

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH
MASYARAKAT NON MUSLIM DI PT. BANK TABUNGAN NEGARA
(PERSERO) Tbk KANTOR CABANG SYARIAH MEDAN**

SKRIPSI

*Di Susun Untuk Memenuhi syarat-Syarat
Guna mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh :

DIANA
NPM: 1201270048



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2016**

ABSTRAK

DIANA, NPM: 1201270048. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MASYARAKAT NON MUSLIM DI PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) Tbk KANTOR CABANG SYARIAH MEDAN

PT. Bank Syariah merupakan perbankan syariah produk-produk syariah menciptakan produk-produk syariah yang tentunya sudah sesuai dengan syariah. Karena perbankan syariah merupakan konsep baru bagi masyarakat awam, maka perlu adanya promosi yang untuk memperkenalkan kepada para calon nasabah dan juga mempertahankan nasabah yang sudah ada. Penelitian ini bertujuan menganalisis alasan utama masyarakat dalam memutuskan untuk menjadi nasabah bank syariah ditinjau dari perspektif kepercayaan nasabah.

Pengolahan data menggunakan SPSS16.0, ada dua jenis variabel yang terlibat yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebasnya adalah Promosi (X_1), Lokasi (X_2), Pelayanan (X_3), Bagi Hasil (X_4), dan Produk (X_5) dan variabel terikatnya adalah Minat Nasabah (Y). Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan deskriptif, yaitu menjelaskan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah di PT. Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan. Metodologi yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, uji t parsial dan uji F secara simultan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah produk syariah dan bauran promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai linier berganda adalah 0.144 artinya berpengaruh antara faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim. Sedangkan uji determinasi (R^2) sebesar 0.423. dan Hasil dari perhitungan uji t variabel-variabel tersebut adalah t_{hitung} sebesar 1.509 > 0,05 dan (sig 0,144 < 2,06. Sehingga H_0 ditolak sedangkan H_a diterima hal ini dapat disimpulkan bahwa pengujian ini sesuai dengan hipotesis pertama bahwa pengaruh signifikan antara faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim di bank tabungan negara Tbk kantor cabang syariah medan.

Kata Kunci : Masyarakat Non Muslim , Minat dan Promosi

KATA PENGANTAR



Assalmu'alaikum Wr...Wb...

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Perbankan Syariah pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan penulis panjatkan shalawat berangkai salam atas junjungan Nabi besar Muhammad SAW para sahabat dan keluarganya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, mengenai isi maupun dalam pemakaian bahasa. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati, kritikan dan saran yang konstruktif merupakan bagian yang sangat di harapkan untuk menyempurnakan skripsi ini.

Dalam penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ayahanda Yudi dan Ibunda Rubinah yang senantiasa memberikan perhatian dan kasih sayang, harapan serta do'a yang senantiasa mengiringi langkah kaki ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menyusun skripsi ini.
2. Bapak Drs. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr.Muhammad Qorib, M.A selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Zailani, S.Pd.I, M.A selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Sumatera Utara.
5. Bapak Munawir Pasaribu, S.Pd.I, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Bapak Selamat Pohan, S.Ag, MA selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Hj.SitiMujiatun, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Hj. Dra. Maya Sari SE,Ak.M.Si selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Keluarga besar yang selalu memberi dukungan dan motivasi bagi penulis abangda tercinta Herianto, Dedy Irawan, Desi Anjarsari, Yudha priadinata S.PO, Nabilla dan Aidil azmi puta S.E yang selalu senantiasa memberikan motivasi kepada penulis baik materil dan moril.

Semoga kebaikan, ketulusan dan pengorbanan dari berbagai pihak yang telah diberikan kepada penulis akan mendapatkan rahmat dan hidayah dari Allah SWT. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam penulisan ini, namun semuanya tak lepas dari kekurangan. Maka dari itu, kritik dan saran serta masukan selalu penulis terima untuk kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya dengan kerendahan hati penulis menharapkan, kiranya sekripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak dikemudian hari, khususnya untuk diri penulis sendiri.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

Medan, 2016

Penulis

DIANA
1201270048

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	i
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latarbelakang	1
B. IdentifikasiMasalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Batasan Masalah.....	7
E. TujuanPenelitian.....	8
F. ManfaatPenelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Teoritis	9
1. Perbandingan antara bank syariah dengan bank konvensional.....	9
2. Produk-produk bank syariah	10
3. Produk-produk bank syariah	10
4.Strategi Promosi dan Pelayanan Nasabah di BankSyariah	15
5.Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim.....	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
C. Kerangka Pemikiran	22
D. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Pendekatan Penelitian	25
B. Lokasi Penelitian.....	25
C. Populasi dan Sampel	25
D. Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
E. Definisi Oprasi Variabel.....	26
F. Teknik Pengumpulan Data.....	26
G. Teknik Analisis Data.....	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Hasil Penelitian.....	32
B. Hasil Analisis Data.....	45
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reliabilitas	47
3. Uji Asumsi Klasik.....	47
a) Uji Normalitas.....	47
b) Multikolinieritas	49
c) Uji Heterokedastisitas.....	50
4. Uji T atau Uji Parsial	51
5. Uji <i>F</i> atau Uji Simultan.....	53
6. Koefesien Determinasi (R_2).....	54
7. Uji Model	54
C. Pembahasan Penelitian.....	56
BAB V PENUTUP.....	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Banyak orang yang mengatakan pasar syariah adalah pasar yang emosional (Emotional Market), sedangkan pasar konvensional adalah pasar yang rasional (Rational Market). Maksudnya orang tertarik untuk berbisnis syariah karena alasan keagamaan (dalam hal ini beragama islam) yang lebih bersifat emosional bukan karena ingin mendapatkan keuntungan finansial yang bersifat rasional. Sebaliknya pasar konvensional atau non syariah, orang ingin mendapatkan keuntungan finansial yang sebesar-besarnya, tanpa terlalu peduli apakah bisnis yang digelutinya mungkin menyimpang atau malah bertentangan dengan ajaran islam.¹ Orang yang berada dalam kategori pasar emosional biasanya lebih kritis, lebih teliti, dan sangat cermat dalam membandingkan dengan bank atau asuransi konvensional yang selama ini digunakannya sebelum menentukan pilihan ke pasar syariah.

