas, dan hal-hal rutin.

6. Orang

Orang sangat berperan dalam perusahaan jasa karena terlibat langsung menyampaikan produk ke pelanggan.

7. Penampilan Fisik

Sarana fisik yang mendukung proses pelayanan. Ini merupakan suatu hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan.

Layanan adalah perbuatan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain. Definisi tersebut mengidentifikasi bahwa jasa adalah suatu aktifitas. Aktifitas layanan yang tidak hanya sebatas memenuhi kebutuhan pemakaian layanan. Meski ada nilai tambahan pada aktifitas tersebut. Kemudian, penciptaan nilai bagi kepuasan pelanggan akan menjadi sebuah “pekerjaan rumah” bagi para pebisnis (Zulkifli, 2018: Vol. 1 No 1).

b. Keunggulan Bank Syariah

Perbankan Syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat. Hal ini menggambarkan adanya keunggulan bank syariah dibandingkan lembaga keuangan lainnya, adapun keunggulan bank Syariah antara lain sebagai berikut (Yursi, Vol 1: No.2).

1. Bank syariah dilindungi oleh badan hukum
2. Proses yang mudah dalam melakukan transaksi pembiayaan dan pendanaan.
3. Bisa melakukan pembiayaan dalam jumlah yang besar.
4. Banyak terdapat kantor cabang pembantu di berbagai daerah.
5. Nasabah diuntungkan dengan jaminan yang diberikan oleh lembaga penjaminan simpanan (LPS) pada setiap melakukan transaksi di bank Syariah.
6. Adanya fasilitas *net banking*, pembayaran non tunai yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi yang dilengkapi ATM dan internet banking.

7. Banyak terdapat tempat-tempat mesin ATM diberbagai wilayah yang memudahkan nasabah untuk melakukan penarikan tunai.
8. Setiap nasabah berkesempatan untuk mendapatkan hadiah atau bonus dari dana bagi hasil. Pembagian hasil usaha dalam perbankan syariah ditetapkan dengan menggunakan nisbah.

4. Faktor Proses Pengambilan Keputusan Nasabah

Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip dalam bukunya Sangadji dan Sopiah (2013: 36-38) proses yang digunakan konsumen untuk mengambil keputusan membeli terdiri atas lima tahap. Secara perinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Pengenalan Masalah

Pengenalan masalah merupakan tahap pertama dari proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen mengenali suatu masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan nyata dengan keadaan yang diinginkan. Pada tahap ini pemasar harus meneliti konsumen untuk menemukan jenis kebutuhan atau masalah apa yang akan muncul, dengan adanya masalah tersebut, konsumen termotivasi untuk memilih produk tertentu.

b. Pencarian Informasi

Konsumen yang telah tertarik mungkin akan mencari lebih banyak informasi. Apabila dorongan konsumen begitu kuat dan produk yang memuaskan berada dalam jangkauan, konsumen kemungkinan besar akan

membelinya. Namun jika produk yang diinginkan berada jauh dari jangkauan, walaupun konsumen mempunyai dorongan yang kuat, konsumen mungkin akan menyimpan kebutuhannya dalam ingatan atau melakukan pencarian informasi. Pencarian informasi (*information search*) merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen telah tertarik untuk mencari lebih banyak informasi. Konsumen akan mencari informasi dari sumber mana pun, misalnya:

1. Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, kenalan.
2. Sumber komersial: iklan, wiraniaga, dealer, kemasan, pajangan
3. Sumber publik: media massa, organisasi penilai pelanggan.
4. Sumber pengalaman: menangani, memeriksa, menggunakan produk.

c. Evaluasi Berbagai Alternatif

Pemasar perlu mengetahui evaluasi berbagai alternatif (*alternative evaluation*), yaitu suatu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian di mana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternatif dalam satu susunan pilihan. Bagaimana konsumen mengevaluasi alternatif pembelian tergantung pada konsumen individu dan situasi pembelian tertentu. Pemasar harus mempelajari pembeli untuk mengetahui bagaimana mereka mengevaluasi alternatif merek. Jika mereka tahu bahwa proses evaluasi sedang berjalan, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk mempengaruhi keputusan pembeli.

d. Keputusan Membeli

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian sampai konsumen benar-benar membeli produk. Biasanya keputusan pembelian konsumen (*purchase decision*) adalah pembelian merek yang paling disukai. Namun demikian, ada dua faktor yang bisa muncul di antara niat untuk membeli dan keputusan pembelian yang mungkin mengubah niat tersebut. Faktor pertama adalah sikap orang lain. Faktor kedua adalah situasi yang tidak diharapkan.

e. Perilaku Sesudah Pembelian

Tugas pemasar tidak berakhir ketika produknya sudah dibeli konsumen. Setelah membeli produk, konsumen bisa puas atau tidak puas, dan akan terlihat dalam pasca pembelian (*post-purchase behaviour*) yang tetap menarik bagi pemasar. Perilaku pasca pembelian merupakan tahap dalam proses pengembalian keputusan pembelian dimana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan yang mereka rasakan. Jika produk gagal memenuhi harapan, konsumen akan kecewa; Jika harapan terpenuhi, maka konsumen akan puas; jika harapan terlampaui, maka konsumen akan sangat puas.

Konsumen mendasarkan harapan mereka pada informasi yang mereka terima dari penjual, teman, dan sumber lainnya. Jika penjual melebih-lebihkan kinerja produknya, harapan konsumen tidak akan terpenuhi, dan hasilnya adalah ketidakpuasan. Semakin besar kesenjangan antara harapan dengan kinerja, semakin besar ketidakpuasan konsumen. Hal

ini menunjukkan bahwa penjual harus membuat pernyataan yang jujur mengenai kinerja produknya sehingga pembeli bisa terpuaskan.

Proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian aktual dan terus berlangsung lama sesudahnya. Pemasar perlu memusatkan perhatian pada proses pembelian dan bukan pada keputusan pembelian saja.

B. Perbankan Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah terdiri dari atas dua kata, yaitu (a) bank, dan (b) syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata Syariah dalam versi bank Syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Penggabungan yang menjadikan kata bank Syariah mempunyai pengertian yaitu, bank Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam (Ali, 2010: 1).

Bank Islam atau selanjutnya disebut Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-quran dan Hadits Nabi SAW. Atau dengan kata lain,

bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam (Zulkifli, 2017: 1).

Antonio dan Perwataatmadja membedakan menjadi dua pengertian, Bank Syariah yaitu, Bank Syariah adalah (1) bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah Islam; (2) bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-quran dan Hadits, sementara bank yang beroperasi sesuai prinsip-prinsip Syariah Islam adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan Syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara islam.

Untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah Islam. Dengan kata lain, Bank Syariah lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba. Pada sekitar tahun 90-an atau tepatnya setelah ada Undang-undang No. 7 Tahun 1992, yang direvisi dengan Undang-undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 dalam bentuk sebuah bank yang beroperasinya dengan sistem bagi hasil atau bank Syariah.

2. Prinsip – Prinsip Perbankan Syariah

- a. Prinsip keadilan : prinsip ini tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah.

- b. Prinsip kesederajatan : hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank.
- c. Prinsip ketentraman : produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah islam, antara tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Artinya nasabah akan merasakan ketentraman lahir maupun batin.

3. Tujuan Bank Syariah

- a. Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat terbanyak. Dengan adanya lembaga keuangan diharapkan akan tersedianya kesempatan yang lebih baik untuk mengumpulkan modal dan pemanfaatan dana, sehingga akan mengurangi kesenjangan sosial ekonomi dan dengan demikian akan memberikan sumbangan pada peningkatan pembangunan nasional yang semakin mantap, antara lain melalui meningkatkan kualitas dan kegiatan usaha.
- b. Meningkatnya partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan, terutama dalam bidang ekonomi, karena:
 - 1. Masih cukup banyak masyarakat yang enggan berhubungan dengan bank, hal ini terjadi karena disamping masih banyaknya orang islam yang mempunyai pandangan bahwa bunga bank itu sama dengan riba yang

diharamkan dalam Islam, juga banyak di antara masyarakat kecil yang masih belum mengenal dan terbiasa dengan cara kerja bank.

2. Dengan adanya bank Syariah, masyarakat Islam yang tadinya enggan berhubungan dengan bank, akan merasa terpanggil untuk berhubungan dengan bank Islam.
 - c. Berkembangnya lembaga bank dan sistem perbankan yang sehat berdasar efisiensi dan keadilan yang akan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat, sehingga menggalakkan usaha-usaha ekonomi masyarakat banyak dengan antara lain memperluas jaringan lembaga-lembaga keuangan perbankan ke daerah-daerah terpencil.
 - d. Ikhtiar ini akan sekaligus mendidik dan membimbing masyarakat untuk berpikir secara ekonomis, berperilaku bisnis dalam meningkatkan kualitas hidup mereka.
 - e. Berusaha membuktikan bahwa konsep perbankan menurut syariah islam dapat beroperasi, tumbuh, dan berkembang melebihi bank-bank dengan sistem lain.

4. Fungsi Bank Syariah

- a. Memobilisasi tabungan masyarakat, baik domestik maupun asing.
- b. Menyalurkan dana tersebut secara efektif ke kegiatan-kegiatan usaha yang produktif dan menguntungkan secara financial, dengan tetap memperhatikan keinginan usaha tersebut tidak termasuk yang dilarang oleh Syariah.

- c. Melakukan fungsi regulator, turut mengatur mekanisme penyaluran dana ke masyarakat sesuai kebijakan bank Indonesia, sehingga dapat mengendalikan aktivitas moneter yang sehat dan terhindar dari inflasi.
- d. Menjembatani keperluan pemanfaatan dana dari pemilik modal dan pihak yang memerlukan, sehingga uang dapat berfungsi untuk melancarkan perekonomian khususnya dan pembangunan umumnya.
- e. Menjaga amanah yang dipercayakan kepadanya sebagai lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip Syariah.

5. Visi Perbankan Syariah

Visi Perbankan Syariah berbunyi: “Terwujudnya sistem Perbankan Syariah yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian yang mampu mendukung sector riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil (*share based financing*) dan transaksi riil dalam kerangka keadilan, tolong menolong menuju kebaikan guna mencapai kemaslahatan masyarakat” (Ali, 2010: 6).

6. Misi Perbankan Syariah

Sebagai sebuah bank dengan prinsip khusus, maka bank Islam diharapkan dapat menjadi lembaga keuangan yang dapat menjembatani antara para pemilik modal atau pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana. Adapun beberapa misi didirikannya Perbankan Syariah Islam (Nurul dan Mohamad, 2010: 38-39):

- a. Mengarahkan agar umat Islam dalam melaksanakan kegiatan muamalahnya secara Islami, dan terhindar dari praktik riba serta praktik lain yang mengandung unsur gharar, dimana jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam Islam juga menimbulkan dampak negative terhadap kehidupan perekonomian masyarakat.
- b. Dalam rangka menciptakan keadilan dalam bidang ekonomi dengan melakukan pemerataan pendapatan melalui berbagai kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan ekonomi yang besar antara pemilik modal dengan mereka yang membutuhkan dana.
- c. Dalam rangka meningkatkan kualitas hidup umat manusia dengan jalan membuka peluang usaha yang lebih besar, terutama kepada kelompok miskin serta mengarahkan mereka untuk menjalankan kegiatan usaha yang produktif.
- d. Dalam rangka membantu penanggulangan masalah kemiskinan yang biasa terjadi di negara-negara sedang berkembang, yang ironisnya banyak dihuni oleh umat Islam.
- e. Untuk menjaga tingkat stabilitas dari ekonomi dan moneter dan juga untuk menghindari persaingan yang tidak sehat yang mungkin dapat terjadi antara lembaga keuangan.

7. Ciri-Ciri Bank Syariah

- a. Keuntungan dan beban biaya yang disepakati tidak kaku dan ditentukan berdasarkan kelayakan tanggungna risiko dan korbanan masing-masing.

- b. Beban biaya tersebut hanya dikenakan sampai batas waktu kontrak. Sisa utang selepas kontrak dilakukan kontrak baru.
- c. Penggunaan persentase untuk perhitungan keuntungan dan biaya administrasi selalu dihindarkan, karena persentase mengandung potensi melipatgandakan.
- d. Pada bank Islam tidak mengenal keuntungan pasti (*fixed return*), ditentukan kepastian sesudah mendapat untung, bukan sebelumnya.
- e. Uang dari jenis yang sama tidak bisa diperjualbelikan atau disewakan atau dianggap barang dagangan. Oleh karena itu, bank Islam pada dasarnya tidak memberikan pinjaman berupa uang tunai, tetapi berupa pembiayaan atau talangan dana untuk pengadaan barang dan jasa.

8. Perbedaan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional

Bank Islam sama seperti bank konvensional adalah organisasi yang bertujuan mencari keuntungan. Hanya saja, bank Islam melarang riba atau aktivitas bisnis yang tidak sesuai dengan prinsip Syariah. Aktivitas bank Islam didasarkan pada prinsip membeli dan menjual asset. Perbedaan perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2
Perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional

Perbankan Syariah	Perbankan Konvensional
❖ Berorientasi pada kepentingan publik.	❖ Berorientasi pada kepentingan pribadi.
❖ Dalam pelayanan, tidak bebas nilai (berdasarkan prinsip Islam).	❖ Senantiasa bersifat bebas menilai (bersifat materialistis).
❖ Uang di anggap sebagai alat tukar saja tidak	❖ Uang dianggap sebagai barang komoditi.
	❖ Investasi yang dilakukan relatif luas

<p>menganggapnya sebagai komoditi.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Investasi dilakukan relative terbatas karena hanya pada kegiatan yang halal saja. ❖ Hubungan dengan nasabah berbentuk dengan kemitraan. ❖ Dalam operasinya menggunakan sistem bagi hasil, jual beli, atau sewa. ❖ Aktivasnya tidak hanya berorientasi untuk mencapai keuntungan saja tetapi juga untuk mencapai falah. ❖ Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa dewan pengawas Syariah. 	<p>karena termasuk kegiatan yang halal dan yang haram.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Hubungan dengan nasabah berbentuk hubungan kreditor-debitor. ❖ Dalam operasinya, menggunakan perangkat/ sistem bunga. ❖ Aktivitas hanya berorientasi untuk mencapai keuntungan saja ❖ Tidak memiliki dewan pengawas Syariah sehingga penghimpunan dana dan penyaluran dana tidak berdasarkan fatwa..
--	--

Sumber : Irsyad Lubis (2010: 109)

9. Konsep Akad Dalam Perbankan Syariah

Menurut Hasan (2014: 197-199) dari segi ada atau tidak adanya kompensasi, fikih muamalat membagi akad menjadi dua bagian yaitu akad atau transaksi yang digunakan bank Syariah dalam operasinya terutama diturunkan dari kegiatan mencari keuntungan (*tijarah/ mu'awadah*) dan sebagian dari kegiatan tolong-menolong (*tabarru'*).

- a. Akad *tijarah* atau *mu'awadah* adalah segala macam perjanjian yang menyangkut *for profit transaction*. Akad-akad ini dilakukan dengan tujuan mencari keuntungan, karena bersifat komersil. Contoh akad *tijarah* adalah akad-akad investasi, jual-beli, sewa-menyewa, dan lain-lain.
- b. Akad *tabarru'* adalah segala macam perjanjian yang menyangkut *not-for profit transaction* (transaksi nirlaba). Transaksi ini pada hakekatnya bukan

transaksi bisnis untuk mencari keuntungan komersil. Akad tabarru' dilakukan dengan tujuan tolong-menolong dalam rangka berbuat kebaikan. Contoh akad-akad tabarru' adalah qard, rahn, hiwalah, waqalah, kafalah, wadi'ah, hibah, waqaf, shadaqah, hadiah, dan lain-lain.

10. Produk dan Jasa Bank Syariah

Menurut Adiwarmanto, A. Karim produk dan jasa Perbankan Syariah secara garis besar, dapat dikelompokkan ke dalam produk penghimpunan dana, produk pembiayaan, produk jasa perbankan :

a. Produk Penghimpunan Dana

Produk-produk pendanaan bank Syariah ditujukan untuk mobilisasi dan investasi tabungan untuk pembangunan perekonomian dengan cara yang adil sehingga keuntungan yang adil dapat dijamin bagi semua pihak. Penghimpunan dana di Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito (Rivai dan Arifin, 2010 : 112).

1. Giro

Giro adalah simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat, artinya adalah bahwa uang yang disimpan di rekening giro dapat diambil setiap waktu setelah memenuhi berbagai persyaratan yang ditetapkan.

Dalam pasal 1 angka 23 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, yakni simpanan berdasarkan akad wadiah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang

penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan perintah pemindahbukuan.

2. Tabungan

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Dalam pasal 1 angka 21 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah yang menyebutkan bahwa tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip Syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

3. Deposito

Berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan, yang dimaksud dengan deposito berjangka adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu-waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan bank yang bersangkutan.

Dalam pasal 1 angka 22 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008, deposito didefinisikan sebagai investasi dana berdasarkan akad

mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip Syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank Syariah.

a) Landasan Hukum Wadiah :

Ketentuan Al-Qur'an mengenai prinsip wadiah terdapat dalam surat An-Nisa (2): 58 sebagai berikut :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا..... (58)

Yang artinya : *“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanat (titipan), kepada yang berhak menerimanya.....*

Ketentuan hadis mengenai prinsip wadiah terdapat pada sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Abu Daud, sebagai berikut :

عن أبي هريرة قال: قال النبي صلى الله عليه وسلم أَدِّ الْأَمَانَةَ إِلَىٰ مَنْ أَنْتَ مَنَّكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ (ابو داود)

Yang artinya : *“Abu Hurairah meriwayatkan bahwa Rasulullah Saw. Bersabda, sampaikanlah (tunaikanlah) amanat kepada yang berhak menerimanya dan jangan membalas khianat kepada orang yang telah mengkhianatimu”*.

Bahwa telah terjadi ijma' dari para ulama terhadap legitimasi wadiah, mengingat kebutuhan manusia mengenai hal ini sudah jelas.

b) Landasan Hukum Mudharabah

Ketentuan hukum tentang mudharabah dalam Al-Qur'an pada surat Al-Muzzamil (73): 20 sebagai berikut :

.... وَعَاخِرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ..... (20)

Yang artinya : “...dan dari orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah Swt...”.

Dan terdapat pula dalam surat Al-Jumu'ah (62): 10 sebagai berikut :

فَإِذَا فُضِّيتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ..... (10)

Yang artinya : “Apabila telah ditunaikan shalat maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah Swt...”.

Dari kedua ayat Al-Qur'an di atas pada intinya adalah berisi dorongan bagi setiap manusia untuk melakukan perjalanan usaha. Dan dalam dunia modern sekarang, akan lebih mudah untuk melakukan sebuah investasi yang benar-benar sesuai dengan prinsip Syariah.

Ketentuan hukum dalam hadis dapat kita jumpai dalam hadis yang diriwayatkan oleh thabrani sebagai berikut :

رَوَى ابْنُ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّهُ قَالَ : كَانَ سَيِّدُنَا الْعَبَّاسُ بْنُ عَبْدِ الْمُطَّلِبِ إِذَا دَفَعَ الْمَالَ مُضَارَبَةً اشْتَرَطَ عَلَى صَاحِبِهِ أَنْ لَا يَسْلُكَ بِهِ بَحْرًا، وَلَا يَنْزِلَ بِهِ وَاِدْيَاءً، وَلَا يَشْتَرِي بِهِ دَابَّةً ذَاتَ كَيْدٍ رَطْبَةً، فَإِنْ فَعَلَ ذَلِكَ ضَمِنَ، فَبَلَغَ شَرْطُهُ

رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ فَأَجَازَهُ (رواه الطبراني في الأوسط عن ابن عباس).