Ketika seorang nasabah konvensional mendapatkan informasi bahwa suku bunga perbankan Konvensional sedang tinggi, ia menarik dananya di bank syariah dan memindahkannya ke bank konvensional. Teori pemasaran konvensional mengatakan ini adalah sikap yang rasional karena dia mencoba menghindari dari situs yang kurang menguntungkan. Namun, sebenarnya ini juga dikatakan cara berpikir emosional, karena hanya mempertimbangkan keuntungan dunia tetapi mengabaikan keuntungan akhirat. Sebaliknya seorang nasabah yang menurut sebagian pihak emosional karena mendapatkan nilai-nilai ajaran agama islam dalam setiap pengambilan keputusan investasi, sebenarnya mempunyai dua perspektif waktu. Pertama perspektif waktu sekarang, yaitu ketika ia masih hidup di dunia. Kedua perspektif waktu setelah mati, yaitu periode sejak nasabah

¹ Herman Kerjaya dan M. Syakir Salu, *syariah Marketing*(Bandung: Mizan pustaka, 2006), hal. 1.

meninggal dengan waktu saat manusia akan dihitung amal baik dan buruknya selama hidup didunia (dihisab).²

Sejarah berdirinya perbankan syariah dengan sistem bagi hasil didasarkan pada dua alasan utama yaitu pertama, pandangan bahwa bunga(*interest*) pada bank konvensional adalah hukumnya haram karena termasuk kategori riba yang dilarang dalam agama. Kedua dari aspek ekonomi, penyerahan risiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan. Adapun balas jasa modal pada sistem bagi hasil bank syariah, diperhitungkan berdasarkan keuntungan dan kerugian yang diperoleh dengan adanya kesepakatan pada “akad” dan ini berlaku pada *kreditur* maupun *debitur*.³

Umat islam dilarang mengambil riba apapun jenisnya. Larangan supaya umat islam tidak melibatkan diri dengan riba bersumber dari AL-Qur`an dan hadist Rasulullah saw, yaitu:

Firman ALLAH SAW tentang larangan ribah di dalam AL-Qur`an Surat Ar-Rum yang artinya;

وَمَا يَمْشِي فِي الْبِلَادِ يَلْعَابُ الْبَنِينَ ۗ وَمَا يَرْجُو أَجْرًا مِّنْهُم مَّا يَكْفِيهِمْ ۚ وَمَا يَكُونُ لَهَا كَافَّةً

مَّا يَكُونُ لَهَا كَافَّةً

39. dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).

² Budi wisakseno, *Rasionalitas Nasabah Perbankan Syariah*, harian republica, Jumat, 25 Februari 2005.

³ *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Etnis C-Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah dan Implementasinya terhadap strategi Pemasaran.*(ke-5),2009.
<http://skripsi.ilmiah.blogspot.com>, (Tgl akses:26 Maret 2014)

seolah hanya diperuntukkan bagi masyarakat Muslim dimana mereka enggan untuk menjadi nasabah bank konvensional dengan bisnisnya yang menghalalkan sistem riba (Bunga). Padahal, dalam konteks Indonesia, pasar non Muslim juga perlu diperhatikan karena selain memilih potensi ekonomi yang cukup besar, juga jumlahnya cukup signifikan.

Adapun mengenai larangan riba, yang merupakan ciri dari sistem perbankan Syariah, ternyata memiliki akar yang kuat pada ajaran-ajaran non Islam. Menurut kalangan kristen, riba merupakan tindakan kriminal, demikian juga pada ajaran hindu, budha. Penetrasi terhadap segmen pasar ini diperkirakan akan lebih mudah bila mengingat bahwa ajaran hindu, budha, dan kristen pun terdapat ajaran akan larangan pemungutan riba. Fenomena menarik, ketika sebagian masyarakat muslim masih memperdebatkan sistem perbankan syariah (tanpa bunga), justru pada PT. Bank Tabungan Negara Indonesia, kalangan non muslim beramai-ramai menikmati produk bank tersebut.⁶

Riba bukan hanya persoalan masyarakat islam, tetapi dikalangan berbagai kalangan di luar islam pun memandang serius persoalan ini. Karenanya kajian terhadap masalah riba dapat di runut mundur hingga lebih dari dua ribu tahun silam. Masalah riba telah menjadi bahan bahasan kalangan Yahudi, Yunani, demikian juga Romawi. Kalangan Kristen maupun China non Muslim dari masa ke masa juga mempunyai pandangan tersendiri mengenai riba.

Kitab perjanjian baru tidak menyebutkan permasalahan ini secara jelas. Akan tetapi, sebagian kalangan Kristiani menganggap bahwa ayat yang terdapat dalam *Lukas* 6:34-35 sebagai ayat yang mengancam praktek pengambalian bunga. Ayat tersebut menyatakan:

“Dan, jikalau kamu meminjamkan sesuatu kepada orang karena kamu berharap akan menerima sesuatu darinya, apakah jasa mu? Orang-orang berdosa pun meminjamkan kepada orang-orang berdosa supaya mereka berbuat baiklah

⁶*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi.*

kepada mereka dan pinjamkan dengan tidak mengharapkan balasan, maka upah mu akan besar dan kamu akan menjadi anak-anak Tuhan Yang Maha Tinggi sebab ia baik berharap orang-orang yang tidak tau berterima kasih dan berharap orang-orang jahat.”⁷

Ketidaktegasan ayat tersebut mengakibatkan munculnya berbagai tanggapan dan tafsiran dari Para Pemuka Agama Kristen tentang boleh tidaknya orang Kristen mempraktekkan pengambilan bunga.

Berdasarkan observasi awal penelitian ketika magang di PT Bank Tabungan Negara Syariah Indonesia, Tbk KCP Juanda Medan sebanyak 35% nasabah PT. Bank Tabungan Negara Syariah Indonesia adalah kalangan China maupun pribumi yang termasuk non Muslim, dan sebagian besar adalah orang-orang katolik pengurus yayasan Kristen. Kenyataan ini menarik, karena secara umum diasumsikan bahwa nasabah dari kalangan non-Muslim yang berjiwa bisnis mempunyai akar yang kuat pada sistem kapitalisme.