Yang artinya : “Diriwayatkan dari Ibnu Abbas bahwa Sayyidina Abbas bin Abdul Muthalib jika memberikan dana ke mitra usahanya secara mudharabah ia mensyaratkan agar dananya tidak dibawa mengarungi lautan, menuruni lembah yang berbahaya, atau membeli ternak. Jika menyalahi peraturan tersebut, yang bersangkutan bertanggung jawab atas dana tersebut. Disampaikanlah syarat-syarat tersebut kepada Rasulullah Saw, dan Rasulullah pun membolehkannya”.

Dari hadis di atas menunjukkan bahwa dalam mudharabah pihak shahibul maal yang menyediakan dana 100% akan menanggung risiko kehilangan modal, sehingga pihak mudharib selaku pengelola dana harus benar hati-hati dan selalu melaksanakan akad mudharabah dengan penuh itikad baik. Oleh karena itu, apabila ia karena kesalahannya menyebabkan kerugian maka ia juga bertanggung jawab atas dana yang telah diberikan oleh shahibul maal.

Menurut Ijma' telah dicapai kesepakatan (*consensus*) terhadap akad mudharabah ini dikalangan ulama, bahkan sejak para sahabat (Umam, 2016 : 80-95).

b. Produk Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan Syariah terbagi ke dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

1. Pembiayaan dengan prinsip jual beli

Pembiayaan dengan prinsip jual beli ditujukan untuk memiliki barang. Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda. Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual.

Transaksi jual beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, yakni dengan pembiayaan murabahah, pembiayaan salam, dan pembiayaan istishna'.

2. Pembiayaan dengan prinsip sewa

Dengan prinsip sewa ditujukan untuk mendapatkan jasa. Transaksi ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat.

3. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil digunakan untuk usaha kerja sama yang ditujukan guna mendapatkan barang dan jasa.

Produk pembiayaan Syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah sebagai berikut :

- a) Pembiayaan Musyarakah : Bentuk umum dari bagi hasil adalah musyarakah (syirkah atau syarikah). Transaksi musyarakah dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud.
- b) Pembiayaan mudharabah : Mudharabah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal (shahibul maal) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (mudharib) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerja sama dalam paduan kontribusi 100% modal kas dari shahibul maal dan keahlian dari mudharib.

4. Pembiayaan dengan akad pelengkap

Untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan, biasanya diperlukan juga akad pelengkap.

- a) Hiwalah (Alih Utang-Piutang) : untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya.
- b) Rahn (Gadai) : untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan.
- c) Qardh : sebagai pinjaman uang seperti untuk pengusaha kecil, talang haji, pengurus bank, dan pinjaman tunai dari produk kartu kredit syariah, dimana nasabah diberi keleluasaan untuk menarik uang tunai milik bank melalui ATM, dan nasabah akan mengembalikannya sesuai waktu yang ditentukan.
- d) Wakalah (Perwakilan) : dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa pada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukuan L/C, inkaso dan transfer uang.
- e) Kafalah (Garansi Bank) : garansi bank dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran (Adiwarman, A. Karim, 2014 : 97-107).

C. Penelitian Yang Relevan

Penelitian oleh Siti Sarah (2017) yang berjudul “*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank BCA Syariah Cabang Jatinegara*”. Sedangkan penulis meneliti tentang faktor-faktor yang

mempengaruhi keputusan nasabah non-muslim menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah non-muslim dalam menjadi nasabah Bank BCA Syariah cabang Jatinegara. Perbedaan antara Siti Sarah (2017) dengan penulis terletak pada lokasi atau tempat penelitian dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Sedangkan persamaan dengan Siti Sarah (2017) dengan penulis adalah objek yang diambil hanya nasabah non-muslim. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa dari enam faktor (variabel) yang terdapat satu variabel mempunyai pengaruh kuat diantara variabel lainnya, yaitu faktor bagi hasil.

Penelitian oleh Abdul Hamid (2018) yang berjudul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bergabung Di Kantor Cabang Pembantu Bank Syariah Mandiri Jl.Jenderal Sudirman Pekanbaru*”. Sedangkan penulis meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah non-muslim menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah bergabung di KCP Bank Syariah Mandiri dan faktor apa saja yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah. Perbedaan antara Abdul Hamid (2018) dengan penulis terletak pada lokasi atau tempat penelitian dan objek yang diambil semua nasabah, sedangkan yang peneliti ambil hanya nasabah non-muslim saja. Sedangkan persamaan dengan Abdul Hamid (2018) dengan penulis adalah faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu faktor perilaku konsumen, faktor bauran pemasaran, dan faktor keunggulan bank syariah. Adapun hasil dari penelitian ini yang telah diuji adalah terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap

variabel dependen yang semua variabel signifikan dan berpengaruh positif, dan faktor yang paling dominan adalah faktor keunggulan bank.

Penelitian oleh Nuri Asiani (2018) yang berjudul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank BNI Syariah Kantor Cabang Sudirman Pekanbaru*” . Sedangkan penulis meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah non-muslim menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Sudirman Pekanbaru. Perbedaan antara Nuri Asiani (2018) dengan penulis terletak pada subjek yang diambil adalah faktor-faktor kepuasan nasabah. Sedangkan persamaan dengan Nuri Asiani (2018) dengan penulis adalah lokasi atau tempat penelitian yang sama. Adapun hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen terbukti dari uji t yang semua variabel signifikan dan berpengaruh positif.

D. Konsep Operasional

Adapun variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen X (Bebas) adalah Faktor Bauran Pemasaran yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi seperti produk, harga, lokasi, promosi, orang, dan penampilan fisik. Faktor Keunggulan Bank Syariah adalah Proses yang mudah dalam melakukan transaksi, banyaknya KCP dan mesin ATM di berbagai daerah, adanya fasilitas Net Banking, nasabah dilindungi Lps, transaksi bisa dilakukan dalam jumlah besar, bonus atau hadiah, bagi hasil dengan nisbah.

2. Variabel Dependen Y (Terikat) yaitu Keputusan Nasabah Non-Muslim.

Berdasarkan teori di atas maka dapat dibuat konsep operasional sebagai berikut:

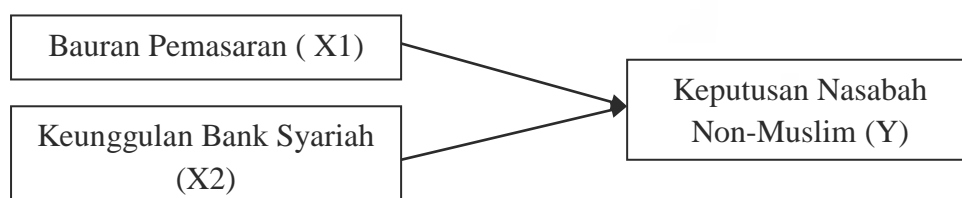
Tabel 3 : Konsep Operasional

Variabel	Dimensi	Pernyataan
Bauran Pemasaran (X1)	1. Produk	1
	2. Harga	2
	3. Lokasi	3
	4. Promosi	4
	5. Proses	5
	6. Orang	6
	7. Penampilan fisik	7
Keunggulan Bank Syariah (X2)	1. Mudah Dalam Melakukan Transaksi	8
	2. Banyaknya KCP dan Mesin ATM di Berbagai Daerah	9
	3. Adanya Fasilitas Net Banking	10
	4. Nasabah Dilindungi Lps	11
	5. Transaksi Bisa Dilakukan Dalam Jumlah Besar	12
	6. Bonus atau Hadiah	13
	7. Bagi Hasil dengan Nisbah	14
Keputusan Nasabah (Y)	1. Pengenalan Masalah	15
	2. Pencarian Informasi	16
	3. Evaluasi Alternatif	17
	4. Keputusan Pembelian	18
	5. Perilaku Sesudah Pembelian	19
	6. Kepuasan Sesudah Pembelian	20

E. Kerangka Konseptual

Berdasarkan konsep operasional dapat digambarkan kerangka konseptual penelitian ini sebagai berikut :

Gambar 1 : Kerangka Konseptual



Gambar di atas menunjukkan bahwa faktor bauran pemasaran, dan faktor keunggulan bank Syariah dapat mempengaruhi keputusan nasabah non-muslim menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru.

F. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah serta penelitian yang disampaikan di atas maka penelitian ini penulis mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh faktor Bauran Pemasaran terhadap keputusan nasabah non-muslim dalam menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru.

H2 : Terdapat pengaruh faktor Keunggulan Bank Syariah terhadap keputusan nasabah non-muslim dalam menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru.

H3 : Terdapat pengaruh faktor Bauran Pemasaran dan faktor Keunggulan Bank Syariah secara simultan terhadap keputusan nasabah non-muslim dalam menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan. Penelitian ke lapangan untuk mengetahui kebenaran dari data-data atau informasi yang kita butuhkan dan untuk menguji kebenaran dan keabsahan suatu dokumen (Kasmir dan Jakfar, 2014: 36) .

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Kausalitas adalah salah satu teknik statistik yang digunakan untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab antar variabel. Jenis ini umumnya hubungan sebab akibat (tersebut) sudah dapat diprediksi oleh peneliti sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel penyebab, variabel antara dan variabel terikat (Sanusi, 2017: 14).

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan di Bank BNI Syariah Pekanbaru. Penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan, terhitung mulai dari bulan September sampai dengan Desember, dengan perencanaan sebagai berikut :

Tabel 4 : Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan															
		September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan Proposal Penelitian																
2	Pra Riset																

Dalam penelitian ini jumlah populasi (N) = 1.386 orang, dengan nilai kritis (α) sebesar 10% maka ukuran sampel.

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.386}{1 + 1.386 (10\%)^2} \\ &= \frac{1.386}{14,86} \\ &= 93,27 = 93 \end{aligned}$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampelnya dibulatkan sebanyak 93 nasabah. Dan Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *insidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dipandang orang yang cocok sebagai sumber data.

D. Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sanusi (2017:104) menjelaskan bahwa terdapat dua sumber data yaitu data primer dan data skunder. Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain.