Ada beberapa faktor yang memungkinkan masyarakat non muslim tertarik atau lebih memilih perbankan syariah diantaranya:

Faktor promosi, promosi merupakan strategi memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa yang ada pada bank tersebut tidak sedikit bank-bank di Indonesia yang melakukan promosi baik bank syariah maupun bank konvensional dengan tujuan untuk menarik minat nasabah baik itu muslim maupun non muslim.

Faktor lokasi, lokasi yang strategis jarak tempuh dan daerah yang aman akan menjadi pertimbangan bagi para calon nasabah.

Faktor pelayanan, pelayanan yang extra cepat menampilkan yang menarik serta perilaku tutur kata para karyawan yang santun dapat memberi kesan terbaik untuk para calon nasabah.

⁷ Lembaga Alkitab Indonesia : *Perjanjian Baru Mazmur dan Amsal*, 2011 . gal. 96

Faktor bagi hasil, faktor ini merupakan pertimbangan yg sangat kuat bagi para nasabah atau calon nasabah pada dasarnya semua orang tidak ada yang ingin rugi dan pada bank syariah tingkat pengembalian bagi hasil yang tinggi menjadi pertimbangan bagi para calon nasabah.

Faktor produk, banyaknya produk yang ditawarkan serta beragam produk yang menarik dapat pula menarik minat para calon nasabah dan memperathankan nasabah yang ada pada bank tersebut .ng

Berdasarkan uraian diatas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Masyarakat non Muslim menjadi nasabah Bank Tabung Ngara Indonesia menarik untuk dilakukan penelitian. Penelitian ini mengangkat judul tentang “ **faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat non muslim menjadi nasabah di PT. Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCP Juanda Medan.**”

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat non muslim menjadi nasabah di PT. Bank Tabung Negara Syariah Juanda Medan.
2. Promosi dan sosialisasi mempengaruhi masyarakat non muslim menjadi nasabah di PT. Bank Tabungan Negara Juanda Medan.
3. Lokasi bank yang strategis dapat mempengaruhi masyarakat non muslim menjadi nasabah di PT. Bank Tabungan Negara Juanda Medan.
4. Pelayanan mempengaruhi masyarakat non muslim menjadi nasabah di PT. Bank Tabungan Negara Juanda Medan.
5. Bagi hasil yang signifikan mempengaruhi masyarakat non muslim menjadi nasabah di PT. Bank Tabungan Negara Juanda Medan.
6. Produk yang ada di bank syariah mempengaruhi masyarakat non muslim menjadi nasabah di PT. Bank Tabungan Negara Juanda Medan.

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah hanya terkait dengan nasabah yang ada di PT. Bank Bank Tabungan Negara Juanda Medan Indonesia, dalam hal ini nasabah yang berasal dari komunitas non muslim. Sejauhmana komunitas non muslim mempunyai ketertarikan terhadap perbankan syariah. Maka, penelitian ini hanya dibatasi pada nasabah non muslim yang menjadi nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara Juanda Medan.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi masyarakat non muslim menjadi nasabah di PT. Bank Tabungan Negara Juanda Meda?
2. Apakah lokasi, pelayanan, produk syariah, dan promosi dapat mempengaruhi keputusan masyarakat non muslim menjadi nasabah di PT. Bank Tabungan Negara Juanda Medan?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-fakor pelayanan dan promosi yang dapat mempengaruhi masyarakat non muslim menjadi nasabah di PT. Bank Tabungan Negara Juanda Medan.

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat non muslim menjadi nasabah di PT. Bank Tabungan Negara Juanda Medan
2. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor fasilitas, pelyanan, produk syariah, dan promosi dapat mempengaruhi keputusan masyarakat non muslim menjadi nasabah di PT. Bank Tabungan Negara Juanda Medan.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu seabagi berikut:

1. Bagi penelitian

Penelitian ini bermanfaat untuk membandingkan antara aplikasi yang ada dengan teori yang dipelajari serta menambah wawasan dan pengetahuan

2. Bagi bank

Penelitian diharapkan dapat menjadi sebuah evaluasi bagi kebijakan yang telah dikeluarkan serta dapat mengantisipasi masalah yang ada dalam perbankan syariah

3. Bagi peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan referensi bagi peneliti selanjutnya

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teoritis

1. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah Bank umum yang melakukan kegiatan usahaberdasarkan prinsip syariah, dan kantor cabang Bank asing yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Bank Syariah adalah Bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara Bank dengan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lain sesuai kegiatan syariah. Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan dengan persetujuan atau kesepakatan antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil Bank islam juga merupakan bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat islam. Saat ini banyak istilah yang diberikan untuk menyebut identitas bank islam selain istilah bank islam itu sendiri yakni bank tanpa bunga, bank tanpa riba, dan bank syariah. Sedangkan bank konvensional dalam kegiatannya memberikan jasa lau lintas pembayaran secara umum berdasarkan prosedur dan ketentuan yang telah ditetapkan.

2. Perbandingan Antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Perkembangan bank-bank syariah di negara-negara islam berpengaruh ke indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi islam mulai dilakukan. Para tokoh yang terlibat dalam kajian tersebut adalah Karnaen A. Pertawataatmadja, M. Dawan Rahardjo, A.M. Seafuddin, M. Amin Azis, dan lain-lain.¹

¹ M. Amin. Azis, *Mengembangkan Bank Islam Di Indonesia (Jakarta : Bankit, 1992)*

Perbandingan antara bank syariah dan bank konvensional antara lain:

BANK ISLAM	BANK KONVENSIONAL
Melakukan investasi-investasi yang halal saja	Investasi yang halal dan haram
Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa	Memakai perangkat bunga
Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk debitur-kreditur

3. Prinsip-prinsip perbankan syariah

1. Pembayaran terhadap pinjaman dengan nilai yang berbeda dari nilai pinjamandengan nilai ditentukan sebelumnya tidak diperbolehkan.
2. Pemberi dana harus turut berbagi keuntungan dan kerugian sebagai akibat hasil usaha institusi yang meminjam dana.
3. Investasi hanya boleh diberikan pada usaha-usaha yang tidak diharamkan dalam Islam. Usaha minuman keras misalnya tidak boleh didanai oleh perbankan syariah.

4. Produk-produk bank syariah

Pada bab ini sekilas membahas mengenai produk apa saja yang terdapat pada industri perbankan syariah. Secara garis besar produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah antara lain:

a. Produk Penghimpunan Dana (*funding*)

1) Tabungan

Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid, arti produk ini dapat diambil sewaktu-waktu bila nasabah membutuhkannya, namun bagi hasil yang ditawarkan pada nasabah penabung kecil, akan tetapi jenis penghimpunan dana tabungan merupakan produk penghimpunan yang lebih minimal biaya bagi hasil bank karena bagi hasil yang ditawarkannya pun kecil namun biasanya

jumlah nasabah yang menggunakan tabungan lebih banyak dari pada penghimpunan yang lain.²

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seseorang mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam Al- Qur'an terdapat ayat-ayat secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslim untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik.

Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat:266

وَالَّذِينَ يَبْنُونَ بُيُوتًا لِّذُرِّيَّتِهِمْ لِيَسْتَوُوا بِهِمْ أَصْنَانًا يَتُوبُونَ عَلَيْهِمْ يُغْفِرُ اللَّهُ لَهُمْ سَائِرُ الذَّنْبِ أَلَمْ يَأْتِ الْبَشَرِ

Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikian Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kamu supaya memikirkannya. (Al-Baqarah : 266).

2) Deposito

Deposito adalah bentuk simpanan nasabah yang mempunyai jumlah minimal tertentu, jangka waktu tertentu dan bagi hasilnya lebih tinggi dari pada tabungan. Produk penghimpunan dana ini biasanya dipilih oleh nasabah yang memiliki kelebihan dana sehingga selain tujuan untuk menyimpan dananya, bertujuan pula untuk salah satu sarana berinvestasi.

Bank syariah menerapkan akad *mudharabah* untuk deposito. Seperti dalam tabungan, dalam hal ini nasabah bertindak sebagai *Shahibul maal* dan bank selaku *Mudharib*. Akad *mudharabah* mensyaratkan adanya tenggang waktu antara penyetoran dan penarikan dimana tenggang waktu ini merupakan salah satu sifat deposito, bahkan dalam deposito terdapat pengaturan waktu, seperti 30 hari, 90 hari, dan seterusnya.

3) Giro

Pada umumnya, bank syariah menggunakan akad Al-Wadi'ah pada rekening giro. Nasabah yang membuka rekening giro berarti melakukan akad Wadi'ah

² M. Nur Rianto Al arif., *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Jakarta : 2009), hal. 34

'titipan'.³ Giro merupakan bentuk simpanan nasabah yang tidak diberikan bagi hasil, dan pengambilan dana menggunakan cek, biasanya digunakan oleh perusahaan atau yayasan atau badan hukum lainnya. Dalam giro meskipun meskipun pihak bank tidak memberikan bagi hasil, namun pihak bank berhak memberikan bonus kepada nasabah yang besarnya tidak ditentukan diawal tergantung kepada kebaikan pihak bank.

1 **Produk penyaluran dana (*Financing*)**

Mengemukakan dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya;

1. Pembiayaan dengan prinsip jual beli

Tiga jenis prinsip jual beli yang dijadikan dasar dalam pembiayaan modal kerja dan investasi dalam perbankan syariah:

a. Mudharabah

Dalam Mudharabah, penjual menyebutkan harga barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan laba. Bank membiayai pembelian barang yang dibutuhkan nasabahnya dan kemudian menjualnya kepada nasabah dengan harga di tambah keuntungan.

b. Salam

Salam merupakan transaksi jual beli dimana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguhan sementara pembayarannya dilakukan tunai. Bank sebagai pembeli, nasabah sebagai penjual, dalam transaksi ini harga, waktu, kuantitas, dan kualitas harus ditentukan secara pasti.

c. Istishna

Merupakan transaksi jual beli barang dalam bentuk pesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati dengan kesepakatan.

2. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (syirkah)

³ Iddid., h. 55

Pembiayaan bank syariah atas dasar prinsip bagi hasil terdiri dari Al-Musyarakah dan Al-Mudharabah.

a. Musyarakah

Merupakan kerja sama antara dua belah pihak atau lebih dalam suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberi kontribusi dana dengan keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

b. Mudharabah

Merupakan akad kerja sama antara shahibul maal (pemilik dana) dan mudharib (pengelola dana) dengan nisbah bagi hasil menurut kesepakatan, namun jika mengalami kerugian ditanggung oleh kedua belah pihak, kecuali jika terdapat kesalahan pada pengelola dana seperti kecurangan atau penyalahgunaan dana.

3. Pembiayaan dengan prinsip sewa (ijarah)

Transaksi ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat. Pada dasarnya ijarah sama saja dengan prinsip jual beli, perbedaannya terletak pada transaksinya. Pada jual beli objek transaksinya adalah barang, sementara pada ijarah objek transaksinya adalah jasa

4. Pembiayaan Dengan Prinsip Akad Lengkap

Dalam pelaksanaan pembiayaan biasanya diperlukan juga akad pelengkap, diantaranya:

a) Hiwalah (Alih Utang - Piutang)

merupakan pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Atau dengan kata lain pemindahan beban utang dari satu pihak kepada lain pihak.

b) Rahn (Gadai)

Merupakan perjanjian penyerahan barang untuk menjadi tanggungan dari fasilitas barang yang diberikan. Rahn diperbolehkan karena banyak manfaat yang terkandung dalam hubungan antara sesama manusia.

c) *Qardh*

adalah pinjaman uang. Misalnya dalam hal seorang calon haji membutuhkan dana pinjaman talangan untuk memenuhi syarat penyetoran biaya perjalanan haji. Bank memberikan pinjaman kepada nasabah calon haji tersebut dan si nasabah melunasinya sebelum keberangkatan hajinya.

d) *Wakalah* (Perwakilan)

artinya penyerahan atau pendelegasian atau pemberian mandat dari satu pihak kepada pihak lain. Mandat ini harus dilakukan sesuai dengan yang telah disepakati oleh si pemberi mandat.

e) *Kafalah* (Garansi Bank)

merupakan jaminan yang diberikan penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dapat pula diartikan sebagai pengalihan tanggung jawab dari satu pihak kepada pihak lain. Dalam dunia perbankan dapat dilakukan dalam hal pembiayaan dengan jaminan seseorang.