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Data primer adalah data yang diperoleh melalui penelitian langsung ke lokasi atau responden. Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara meminta kepada nasabah di Bank BNI Syariah Pekanbaru untuk mengisi formulir berupa angket yang akan peneliti sebar kepada nasabah non-muslim.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dan hanya melalui media perantara, data ini diperoleh dari pihak intern perusahaan, buku-buku, jurnal, literature-literatur lain yang berkaitan dengan judul penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

- a. Angket, yaitu daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respons sesuai dengan permintaan pengguna (Riduwan, 2010: 25-26).
- b. Dokumentasi, yaitu penulis secara langsung ke lokasi penelitian untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, dan sebagainya.

E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan setelah semua data terhimpun dan telah dapat memberikan gambaran yang menyeluruh tentang objek penelitian. Tahap-tahap pengolahan data dilakukan sebagai berikut (Sarwono dan Martadiredja, 2008: 183-185) :

a. Editing Data

Editing data adalah proses dimana peneliti melakukan klarifikasi keterbacaan, konsistensi, dan kelengkapan data yang sudah terkumpul.

b. Pengembangan Variabel

Pengembangan variabel adalah spesifikasi semua variabel yang diperlukan oleh peneliti yang tercakup dalam data yang sudah terkumpul atau dengan kata lain apakah semua variabel yang diperlukan sudah termasuk dalam data.

c. Pengkodean Data

Pemberian kode pada data dimaksudkan untuk menerjemahkan data kedalam kode-kode yang biasanya dalam bentuk angka.

d. Cek Kesalahan

Peneliti melakukan pengecekan kesalahan sebelum dimasukkan kedalam komputer untuk melihat apakah langkah-langkah sebelumnya sudah diselesaikan tanpa kesalahan yang serius.

e. Membuat Struktur Data

Peneliti membuat struktur data yang mencakup semua data yang dibutuhkan untuk analisis kemudian dipindahkan ke dalam komputer.

f. Cek Peranalisis Komputer

Struktur data yang telah final kemudian dipersiapkan untuk analisis komputer dan sebelumnya harus dilakukan pengecekan peranalisis agar diketahui konsistensi dan kelengkapannya.

g. Tabulasi

Tabulasi adalah kegiatan menggambarkan jawaban responden dengan cara tertentu.

2. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif digunakan untuk menganalisa secara statistik guna melakukan uji penelitian terhadap data-data yang diperoleh menggunakan analisis regresi berganda. Dimana proses perhitungannya penulis menggunakan alat bantu komputer seperti program *software* yang dapat digunakan untuk mengolah data dalam mengaplikasikan teori-teori statistik diantaranya *Program Statistic Package for Social Science (SPSS) versi 23.0*.

Karena angket yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala lima alternatif (Skala Likert) seperti table berikut:

Tabel 5 : Alternatif Pilihan Jawaban

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: *Anwar Sanusi, 2017: 60.*

a. Uji Instrumen

Penelitian ini sumber data yang digunakan adalah angket, maka angket sebagai instrument penelitian harus diuji terlebih dahulu validitas dan reabilitas.

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya tingkat validitasnya rendah maka instrument tersebut kurang valid. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa hendak diukur/diinginkan (Sanusi, 2017: 76).

Metode uji validitas dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item. Skor item adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Jika nilai korelasi r hitung lebih besar daripada r table maka item kuesioner tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r table atau nilai korelasi negative maka item tidak valid r dalam tabel $\alpha = 5\%$ (Priyatno, 2016:53).

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya. Jika hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik atau dapat dipercaya.

Reliabilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, reliabilitas ini mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya (Sanusi, 2017: 80-81).

3) Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik umumnya dilakukan terhadap regresi yang memiliki dua atau lebih variabel penjelasan. Uji asumsi klasik ini terdapat empat pengujian sebagai berikut (Sunyoto, 2011: 79-91) :

a. Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

Uji asumsi klasik jenis ini diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas, dimana akan diukur tingkat asosiasi (keeratn) hubungan/pengaruh antarvariabel bebas tersebut melalui besaran koefisien (r).

b. Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama, disebut terjadi homoskedastisitas, dan jika variansnya tidak sama/berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Asumsi Klasik Normalitas

Uji asumsi ini akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali.

d. Uji Asumsi Klasik Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier atau kesalahan pengganggu periode t (berada) dan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya).

b. Uji Hipotesis

1) Persamaan Regresi Berganda

Persamaan regresi berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat (Sanusi, 2017: 134-135).

Analisis ini bertujuan: 1) untuk memprediksi nilai variabel dependen apabila nilai variabel-variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan 2) untuk mengetahui arah hubungan antara variabel-variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) apakah positif atau negatif.

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan Nasabah X1 = Bauran Pemasaran

a = Konstanta X2 = Keunggulan Bank Syariah

b = Koefisien regresi

2) Uji-t (Uji Parsial)

Uji-t dilakukan untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan antara variabel bebas dan variabel terikat. Langkah-langkahnya adalah:

- a. Merumuskan hipotesis
- b. Menentukan level of signifinance $\alpha = 0.05$

Kriteria pengujian adalah jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 terima dan H_a ditolak. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Sanusi, 20017:138).

3) Uji-F (Uji Simultan)

Uji F yang signifikan menunjukkan bahwa variasi variabel terikat dijelaskan sekian persen oleh variabel bebas secara bersama-sama adalah benar-benar nyata dan bukan terjadi karena kebetulan. Kriteria pengujiannya adalah jika, $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka, H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Jika, $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat (Sanusi, 2017: 137-138).

4) Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi (r) adalah indeks atau bilangan yang digunakan untuk mengukur derajat hubungan, meliputi kekurangan hubungan dan bentuk/arah hubungn. Fungsi utama dari analisis jorelasi adalah untuk menentukan seberapa erat hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Ukuran yang menyatakan keeratan hubungan tersebut adalah koefisien korelasi atau sering disebut dengan korelasi

Pearson (*Pearson Product Moment*). Koefisien korelasi pearson bernilai -1 sampai dengan +1 (Sanusi, 2017: 122).

Untuk memberikan interpretasi nilai koefisien dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6 : Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Riduwan Sunarto (2014: 81)

5) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat) digunakan kepada berganda (R^2). Koefisien determinasi (R^2) adalah besaran yang menunjukkan seberapa besar perubahan variabel terikat (Y) yang dapat dipengaruhi oleh variabel bebas (X).

Persamaan regresi linier berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi semakin besar (mendekati 1) dan cenderung meningkat nilainya sejalan dengan peningkatan jumlah variabel bebas (Sanusi, 2017: 136).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat PT. Bank BNI Syariah

Terpaan krisis moneter Tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem Perbankan Syariah. Prinsip Syariah dengan tiga pilarnya yaitu adil, transparan, dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No. 10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI Syariah dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara, dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 kantor cabang dan 31 kantor cabang pembantu.

Di samping itu juga dapat menikmati layanan Syariah di kantor cabang BNI Konvensional (*office counseling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan Syariah. Semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan Syariah.

Di dalam *Corporate Plan* UUS BNI Tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* Tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu *spin off* bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi

yang kondusif yaitu dengan diterbitkan UU No.19 Tahun 2008 tentang surat berharga Syariah (SBSN) dan UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen pemerintah terhadap pengembangan Syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan Syariah juga semakin meningkat. Adapun PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Sudirman Pekanbaru resmi berdiri pada tanggal 15 Juni 2005 yang mana masih disebut Unit Syariah (US), namun pada tanggal 19 Juni 2010 PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Sudirman Pekanbaru sudah resmi menjadi bank swasta yang bergerak berdasarkan prinsip Syariah.

PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru terletak di Jalan Jendral Sudirman No.848. Tepat bersebelahan dengan Masjid Ar-Rahman dan berada di persimpangan jalan. Lokasi ini sangat strategis untuk mendapat peluang bagi PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru untuk berkembang karena dengan mudahnya orang akan bisa mencapai tujuan dan mengetahuinya. Banyaknya alat transportasi yang melewati di depan PT bank BNI Syariah Kantor cabang Pekanbaru akan mempermudah akses seseorang untuk mencapainya.

PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru memiliki 2 kantor Cabang Pembantu yang berada di Jalan HR. Soebrantas, 1 Kantor Kas UIN Suska dan 1 Kantor Cabang Pembantu Pangkalan Kerinci, dimana disetiap Cabang PT.Bank BNI Syariah yang terdapat 1 *customer service*.

2. Visi dan Misi PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru

a. Visi

Menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

b. Misi

- 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- 2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan Syariah.
- 3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

3. Produk Bank BNI Syariah

a. Produk Dana

1) BNI Syariah Deposito

Deposito iB Hasanah (BNI Syariah Deposito) yaitu investasi berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip Syariah yang ditunjukkan bagi nasabah perorangan dan perusahaan dengan menggunakan prinsip Mudharabah.

2) BNI Syariah Giro

Giro iB Hasanah (BNI Syariah Giro) adalah titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola berdasarkan prinsip Syariah dengan akad Wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cek, Bilyet Giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan.

3) Tabungan

a) BNI Syariah Tabungan iB THI Hasanah

Tabungan iB Hasanah (BNI Syariah Tabungan Haji) ialah bentuk investasi dana untuk perencanaan haji yang dikelola berdasarkan prinsip Syariah dengan akad Mudharabah dengan sistem setoran bebas atau bulanan, bermanfaat sebagai sarana pembayaran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH).

b) BNI Syariah Tabungan Bisnis Perorangan

Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan ialah bentuk investasi dana yang dikelola berdasarkan prinsip Syariah dengan akad Mudharabah yang dilengkapi dengan detil mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dalam mata uang Rupiah dan bagi hasil yang lebih kompetitif.

c) BNI Syariah Tabungan Prima

Tabungan iB Hasanah Prima ialah bentuk investasi dana yang dikelola berdasarkan prinsip Syariah dengan akad Mudharabah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi

Nasabah segmen *high networth individuals* secara perorangan dalam mata uang Rupiah dan bagi hasil yang kompetitif.

d) BNI Syariah Tabungan Anak

BNI Syariah Tabungan Anak (Tabungan iB Tunas Hasanah) adalah produk simpanan dalam mata uang Rupiah berdasarkan akad Wadiah yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun.

e) BNI Syariah Tabungan Bisnis Non Perorangan

Tabungan iB Hasanah Bisnis Non Perorangan ialah bentuk investasi dana yang dikelola berdasarkan prinsip Syariah dengan akad Mudharabah yang dilengkapi dengan detil mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dalam mata uang Rupiah untuk nasabah non perorangan.

f) BNI Syariah Tabungan

Tabungan iB Hasanah bentuk investasi dana yang dikelola berdasarkan prinsip Syariah dengan akad Mudharabah atau simpanan dana yang menggunakan akad Wadiah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah dalam mata uang Rupiah.

g) BNI Syariah Tabungan Rencana

BNI Syariah Tabungan Rencana (Tabungan iB Tapenas Hasanah) ialah bentuk investasi dana untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip Syariah dengan akad Mudharabah

dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana masa depan lainnya.

h) TabunganKu iB

tabunganKu iB ialah produk simpanan dana dari Bank Indonesia yang dikelola sesuai dengan prinsip Syariah dengan akad Wadiah dalam mata uang Rupiah untuk meningkatkan kesadaran menabung masyarakat.

b. Produk Pembiayaan

1. Produk Pembiayaan Pribadi

a) Hasanah Card

IB Hasanah Card merupakan kartu pembiayaan yang berfungsi sebagai kartu kredit berdasarkan prinsip Syariah, yaitu dengan sistem perhitungan biaya bersifat tetap, adil, transparan, dan kompetitif tanpa perhitungan bunga.

b) BNI Syariah Kepemilikan Emas

Pembiayaan Emas iB Hasanah (BNI Syariah Kepemilikan Emas) merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membeli 56 emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur secara pokok setiap bulannya melalui akad Murabahah (jual beli).

c) BNI Syariah KPR Syariah

BNI Syariah KPR Syariah (Griya iB Hasanah) adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat

untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah indent, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon.

d) BNI Syariah Multijasa

Multijasa iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada masyarakat untuk kebutuhan jasa dengan agunan berupa *fixed asset* atau kendaraan bermotor selama jasa dimaksud tidak bertentangan dengan undang-undang atau hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan Syariah Islam.

e) BNI Syariah Otomotif

Oto iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif Murabahah yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor yang dibiayai dengan pembiayaan ini.

f) BNI Syariah Pembiayaan Jaminan Cash

CCF iB Hasanah adalah pembiayaan yang dijamin dengan cash, yaitu dijamin dengan simpanan dalam bentuk Deposito, Giro, dan Tabungan yang diterbitkan BNI Syariah.

g) BNI Syariah Pembiayaan Haji

Pembiayaan THI iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang ditujukan kepada nasabah untuk memenuhi

kebutuhan biaya setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang ditentukan oleh Kementerian Agama, untuk mendapatkan nomor seat porsi haji dengan menggunakan akad Ijarah.

h) BNI Syariah Multiguna

Multiguna iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli barang kebutuhan konsumtif dengan agunan berupa barang yang dibiayai (apabila bernilai material) atau *fixed asset* yang ditunjukkan untuk kalangan profesional dan pegawai aktif yang memiliki sumber pembayaran kembali dari penghasilan tetap dan tidak bertentangan dengan undang-undang atau hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan Syariah Islam.

2. Produk Pembiayaan Mikro

a) Rahn Mikro

Rahn Mikro adalah pembiayaan mulai dari Rp500 ribu hingga Rp50 juta dengan jangka waktu pembiayaan 3,6,9,12 bulan (tidak dapat diperpanjang).

b) Mikro 2 iB Hasanah

Mikro 2 iB Hasanah adalah pembiayaan mulai dari Rp5 juta hingga Rp50 juta dengan jangka waktu pembiayaan mulai 6 bulan hingga 36 bulan.

c) Mikro 3 iB Hasanah

Mikro 3 iB Hasanah adalah pembiayaan mulai dari > Rp50 juta hingga Rp500 juta dengan jangka waktu pembiayaan mulai 6 bulan hingga 60 bulan.

3. Pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah

a) BNI Syariah Wirausaha

Wirausaha iB Hasanah (WUS) adalah fasilitas pembiayaan produktif yang ditunjukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif (modal kerja dan investasi) yang tidak bertentangan dengan Syariah dan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku.

b) BNI Syariah Valas

Pembiayaan Valas iB Hasanah adalah pembiayaan yang diberikan oleh unit operasional dalam negeri kepada nasabah pembiayaan dalam negeri, dalam bentuk mata uang valuta asing.

c) BNI Syariah Kopkar/Kopeg

Pembiayaan Kerjasama Kopkar/Kopeg iB Hasanah fasilitas pembiayaan Mudharabah produktif dimana BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada Koperasi Karyawan (Kopkar) / Koperasi Pegawai (Kopeg) untuk disalurkan secara prinsip Syariah ke *end user*/pegawai.

d) BNI Syariah Dealer iB Hasanah

Bni Syariah Dealer iB Hasanah adalah pola kerjasama pemasaran dealer dilatarbelakangi oleh adanya potensi pembiayaan kendaraan bermotor secara kolektif yang melibatkan *end user* dalam jumlah yang cukup banyak. Hal tersebut membutuhkan tenaga yang cukup besar dalam hal penyaluran, pemantauan, atau penyelesaian pembiayaannya.

e) BNI Syariah Tunas Usaha

Tunas Usaha iB Hasanah (TUS) adalah pembiayaan modal kerja dan atau investasi yang diberikan untuk usaha produktif yang *feasible* namun belum bankable dengan prinsip Syariah dalam rangka mendukung pelaksanaan Intruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2007.

f) BNI Syariah Usaha Kecil

Usaha kecil iB hasanah adalah pembiayaan Syariah yang digunakan untuk tujuan produktif (modal kerja maupun investasi) kepada pengusaha kecil berdasarkan prinsip-prinsip pembiayaan Syariah.

g) BNI Syariah Linkage

Pembiayaan Kerjasama Linkage Program iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan dimana BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) (BMT, BPRS, KJKS, dll) untuk

diteruskan ke end user (pengusaha mikro, kecil, dan menengah Syariah). Kerjasama dengan LKS dapat dilakukan secara langsung ataupun melalui Lembaga Pendamping.

4. Produk Pembiayaan Korporasi

a) BNI Syariah Multifinance

Pembiayaan kepada Multifinance adalah penyaluran pembiayaan langsung dengan pola *executing*, kepada Multifinance untuk usahanya dibidang perusahaan pembiayaan sesuai dengan prinsip Syariah.

b) BNI Syariah Usaha Besar

Usaha Besar iB Hasanah adalah pembiayaan Syariah yang digunakan untuk tujuan produktif (modal kerja maupun investasi) kepada pengusaha pada segmentasi besar berdasarkan prinsip-prinsip pembiayaan Syariah.

c) BNI Syariah Ekspor

Pembiayaan Ekspor iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada eksportir (perusahaan ekspor), baik dalam rupiah maupun valuta asing untuk keperluan modal kerja dalam rangka pengadaan barang-barang yang akan di ekspor (sebelum barang dikapalkan/ *preshipment*) aadan untuk keperluan pembiayaan proyek investasi dalam rangka produksi barang ekspor.

d) BNI Syariah Onshore

Pembiayaan Onshore iB Hasanah adalah pembiayaan yang diberikan oleh unit operasional dalam negeri kepada nasabah pembiayaan dalam negeri, dalam bentuk mata uang valuta asing untuk membiayai usaha yang dikategorikan kegiatan ekspor (penghasil devisa).

e) BNI Syariah Sindikasi

Pembiayaan Sindikasi iB Hasanah adalah pembiayaan yang diberikan oleh dua atau lebih Lembaga Keuangan untuk membiaya suatu proyek/usaha dengan syarat-syarat dan ketentuan yang sama, menggunakan dokumen yang sama dan diadministrasikan oleh agen yang sama pula.

4. Struktur Organisasi Pada PT.Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru

Struktur organisasi merupakan susunan dan hubungan-hubungan antar komponen bagian-bagian dan posisi-posisi dalam suatu organisasi. Struktur organisasi menggambarkan pengawasan, kewenangan, dan proses pengumpulan kebijakan.

Tujuan disusunnya struktur organisasi adalah pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih baik dibandingkan tanpa adanya pembagian tugas kerja (Suliyanto, 2010:174).

B. Deskripsi Data

1. Identitas Responden

Identitas responden dalam kegiatan penelitian merupakan suatu yang sangat penting untuk mengetahui jenis kelamin, agama, umur, pendidikan, pekerjaan, lama menjadi nasabah, intensitas menabung dan pendapatan suatu individu yang dijadikan sampel. Identitas responden nantinya akan menjadi pedoman dalam pengambilan kesimpulan hasil penelitian. Berdasarkan apa yang ada di angket dapat diidentifikasi yaitu jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, lama menjadi nasabah, intensitas menabung, dan pendapatan. Karakteristik identitas responden Bank BNI Syariah Pekanbaru sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Tabel 7 : Jenis Kelamin Responden Bank BNI Syariah Pekanbaru

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	64	68,8
Perempuan	29	31,2
Total	93	100

Sumber : Data Olahan 2019

Dari tabel di atas diketahui bahwa yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak menjadi nasabah di Bank BNI Syariah Pekanbaru yaitu berjumlah 64 atau sebesar 68,8%.

b. Umur

Tabel 8 : Umur Responden Bank BNI Syariah Pekanbaru

No	Rentang Usia	Frekuensi	Persentase
1	<17 Tahun	0	0
2	17-29 Tahun	25	26,9
3	30-39 Tahun	38	40,9

4	40-49 Tahun	23	24,7
5	>50 Tahun	7	7,5
Total		93	100

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel di atas diketahui bahwa umur 30-39 tahun lebih banyak nasabah di Bank BNI Syariah Pekanbaru yaitu berjumlah 38 orang atau sebesar 40,9%.