2 **Produk Jasa (*Service*)**

Selain menjalankan fungsinya sebagai penghubung antara pihak yang kelebihan dana dan kekurangan dana, bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa tersebut antara lain berupa:

a) *Sharf* (Jual beli valuta asing)

Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip *Sharf*. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahan harus dilakukan pada waktu yang sama.

b) *Wadi'ah* (titipan)

Salah satu prinsip yang digunakan bank syariah dalam memobilisasi dana ialah dengan menggugurkan prinsip titipan. Adapun akad yang sesuai dengan prinsip ini adalah *Al-wadi'ah* merupakan titipan murni yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendaki. Secara umum terdapat dua jenis *wadi'ah* : *wadi'ah yad al-amanah* dan *wadi'ah yadh-dhamanah*.

4. **Strategi Promosi dan Pelayanan Nasabah di Bank Syariah**

a. Strategi Pemasaran Berkesinambungan

Menjalin hubungan yang baik secara terus menerus (berkesinambungan) dengan nasabah, tidak hanya dengan nasabah tidak hanya dalam jangka pendek tetapi hubungan jangka panjang. Nasabah tidak hanya puas tetapi juga loyal pada bank kita oleh karena itu bank harus terus memelihara dan meningkatkan pelayanannya sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah. Bank harus mampu menjalin tali silaturahmi yang baik dengan nasabah, agar nasabah merasa bank sebagai rumah kedua mereka. Hal ini akan mampu meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank, atau menimbulkan *word of mouth* yang positif. Misalnya pihak bank mencatat biodata dari nasabah, ketika nasabah berulang tahun diberi ucapan selamat ulang tahun. Hal ini bertujuan untuk membangun hubungan kekeluargaan antara pihak bank dengan nasabah.

b. Strategi Pelayanan Prima

Menawarkan layanan terbaik dibandingkan dengan pesaing. Usaha ini biasanya membentuk biaya yang cukup besar, tetapi juga memberikan dampak yang besar (positif) kepada nasabah.

Secara rinci pelayanan prima adalah:

1. Semua transaksi dilayani atau dilaksanakan dengan cepat dan cermat.
2. Melayani kebutuhan nasabah diluar produk yang dijual oleh bank syariah.
3. Berlaku ramah, sopan selalu membantu nasabah.
4. Selalu melayani nasabah dengan tepat waktu.

c. Strategi Penanganan Keluhan Yang Efisien dan Efektif

Cara menangani keluhan yang disampaikan oleh nasabah adalah:

1. Empati terhadap nasabah yang ramah, mendengarkan keluhan dengan penuh perhatian.
2. Tangani keluhan tersebut dengan cepat dan akurat serta menjelaskan cara penyelesaiannya.

5. **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah**

a. Faktor Promosi

Promosi merupakan bentuk pemberitahuan atau penawaran jasa atau produk dengan tujuan menarik calon konsumen atau calon nasabah, dengan adanya promosi maka perusahaan tersebut akan lebih dikenal oleh masyarakat.

Beberapa cara promosi yang dilakukan Bank Syariah guna menarik para calon nasbaha nya

1. Agar keberadaan Bank Syariah dan kegiatannya dapat dikenal masyarakat luas, maka bank perlu beriklan di media massa seperti Televisi dan koran.
2. Promosi yang dilakukan di mal-mal dapat menarik minat pengunjung.
3. Promosi dikemas menarik dan lebih kreatif agar masyarakat luas mau berkunjung.
4. Sosialisasi/Promosi melalui figur/sosok misal, oleh beberapa kakalangan cendikiawan.
5. Sosialisasi produk dengan menonjolkan manfaat dari suatu produk bank syariah, melalui bahasa komunikasi yang dapat dipahami konsumen.
6. Informasi tentang Bank Bank Tabungan Negara dalam bentuk brosur dan leaflet.

b. Faktor Lokasi

Lokasi merupakan hal terpenting dalam menjalankan sebuah usaha karena lokasi dapat dikatakan sebuah kunci keberhasilan dalam suatu usaha dan akan mempengaruhi pertumbuhan dimasa mendatang.

1. Lokasi Bank Tabungan Negara yang sangat strategis mampu mendorong minat para calon nasabah
2. Lokasi Bank Bank Tabungan Negara di daerah yang aman sangat berpengaruh terhadap pertimbangan nasabah dan calon nasabah

karena lokasi yang aman merupakan hal terpenting bagi nasabah atau calon nasabah

3. Gedung Bank Tabungan Negara menarik, nyaman, dan menyenangkan juga mampu mendorong minat para calon nasabah serta nasabah yang ada untuk tetap berkunjung dan tetap menggunakan jasa Bank Tabungan Negara tersebut.

c. Faktor Pelayanan

Pelayanan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau antara karyawan dan nasabah pelayanan dapat juga dikatakan sebagai usaha melayani orang lain serta menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan seseorang. Beberapa pelayanan yang mampu mendorong minat para calon nasabah :

1. Pelayanan yang cepat dari karyawan/ti Bank Tabungan Negara
2. Penampilan menarik karyawan/ti Bank Tabungan Negara
3. Perlakuan yang ramah karyawan/ti Bank Tabungan Negara
4. Karyawan/ti Bank Tabungan Negara berperan membantu calon nasabah memberikan pemahaman mengenai pengetahuan perbankan syariah.

d. Faktor Bagi Hasil

Bagi hasil merupakan konsep pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan pihak nasabah dan pihak bank syariah.

1. Tingkat pengembalian (bagi hasil) yang tinggi dapat mempengaruhi minat nasabah atau calon nasabah di Bank Tabungan Negara
2. Rendahnya tingkat suku bunga bank konvensional juga dapat mendorong minat nasabah dan calon nasabah

e. Faktor Produk

Produk merupakan bagian penting dari perusahaan karena tanpa produk perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar

pemasaran produk berhasil. Produk dapat juga dikatakan sebagai inti dari semua bisnis.