c. Pendidikan

Tabel 9 : Tingkat Pendidikan Responden Bank BNI Syariah Pekanbaru

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SD	0	0
2	SMP	0	0
3	SMA/SMK	7	7,5
4	Akademi Diploma	14	15,1
5	Sarjana	52	55,9
6	Pasca Sarjana	20	21,5
Total		93	100

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel di atas diketahui bahwa pendidikan nasabah Bank BNI Syariah Pekanbaru sebagian besar berpendidikan sarjana yaitu berjumlah 52 orang atau sebesar 55,9%.

d. Pekerjaan

Tabel 10 : Pekerjaan Responden Bank BNI Syariah Pekanbaru

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	15	16,1
2	PNS	18	19,4
3	Karyawan BUMN/BUMD	5	5,4
4	Karyawan	26	27,9
5	TNI/Polri	2	2,2
6	Wiraswasta	24	25,8
7	Lain-lain	3	3,2
Total		93	100

Sumber : Data Olahan 2019

Dari tabel di atas diketahui bahwa karyawan lebih banyak menjadi nasabah Bank BNI Syariah Pekanbaru yaitu berjumlah 26 atau sebesar 27,9%.

e. Lama Menjadi Nasabah

Tabel 11 : Lama Menjadi Nasabah Responden Bank BNI Syariah Pekanbaru

No	Lama Menjadi Nasabah	Frekuensi	Persentase
1	<1 Tahun	11	11,8
2	1-2 Tahun	24	25,8
3	2-3 Tahun	30	32,3
4	>3 Tahun	28	30,1
Total		93	100

Sumber : Data Olahan 2019

Dari tabel di atas diketahui lama menjadi nasabah Bank BNI Syariah Pekanbaru sebagian besar 2-3 tahun yaitu berjumlah 30 atau sebesar 32,3%.

f. Intensitas Menabung

Tabel 12: Intensitas Menabung Responden Bank BNI Syariah Pekanbaru

No	Intensitas Menabung	Frekuensi	Persentase
1	<1 Bulan Sekali	18	19,4
2	1 Bulan Sekali	48	51,6
3	2 Bulan Sekali	20	21,5
4	>3 Bulan Sekali	7	7,5
Total		93	100

Sumber : Data Olahan 2019

Dari tabel di atas diketahui intensitas menabung nasabah Bank BNI Syariah Pekanbaru sebagian besar 1 bulan sekali yaitu berjumlah 48 atau sebesar 51,6%.

g. Penghasilan

Tabel 13 : Penghasilan Responden Bank BNI Syariah Pekanbaru

Tingkat Penghasilan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Rp2.762.000	28	30,1
Rp2.762.000 - Rp3.262.000	30	32,3
Rp3.262.000 -Rp5.262.000	22	23,7
Rp5.262.000-Rp10.000.000	10	10,7
>Rp10.000.000	3	3,2
Total	93	100

Sumber : Data Olahan 2019

Dari data di atas diketahui bahwa nasabah yang memiliki penghasilan Rp2.762.000 - Rp3.262.000 lebih banyak di Bank BNI Syariah Pekanbaru yaitu berjumlah 30 atau sebesar 32,3% .

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim di Bank BNI Syariah Pekanbaru

Hasil penelitian mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non-Muslim Menabung Di Bank BNI Syariah Pekanbaru, yang mencakup terhadap indikator keputusan.

Unsur faktor-faktor keputusan terdiri dari bauran pemasaran, keunggulan bank Syariah, dan keputusan nasabah. Adapun tanggapan nasabah tentang pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah non-muslim menabung di bank BNI Syariah Pekanbaru yang sudah direkap sebagai berikut:

a. Faktor Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah strategi atau alat yang digunakan suatu perusahaan memasarkan produk jasanya kepada calon konsumen yang perlu

dipertimbangkan agar dapat berjalan sukses. Dalam bauran pemasaran adanya beberapa unsur yaitu, produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, lingkungan fisik.

Tabel 14 : Rekapitulasi Data Angket Variabel Bauran Pemasaran (X1)

No	Pernyataan	Rekapitulasi Perhitungan Data Angket					
		SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1	1	58	34	1	0	0	93
2	2	32	57	4	0	0	93
3	3	38	51	4	0	0	93
4	4	37	44	11	1	0	93
5	5	28	43	20	2	0	93
6	6	39	45	9	0	0	93
7	7	45	44	3	1	0	93
8	8	46	43	4	0	0	93
9	9	48	42	3	0	0	93
Jumlah		371	403	59	4	0	837
Nilai Skor		5	4	3	2	1	
Total Skor		1.855	1.612	177	8	0	
Grand Total Skor							3.652
Rata-rata Skor							405
Persentase		50,79	44,14	4,84	0,21	0	100

Sumber : Data Olahan 2019

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat dilihat bahwa butir pernyataan yang paling dominan adalah sangat setuju dengan persentase 50,79%, selanjutnya setuju dengan persentase 44,14%, netral dengan persentase 4,84%, tidak setuju dengan persentase 0,21%, sedangkan sangat tidak setuju dengan persentase 0% dengan butir-butir pernyataan dari variabel bauran pemasaran (X1) yaitu 9 pernyataan.

b. Keunggulan Bank Syariah

Hal ini menggambarkan adanya keunggulan bank syariah dibandingkan lembaga keuangan lainnya.

Tabel 15 : Rekapitulasi Data Angket Variabel Keunggulan Bank Syariah (X2)

No	Pernyataan	Rekapitulasi Perhitungan Data Angket					
		SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1	10	31	58	4	0	0	93
2	11	38	46	7	2	0	93
3	12	37	49	7	0	0	93
4	13	43	42	7	1	0	93
5	14	46	44	2	1	0	93
6	15	40	41	12	0	0	93
7	16	36	51	6	0	0	93
8	17	36	45	12	0	0	93
Jumlah		307	376	57	4	0	744
Nilai Skor		5	4	3	2	1	
Total Skor		1.535	1.504	171	8	0	
Grand Total Skor							3.218
Rata-rata Skor							402
Persentase		47,70	46,74	5,31	0,25	0	100

Sumber : Data Olahan 2019

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat dilihat bahwa butir pernyataan yang paling dominan adalah sangat setuju dengan persentase 47,70%, selanjutnya setuju dengan persentase 46,74%, netral dengan persentase 5,31%, tidak setuju dengan persentase 0,25%, sedangkan sangat tidak setuju dengan persentase 0% dengan butir-butir pernyataan dari variabel keunggulan Bank Syariah (X2) yaitu 8 pernyataan.

c. Keputusan Nasabah

Kepuasan konsumen adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan.

Tabel 16 : Rekapitulasi Data Angket Variabel Keputusan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Rekapitulasi Perhitungan Data Angket					
		SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1	18	33	52	8	0	0	93
2	19	32	49	11	1	0	93
3	20	23	50	20	0	0	93
4	21	24	46	23	0	0	93

5	22	23	50	20	0	0	93
6	23	23	54	15	1	0	93
7	24	26	52	14	1	0	93
Jumlah	184	353	111	3	0		651
Nilai Skor	5	4	3	2	1		
Total Skor	920	1.412	333	6	0		
Grand Total Skor							2.671
Rata-rata Skor							381/38 2
Persentase	34,44	52,86	12,47	0,22	0		100

Sumber : Data Olahan 2019

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat dilihat bahwa butir pernyataan yang paling dominan adalah setuju dengan persentase 52,86%, selanjutnya sangat setuju dengan persentase 34,44%, netral dengan persentase 12,47%, tidak setuju dengan persentase 0,22%, sedangkan sangat tidak setuju dengan persentase 0% dengan butir-butir pernyataan dari variabel minat nasabah (Y) yaitu 7 pernyataan.

C. Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrument yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

a. Uji Validitas

Pengukuran validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Corrected Item-Total Correlation* dengan taraf signifikan 5 ($\alpha = 0,05$)

Terhadap artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Tabel 17 : Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Corracted item- Total (r hitung)	r tabel $\alpha = 0,05$	Keterangan
X1	Item 1	0,467	0,207	Valid
	Item 2	0,329	0,207	Valid
	Item 3	0,572	0,207	Valid
	Item 4	0,710	0,207	Valid
	Item 5	0,558	0,207	Valid
	Item 6	0,593	0,207	Valid
	Item 7	0,632	0,207	Valid
	Item 8	0,428	0,207	Valid
	Item 9	0,501	0,207	Valid
X2	Item 10	0,493	0,207	Valid
	Item 11	0,628	0,207	Valid
	Item 12	0,600	0,207	Valid
	Item 13	0,626	0,207	Valid
	Item 14	0,716	0,207	Valid
	Item 15	0,721	0,207	Valid
	Item 16	0,506	0,207	Valid
	Item 17	0,593	0,207	Valid
Y	Item 18	0,661	0,207	Valid
	Item 19	0,691	0,207	Valid
	Item 20	0,692	0,207	Valid
	Item 21	0,791	0,207	Valid
	Item 22	0,801	0,207	Valid
	Item 23	0,757	0,207	Valid
	Item 24	0,755	0,207	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS 23.0

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa indikator variabel dikatakan valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dan jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka indikator variabel dinyatakan tidak valid.

Diketahui nilai $r \text{ tabel}$ sebesar 0,207 (lihat tabel r) dan dibandingkan dengan $r \text{ hitung}$. Dan dari tabel di atas menunjukkan bahwa item pernyataan mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari $r \text{ tabel}$. Sehingga seluruh item-item variabel dinyatakan valid dan layak untuk dianalisis.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan teknik *Cronbach Alpha* dimana instrumen dapat dikatakan handal atau reliable bila memiliki koefisien kehandalan sebesar . Reliabilitas ini akan dilakukan pada item-item pernyataan yang telah memiliki kevalidan pada uji validitas sebelumnya. Dan jumlah item pernyataan yang dapat diuji pada uji reliabilitas ini sebanyak 24 item.

Tabel 18 : Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pernyataan	Cronbach Alpha	Syarat Reliabel	Keterangan hasil
X1	Item 1	0,673	0,6	Realiabel
	Item 2	0,701	0,6	Realiabel
	Item 3	0,653	0,6	Realiabel
	Item 4	0,618	0,6	Realiabel
	Item 5	0,675	0,6	Realiabel
	Item 6	0,651	0,6	Realiabel
	Item 7	0,640	0,6	Realiabel
	Item 8	0,685	0,6	Realiabel
	Item 9	0,669	0,6	Realiabel
X2	Item 10	0,755	0,6	Realiabel
	Item 11	0,735	0,6	Realiabel
	Item 12	0,739	0,6	Realiabel
	Item 13	0,735	0,6	Realiabel
	Item 14	0,713	0,6	Realiabel
	Item 15	0,713	0,6	Realiabel
	Item 16	0,756	0,6	Realiabel
	Item 17	0,744	0,6	Realiabel
Y	Item 18	0,850	0,6	Realiabel
	Item 19	0,848	0,6	Realiabel
	Item 20	0,848	0,6	Realiabel
	Item 21	0,830	0,6	Realiabel
	Item 22	0,827	0,6	Realiabel
	Item 23	0,836	0,6	Realiabel
	Item 24	0,836	0,6	Realiabel

Sumber : Data Olahan SPSS 23.0

Dari tabel di atas nilai *Cronbach Alpha* yang digunakan sebagai indikator analisis secara umum adalah 0,6 . dari uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa nilai alpha untuk variabel X1, dan X2 lebih besar dari 0,6 dan variabel Y tidak kurang dari 0,6 . dengan demikian data dari instrumen penelitian yang digunakan untuk setiap indikator dapat dipercaya atau *reliable*.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik umumnya dilakukan terhadap regresi yang memiliki 2 atau lebih variabel penjelas. Uji asumsi klasik ini terdiri dari empat pengujian yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi, dan Uji Heteroskedastisitas. Pengujian asumsi klasik ini telah dilakukan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalis bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikan) $> 0,05$ sedangkan data distribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikan) $< 0,05$. Untuk melihat uji normalis dengan menggunakan *SPSS for Windows Versi 23.0* maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 19 : Uji Normalis

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.03238582
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.040
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

Berdasarkan hasil output tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikan Asymp. Sig sebesar 0,200 lebih dari 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa data distribusi normal.

Gambar 2 : Grafik Uji Normalis



Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonal. Maka, dapat disimpulkan model linear berganda terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji ada tidaknya hubungan atau korelasi antara variabel independen dan variabel dependen, dan dapat diketahui atau dideteksi dengan memanfaatkan statistik korelasi *Variance Inflation Factor* (VIF). VIF dalam hal ini merupakan suatu harga koefisien statistik yang menunjukkan pada *Collinearity*.

Untuk melihat uji multikolinieritas dengan menggunakan *SPSS for Windows Versi 23.0* maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 20 : Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.197	4.490		1.157	.250		
BAURAN PEMASARAN (X1)	.273	.127	.233	2.144	.035	.711	1.406
KEUNGGULAN BANK SYARIAH (X2)	.371	.122	.331	3.048	.003	.711	1.406

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH (Y)

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

Berdasarkan hasil output tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai toleransi masing-masing variabel $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 . Maka, dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel terbebas dari multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan autokorelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan lain pada model regresi, persyaratan yang terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam metode regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah Uji Durbin Watson, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Angka Durbin Watson dibawah -2 berarti autokorelasi positif.
- 2) Angka Durbin Watson diantara -2 sampai 2 berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Angka Durbin Watson diatas 2 berarti ada autokorelasi negatif.

Untuk melihat hasil dari uji autokorelasi penghapusan outlier dengan menggunakan SPSS for Windows Versi 23.0 maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 21 : Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.496 ^a	.246	.229	3.066	1.932

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

a. Predictors: (Constant), KEUNGGULAN BANK SYARIAH (X2), BAURAN PEMASARAN (X1)

b. Dependent Variable: MINAT NASABAH (Y)

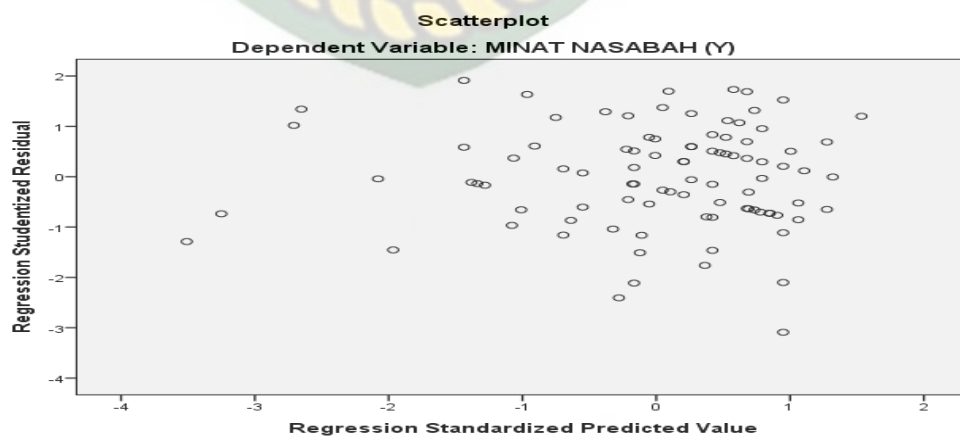
Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,932 dimana angka tersebut diantara -2 sampai 2 berarti tidak adanya autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dalam model regresi dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Jika titik pada grafik menyebar tidak berbentuk pada pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk melihat uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *SPSS for Windows Versi 23.0* yang dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 3 : Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

Berdasarkan gambar diatas terlihat titik-titik yang menyebar tidak membentuk pola tertentu. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini ada 5 (lima) yaitu:

a. Regresi Linear Berganda

Untuk membuktikan apakah hipotesis diterima atau ditolak, maka dilakukan uji regresi linear berganda. Dari pengujian yang dilakukan, diperoleh hasil koefisien regresi dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 22 : Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.197	4.490		1.157	.250
Bauran Pemasaran (x1)	.273	.127	.233	2.144	.035
Keunggulan Bank Syariah (x2)	.371	.122	.331	3.048	.003

a. Dependent Variable: Minat Nasabah (y)

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai $a = 5,197$ menunjukkan bahwa jika bauran pemasaran, dan keunggulan Bank Syariah bernilai 0 (nol) maka keputusan nasabah bernilai 5,197.

2) Nilai koefisien regresi variabel bauran pemasaran (X_1) adalah 0,233 dan bertanda positif. Hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu satuan pada variabel bauran pemasaran (X_1) dengan asumsi variabel X_2 tetap, maka perubahan yang diperoleh pada variabel keputusan nasabah (Y) adalah sebesar 0,233 satuan dengan arah yang sama.

3) Nilai koefisien regresi variabel keunggulan Bank Syariah (X_2) adalah 0,331 dan bertanda positif. Hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu satuan pada variabel keunggulan Bank Syariah (X_2) dengan asumsi variabel X_1 tetap, maka perubahan yang diperoleh pada variabel keputusan nasabah (Y) adalah sebesar 0,331 satuan dengan arah yang sama.

b. Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial atau disebut juga uji-t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri/masing-masing variabel) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). adapun uji parsial terangkum di dalam tabel ini:

Tabel 23 : Perhitungan Uji Parsial (Uji-t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.197	4.490		1.157	.250
Bauran Pemasaran (x1)	.273	.127	.233	2.144	.035
Keunggulan Bank Syariah (x2)	.371	.122	.331	3.048	.003

a. Dependent Variable: Minat Nasabah (y)

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

Dari hasil pengolahan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa:

- 1) Nilai t_{hitung} variabel bauran pemasaran (X_1) sebesar 2,144 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,986 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan untuk $n = 93$ dan $n-k = 93-2 = 91$ maka akan terlihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,144 > 1,986$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah. Dengan membandingkan nilai signifikan (Sig.) dengan probabilitas sebesar 0,05 (5%). Jika nilai signifikan (Sig.) $< 0,05$ maka H_1 diterima sedangkan jika nilai signifikan (Sig.) $> 0,05$ maka H_0 diterima. Pada tabel di atas diketahui nilai signifikan pada kolom Sig. sebesar $0,035 < 0,05$ maka H_1 diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan pada faktor bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah.
- 2) Nilai t_{hitung} variabel keunggulan Bank Syariah (X_2) sebesar 3,048 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,986 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan untuk $n = 93$ dan $n-k = 93-2 = 91$ maka akan terlihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,048 > 1,986$. hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa sangat terdapat pengaruh yang signifikan antara keunggulan Bank Syariah terhadap keputusan nasabah. Dengan membandingkan nilai signifikan (Sig.) dengan probabilitas sebesar 0,05 (5%). Jika nilai signifikan (Sig.) $< 0,05$ maka H_1 diterima sedangkan jika nilai signifikan (Sig.) $> 0,05$ maka H_0 diterima. Pada tabel di atas diketahui nilai signifikan pada

kolom Sig. sebesar $0,003 < 0,05$ maka H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan pada faktor keunggulan Bank Syariah terhadap keputusan nasabah.