Beberapa peroduk perbankan yang dapat menarik konsumen atau nasabah nya:

1. Produk perbankan yang beragam, menarik, dan inovatif

Bank sengaja mendesain produk nya berbagai macam ragam yang menarik dan inivatif demi menarik minat para calon nasabah nya

2. Fitur-fitur pendukung keuntungan yang terdapat dalam produk

Bank juga mendesain fitur-fitur pendukung keuntungan yang terdapat dalam produk.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa hasil kajian atau penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel II . 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Peneliti
1	Evi Yupiteri	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Medan	Dari hasil penelitian tentang pengaruh fasilitas, promosi dan produk bank syariah maka dapat menarik kesimpulan variabel fasilitas (X1) memiliki pengaruh yang sedang yaitu 0,469 terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di bank syariah. Variabel promosi (X2) pengaruh yang kuat yaitu 0,730 terhadap

			nasabah non muslim untuk menjadi nasabah dibank syariah. Variabel produk (X3) memiliki pengaruh yang kuat yaitu 0,529 terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah bank syariah
2	Andisa Rahmi Maulina	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Menabung Pada Bank Syariah	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dihasilkan bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan, religuistas, produk, reputasi dan pelayanan di bank syariah memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan memilih menabung di bank syariah meskipun tidak signifikan
3	Mona Ranto Tambunan	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank BCA Kota Medan (Studi Kasus Etnis Cina)	Berdasarkan analisis dan evaluasi terhadap data penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Secara simultan diketahui bahwa variabel produk, pelayanan, promosi, lokasi dan kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA kota medan. Secara parsial diketahui bahwa

			variabel produk, pelayanan, dan kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah entis Cina menabung di Bank BCA kota medan. Pelayanan memiliki pengaruh yang paling dominan dibandingkan dengan variabel lain.
4	Ayub	Analisi Perilaku Masyarakat Terhadap Keinginan Menabung Dan Memperoleh Pembiayaan Pada Bank Syariah di Nanggroe Aceh Darussalam	Kesimpulan akhir yang dapat digambarkan melalui pemetaan potensi diatas adalah bahwa secara keseluruhan potensi pengembangan Bank Syariah ditujuh wilayah penelitian adalah berada dalam kategori sedang. Hal ini disebabkan secara rata-rata indikator, demografi, ekonomi sistem sosial dan nilai sosial berada dalam kategori sedang. Kesimpulan ini adalah kesimpulan awal yang diambil secara menyeluruh (rata-rata) namun bila dilihat secara terpisah untuk masing-masing kabupaten/kota maka kesimpulannya adalah seperti yang telah dijelaskan diatas.
5	Humaemah	Faktor-faktor yang	Hasil yang diperoleh adalah

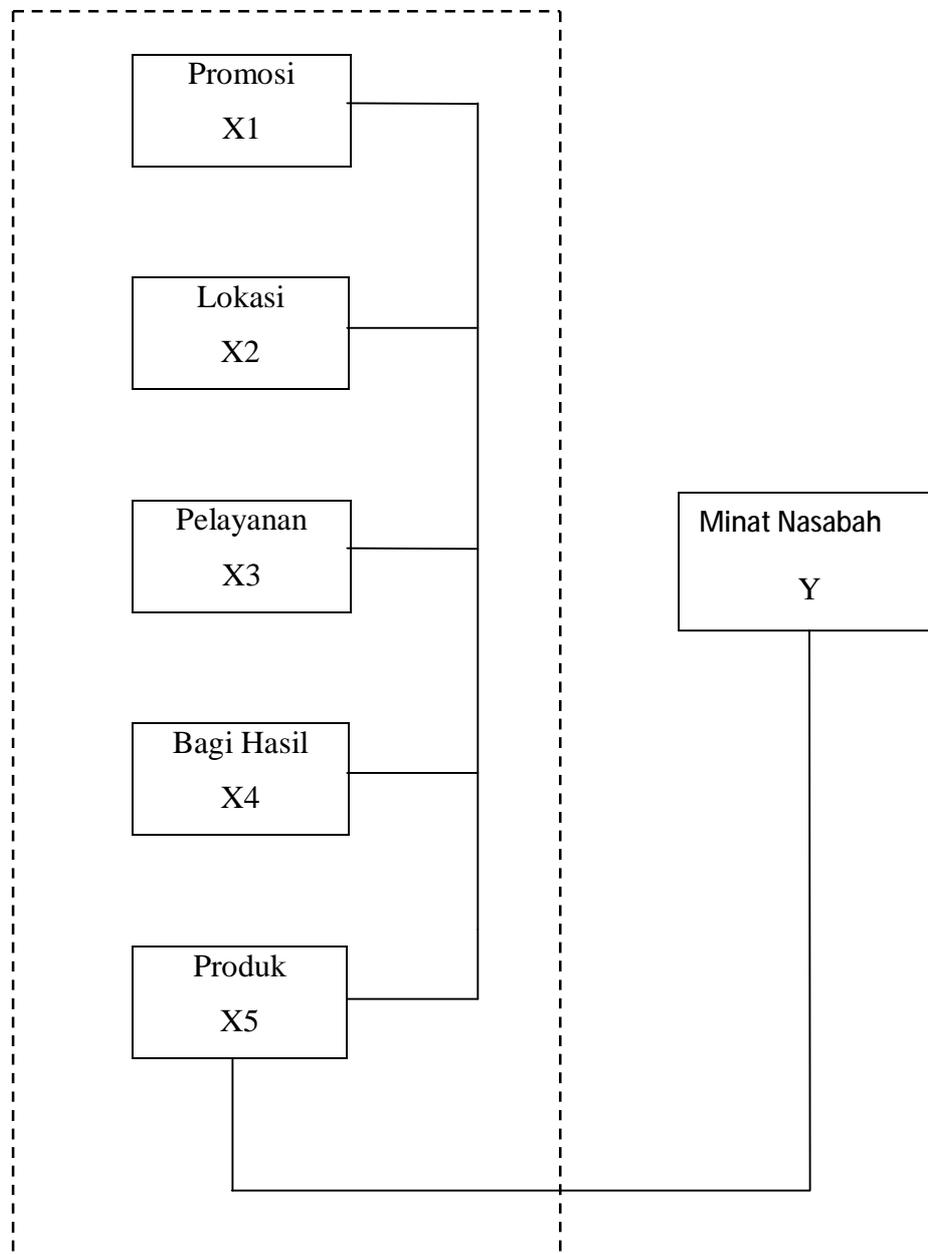
		<p>Mempengaruhi Etnis Cina Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi kasus : PT Bank Syariah Mega Indonesia) menggunakan analisis faktor sebagai metode analisis data.</p>	<p>faktor dominan yang mempengaruhi keputusan etnis China non-muslim menjadi nasabah di Bank Syariah Mega Indonesia adalah faktor promosi, yang terdiri dari enam atribut, yaitu promosi melalui iklan di media massa (tv dan koran), promosi di mall-mall, promosi lebih dikemas lebih kreatif dan menarik, sosialisasi, promosi melalui figur seorang tokoh, promosi awal atas suatu produk bank syariah dengan bahasa komunikasi tanpa menggunakan simbol islam.</p>
--	--	---	---