Maka secara parsial dari kedua variabel bebas, dapat diketahui bahwa kedua variabel bebas faktor bauran pemasaran (X1) dan faktor keunggulan Bank Syariah (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah.

c. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Kriteria pengujianya adalah jika $F_{hitung} < F_{tabel} (k, n-k-1)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Tabel 24 : Perhitungan Uji-f

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	276.306	2	138.153	14.698	.000 ^b
Residual	845.973	90	9.400		
Total	1122.280	92			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah (y)

b. Predictors: (Constant), Keunggulan Bank Syariah (x2), Bauran Pemasaran (x1)

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

Tabel diatas menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 14,698 sedangkan F_{tabel} pada taraf signifikan (α) 5 dengan df 2 dan df 2; $93-2= 91$ adalah

sebesar 3,10. Karena $F_{hitung} (14,698) > F_{tabel} (3,10)$, maka H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh variabel bauran pemasaran, dan keunggulan Bank Syariah secara simultan terhadap variabel dependen (keputusan nasabah).

d. Koefisien Korelasi

Untuk menyatakan ada atau tidaknya hubungan yang signifikan antara variabel satu dengan yang lainnya, maka digunakan koefisien korelasi yang terangkum dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 25 : Analisis Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.496 ^a	.246	.229	3.06589

a. Predictors: (Constant), Keunggulan Bank Syariah (x2), Bauran Pemasaran (x1)

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 23.0

Nilai R menunjukkan korelasi ganda antara variabel independen dengan variabel dependen. Dari tabel diatas diketahui nilai R sebesar 0,496 atau sekitar 49,6%. Artinya adalah bahwa korelasi antara variabel bauran pemasaran, dan keunggulan Bank Syariah dengan keputusan nasabah hanya memiliki hubungan yang sedang atau cukup. Dan dilihat tabel interval koefisien dengan tingkat hubungan, maka koefisien korelasi berada pada 0,40-0,599 , yang berarti interpretasi koefisien korelasinya sedang.

e. Koefisien Determinasi

Sedangkan untuk melihat besarnya kontribusi variabel X terhadap variabel Y digunakan uji koefisien determinasi. Koefisien determinasi (R^2) adalah menunjukkan seberapa besar perubahan variabel terikat (Y) yang dapat dipengaruhi oleh variabel bebas (X).

Diketahui nilai Adjusted R sebesar 0,229 . artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (bauran pemasaran, dan keunggulan Bank Syariah) terhadap variabel keputusan nasabah 22,9% perubahan nilai keputusan nasabah. Sedangkan sisanya 77,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak teramati dalam model penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Temuan

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah non-muslim menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru adalah faktor bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, orang, dan penampilan fisik. Faktor keunggulan Bank Syariah terdiri dari proses yang mudah dalam melakukan transaksi, banyaknya KCP dan mesin ATM di berbagai daerah, adanya fasilitas Net Banking, nasabah dilindungi Lps, transaksi bisa dilakukan dalam jumlah besar, bonus atau hadiah, dan bagi hasil dengan nisbah.

Dan berdasarkan uji hipotesis dapat diketahui bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah. Hal ini dapat diketahui dari nilai t_{hitung} (2,144) lebih besar dari t_{tabel} (1,986).
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara keunggulan bank syariah terhadap keputusan nasabah. Hal ini dapat diketahui dari nilai t_{hitung} (3,048) lebih besar dari t_{tabel} (1,986).
3. Secara simultan dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $14,698 > 3,10$ yang berarti H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen

(bauran pemasaran dan keunggulan bank syariah) dengan variabel dependen (keputusan nasabah).

4. Hubungan antara faktor bauran pemasaran, dan keunggulan bank syariah termasuk kedalam kategori yang memiliki hubungan yang sedang, hal ini dapat diketahui dari nilai korelasi (R) sebesar 49,6 %.
5. Pengaruh variabel independen (bauran pemasaran dan keunggulan bank syariah) terhadap variabel dependen (keputusan nasabah) sebesar 22,9%, sedangkan sisanya 77,1% yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.
6. Pengaruh faktor bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah non-muslim pada Bank BNI Syariah Pekanbaru berdasarkan hasil penelitian bahwa faktor bauran pemasaran terdapat pengaruh. Hasil ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan (Siti Sarah, 2017) mengatakan bahwa faktor keunggulan bank syariah terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.
7. Pengaruh faktor keunggulan Bank Syariah terhadap keputusan nasabah non-muslim pada Bank BNI Syariah Pekanbaru berdasarkan hasil penelitian bahwa faktor keunggulan Bank Syariah terdapat pengaruh. Hasil ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan (Abdul Hamid, 2018) mengatakan bahwa faktor keunggulan bank syariah terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.
8. Pengaruh faktor bauran pemasaran, dan keunggulan Bank Syariah terhadap keputusan nasabah non-muslim pada Bank BNI Syariah Pekanbaru berdasarkan hasil penelitian bahwa faktor bauran pemasaran, dan keunggulan

Bank Syariah terdapat pengaruh. Hasil ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan (Abdul Hamid, 2018 dan Siti Sarah, 2017) mengatakan bahwa faktor faktor bauran pemasaran, dan keunggulan bank syariah terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya yang membahas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah non-muslim menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru, maka penulis dapat menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah non-muslim menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru adalah faktor bauran pemasaran dan keunggulan Bank Syariah.
2. Faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah non-muslim menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru adalah faktor keunggulan Bank Syariah.
3. Dari hasil uji analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan adalah faktor keunggulan Bank Syariah, jadi nilai variabel kualitas keunggulan Bank Syariah meningkat maka keputusan nasabah non-muslim akan terus mengalami peningkatan.
4. Dari hasil uji-t (parsial) diketahui terdapat dua faktor yang signifikan mempengaruhi keputusan nasabah non-muslim adalah faktor bauran pemasaran dan faktor keunggulan Bank Syariah terhadap keputusan nasabah non-muslim menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru.
5. Dari hasil uji-F (simultan) dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor bauran pemasaran, dan faktor keunggulan Bank

Syariah terhadap keputusan nasabah non-muslim menabung di Bank BNI Syariah Pekanbaru.

6. Hasil koefisien korelasi mengatakan adanya hubungan yang sedang antara variabel bebas (faktor bauran pemasaran, dan faktor keunggulan Bank Syariah) dengan variabel terikat (keputusan nasabah).
7. Pada hasil koefisien determinasi menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen faktor bauran pemasaran, dan faktor keunggulan Bank Syariah dengan variabel dependen keputusan nasabah memiliki kontribusi yang sedang terhadap minat nasabah.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat penulis berikan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian Bank BNI Syariah di Pekanbaru mendapat respon positif terhadap keunggulan Bank Syariah. Maka dari itu Bank BNI Syariah hendaknya dapat lebih mempertahankan dan lebih berusaha meningkatkan menjadi bank yang diminati oleh banyak nasabah terutama nasabah yang non-muslim ke depannya.
2. Bank BNI Syariah dapat lebih meningkatkan lagi dalam melakukan promosi di berbagai media di televisi, koran, brosur, dan media sosial yang kreatif dan inovatif sehingga calon nasabah dapat mengetahui apa saja keunggulan yang ada di Bank BNI Syariah.
3. Dalam memberikan pelayanan yang sudah baik, namun bisa lebih meningkatkan pelayanan yang mudah mengenai produk, prosedur dan persyaratan dalam bertransaksi.

4. Bank BNI Syariah hendaknya lebih memperbanyak menyediakan fasilitas mesin ATM yang khusus untuk bank BNI Syariah di wilayah Pekanbaru.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Buku:

- Ahmadi, Abu. 2009. *Ilmu Sosial Dasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ali, Zainuddin. 2010. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung Alfabeta.
- Departemen Agama RI. 2009. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema.
- Fahmi, Irham. 2015. *Manajemen Strategi: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Huda, Nurul & Heykal, Mohamad. 2010. *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis Dan Praktis*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ichsan, Nurul Hasan. 2014. *Perbankan Syariah: Sebuah Pengantar*. Jakarta: GP Press Group.
- Ismail. 2014. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Jurdi, Syarifuddin. 2013. *Sosiologi Nusantara*. Jakarta: Kencana.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2009, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Karim, Adiwarmarman. 2014. *Bank Islam: Analisis Fiqh Dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir & Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Manan, Abdul. 2018. *Perbandingan Politik Hukum Islam Dan Barat*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muslich, Muhammad. 2009. *Metode Pengambilan Keputusan Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Prasetijo, Ristiayanti & Ihalauw, John.J.O.I. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Rianto, Nur & Amalia, Euis. 2014. *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana.
- Rivai, Veithzal & Arviyan, Arifin. 2010. *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rusby, Zulkifli. 2017. *Manajemen Perbankan Syariah*. Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sanusi, Anwar. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sarwono, Jonathan & Martadiredja, Tutty. 2008. *Riset Bisnis Untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Setiadi, J.Nugroho. 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama.
- Slameto. 2013. *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suliyanto. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sunyoto. 2011. *Analisis Regresi Dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Umam, Khotibul. 2016. *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar Dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Usman, Rachmadi. 2012. *Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.

Skripsi :

- Asiani, Nuri, 2018, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank BNI Syariah Kantor Cabang Sudirman Pekanbaru*, Skripsi, Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.
- Hamid, Abdul, 2018, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bergabung Di KCP Bank Syariah Mandiri Jl.Jenderal Sudirman Pekanbaru*, Skripsi, Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.
- Sarah, Siti, 2017, *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Bank BCA Syariah cabang Jatinegara*, Skripsi,

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Jurnal :

- Asril. 2008. “Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Bank Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Penyimpan Dana Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Pasar Pusat Pekanbaru”. Jurnal Kiat . Vol 13.
- Astuti, Daharmi. 2018. “Persepsi Masyarakat Terhadap Akad Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah”. Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah. Vol. 1. No. 1. Universitas Islam Riau.
- Bakhri, Boy Syamsul. 2011. “Sistem Ekonomi Islam Dalam Perbandingan”. Alhikmah: Jurnal Keilmuan Keislaman. Vol.8. No. 1. Universitas Islam Riau.
- Cholila, Nicky & Syahdanur. 2017. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Universitas Islam Riau Sebagai Tempat Belajar”. Jurnal Kiat. Vol. 28. No. 2.
- Rusby, Zulkifli. 2015. “Analisis Pemasaran Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Ahmad Yani Pekanbaru”. Alhikmah: Jurnal Keilmuan Keislaman. Vol. 12. No. 2. Universitas Islam Riau.
- Yasri. 2012. “Analisis Faktor Penentu Jadi Nasabah Pada Bank Syariah”. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis. Vol 1. No.2.
- Zulkifli. 2018. “Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah Unit Tanah Merah Cabang Pegadaian Soebrantas”. Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah. Vol. 1. No. 1. Universitas Islam Riau.
- Zulkifli. Bakhri, Boy Syamsul. Maysuri & Melina, Ficha “Pengaruh Periklanan Islam Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampoo Hijab Sunsilk Clean And Fresh Pada Mahasiswi Universitas Islam Riau”. Journal of Management and Bussines. Vol 1. No. 1.