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pada teori sebelumnya, peneliti mengkategorikan faktor yang menjadikan minat nasabah non muslim menjadi nasabah di PT. BTN Juanda Medan adalah faktor promosi, lokasi, pelayanan, *return*, dan produk.

Dari uraian pendahuluan dan landasan teori diatas, maka model penelitian yang dikategorikan adalah:

II. 2

**D. Hipotesis**

Hipotesis adalah proposisi yang masih bersifat sementara dan masih harus diuji kebenarannya. Proposisi adalah pernyataan tentang suatu konsep. Atas dasar kerangka pemikiran teoritik dan model penelitian tersebut, maka hipotesis penelitiannya adalah:

1. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun secara simultan faktor promosi, lokasi, pelayanan, bagi hasil dan produk terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank BTN Syariah Juanda Medan.
2. Diduga dari faktor promosi, lokasi, pelayanan, bagi hasil dan produk adalah faktor yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank BTN Syariah Juanda Medan.

a. Defenisi Operasional.

Untuk menjelaskan variabel-variabel yang sudah diidentifikasi maka perlu defenisi operasional dari masing-masing variabel sebagai upaya pemahaman dan penelitian. Defenisi dari variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Keputusan Nasabah non muslim (Y) merupakan ketertarikan nasabah non Muslim Bank Tabungan Negara Indonesia menjadi nasabah.
2. Promosi adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh Bank Tabungan Syariah untuk memperkenalkan produk-produk mereka kepada masyarakat untuk menarik perhatian nasabah non Muslim
3. Lokasi adalah tempat dimana pelaksanaan transaksi yang dilakukan oleh Bank Tabungan Negara
4. Pelayanan adalah fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh Bank Tabungan Negara untuk menarik minat nasabah non Muslim.
5. Bagi Hasil merupakan pembagian atau pengembalian atas hasil usaha untuk menarik minat nasabah non muslim.
6. Produk merupakan produk-produk perbankan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri yang dapat menarik perhatian nasabah non Muslim.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (Field Riset) yaitu pengumpulan data yang bersifat kuantitatif. Data yang bersifat kuantitatif yaitu data yang berbentuk angket dan perhitungan serta dituangkan dalam bentuk tabel kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan uji statistik. Penelitian ini khusus membahas tentang “Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat non muslim menjadi nasabah di PT. BTN Syariah Juanda Medan.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Bank Tabungan Negara Tbk Kantor Cabang Syariah di Jl. Juanda Medan

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat non muslim yang menjadi nasabah di PT. Bank BTN Juanda Medan. Mengingat jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti dan untuk menghemat waktu maka penulis menetapkan sampel yang akan diambil sebanyak 30 nasabah saja dengan teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu sampling accidental yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan penelitian, yakni siapa saja yang datang ke PT. BTN Syariah dan memberi questioner hanya yang menggunakan jasa perbankan.

D. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat dilakukannya penelitian ini adalah di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan, yang beralamat di jalan Juanda No. 48 Medan Sumatera Utara.

2. Waktu penelitian

Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan Februari 2016 sampai dengan September 2016, dengan alokasi sebagai berikut:

Tabel III.1
Alokasi Waktu Penelitian

No	KEGIATAN	Bulan / Tahun															
		Feb 2016				Mei 2016				Jun 2016				Okt 2016			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■														
2	Penyusunan proposal		■	■	■												
3	Pengumpulan Data					■	■	■	■								
4	Bimbingan Proposal									■	■	■	■				
5	Seminar Proposal													■			
6	Bimbingan Skripsi													■	■	■	■
7	Sidang Skripsi																■

E. Defenisi Operasi Variabel

Sebelum menjelaskan ruang lingkup penelitian, penulis terlebih dahulu mengemukakan yang dianggap penting untuk memudahkan memahami kata-kata yang terkadang dalam skripsi ini menguraikan batas pengertian pada beberapa istilah yang memiliki hubungan dengan inti permasalahan.

Variabel	Indikator
Varabel Promosi	1. Teknik Promosi 2. Metode Promosi
Varabel Lokasi	1. Keamanan Lokasi

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Jarak Tempuh Lokasi 3. Kebersihan Lokasi 4. Kenyamanan Lokasi
Varabel Pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan Nasabah 2. Pelayanan Keramahan 3. Pelayanan Kesopanan
Variabel Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Varians Produk 2. Kualitas Produk 3. Manfaat produk 4. Nilai Produk di mata Nasabah
Variabel Bagi Hasil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagi Hasil Yang Kompetitif
Variabel Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Varians Produk 2. Kualitas Produk 3. Manfaat Produk 4. Nilai Produk dimta Nasabah

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data dari lapangan penelitian, penulis menggunakan salah satu teknik yaitu angket, mengjukan daftar pertanyaan tertulis yang dilengkapi alternatif jawaban kepada para nasabah yang ada di PT. BTN Juanda Meadan. Angket ini menggunakan skala likert dengan lima pilihan jawaban. Penskoran jawaban skala ini diuraikan dealam tabel berikut.

Tabel III . 3
Skala Likert

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidan Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuisisioner seperti: keharusan kuisisioner untuk valid dan reliable. Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran lebih dari satu terhadap gejala yang diukur dengan alat ukur yang sama.

a. Uji Validitas

Validitas berarti dapat diterima dan tidak diragukan (sah), Istilah ini mengandung pengertian bahwa yang dinyatakan valid telah sesuai dengan kebenaran yang diharapkan, sehingga dapat diterima dalam kinerja tertentu.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi X dan Y

N = Jumlah Responden

X = Skor tiap item

Y = Skor total

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (*keandalan*) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab konstruk-konstruk pertanyaan dalam suatu kuesioner. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach alpha* > 0,60.

G. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Tahapan-tahapan analisis ini dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas ini memiliki dua cara untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, yaitu melalui pendekatan histogram dan pendekatan grafik. Pada pendekatan histogram data berdistribusi normal apabila distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan. Pada pendekatan grafik, data distribusi normal apabila titik-titik ini mengikuti data di sepanjang garis diagonal.

b. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan yang lain. Jika dari residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen.

d. Uji T

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji t:

$$\text{Rumus uji } t = r_x = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai hitung

r = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah data pengamatan

e. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel tak bebas terhadap variabel dependen.

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(N-k)}$$

Dimana :

N = Jumlah Sampel

K = Jumlah Variabel

f. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui tingkat kecepatan yang terbaik dalam analisis regresi dalam hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui prestase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dari sini akan diketahui seberapa besar variabel independen akan mampu menjelaskan variabel dependennya, sedangkan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

g. Uji Model

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

$$MN = \alpha + \beta_1 Pr + \beta_2 Lo + \beta_3 Pe + \beta_4 BH + \beta_5 Po + \varepsilon$$

Dimana :

MN = Minat Nasabah

α = Konstanta

β = Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan dan penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen

Pr = Promosi

Lo = Lokasi

Pe = Pelayanan

BH = Bagi Hasil

Po = Produk

ε = Error term

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengolahan data dalam bentuk angket.

1. Gambaran Umum Responden

Penggunaan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non probability sampling* dengan cara *puposive samling*. Sampel yang diambil sebanyak 20 responden yaitu dengan kreteria non muslim yang menjadi nasabah di Bank Tabungan Negara KCS Juanda Medan. Akan tetapi pada saat melakukan observasi penelitian kelapangan terdapat 30 lembar angket yang tersebar dengan kualifikasi 20 lembar angket yang memenuhi kreteria yaitu nasabah non muslim yang menjadi nasabah di Bank Tabungan Negara KCS Juanda Medan, sisanya 10 lembar angket tidak memenuhi kualifikasidengan kreteria 10 lembar angket tersebut diisi oleh nasabah muslim yang juga menjadi nasabah di Bank Tabungan Negara KCS Juanda Medan. Penyebaran angket ini di Bank Tabungan Negara KCS Juanda Medan pada saat nasabah melakukan transaksi. Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik-karakteristik penelitian terdiri dari:

Adapun data dan persentase mengenai jenis kelamin responden nasabah non muslim Bank Tabungan Negara KCS Juanda Medan adalah sebagai berikut:

- a) Hasil pengolahan SPSS dan Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Tabel IV.1

Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	10	33%
2	Perempuan	20	67%
	Jumlah	30	100%

Tabel IV.2

Hasil Dari pengolahan SPSS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 laki-laki	10	33.3	33.3	33.3
	2 perempuan	20	66.7	66.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 10 orang (33%) sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 20 orang (67%). Hal ini menunjukkan nasabah di PT. Bank Tabungan Negara di kota Medan didominasi oleh perempuan.

- b) Hasil pengolahan SPSS dan Klasifikasi Responden Berdasarkan usia.

Tabel IV.3

Klasifikasi Berdasarkan Usia

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	17-29 tahun	8	27%
2	30-40 tahun	18	60%
3	>40 tahun	4	13%
	Jumlah	30	100%

Tabel 4.3

Hasil Pengolahan SPSS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 17-29 thn	8	26.7	26.7	26.7
	2 30-40 thn	18	60.0	60.0	86.7
	3 >40 thn	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat di ketahui bahwa responden yang paling banyak menjadi nasabah Bank Tabungan Negara KCS Juanda Medan adalah yang berusia 30-40 tahun yaitu sebanyak 18 Orang atau 60%. Usia >40 tahun sebanyak 4 orang atau 13% berada pada urutan kedua. Kemudian usia 17-29 tahun sebanyak 8 orang atau 27% berada pada urutan ketiga.

- c) Hasil pengolahan SPSS dan Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.

Tabel IV.4

Klasifikasi Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMA	9	30%
2	DIPLOMA	16	53%
3	SARJANA	5	17%
	Jumlah	30	100%

Tabel IV.4

Hasil Pengolahan SPSS

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 SMA	9	30.0	30.0	30.0
	2 DIPLOMA	16	53.3	53.3	83.3
	3 SARJANA	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas, menunjukkan sebagian besar nasabah non muslim Bank Tabungan Negara KCP Juanda Medan yang diambil sebagai responden, sebagian besar berpendidikan Sarjana atau S1 sebanyak 5 orang atau 17%, Diploma sebanyak 16 orang atau 53%, SMA sebanyak 9 orang atau 30%. Dan yang paling dominan adalah DIPLOMA sebanyak 16 orang atau 53%.

1. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengelolaan data dalam bentuk kuesioner atau angket berupa beberapa pertanyaan untuk masing-masing variabel,

dimana 10 pertanyaan untuk variabel X₁ (Promosi), 10 pertanyaan untuk variabel X₂ (Lokasi), 10 pertanyaan untuk variabel X₃ (Pelayanan), 10 pertanyaan untuk variabel X₄ (Bagi Hasil) 6 pertanyaan untuk variabel X₅ (Produk), dan 6 pertanyaan untuk variabel Y (Kepuasan nasabah). Kuesioner atau angket yang disebarakan kepada 20 responden di PT Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCP Juanda Medan.

Tabel IV.5

Skala Likert

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

1. Promosi

Tanggapan responden terhadap promosi Bank Tabungan Negara Tbk KCS Juanda Medan sebagaimana terdapat pada tabel.

Tabel IV.6

Jawaban Responden tentang Promosi

No	Pertanyaan	SS		S		KS		TS		ST		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan promosi mendorong andan untuk menabung di Bank BTN Syariah.	5	17	25	83	-	-	-	-	-	-	30	100
2	Bank BTN ditunjukkan untuk berbagai lapisan masyarakat.	4	13	25	83	1	7	-	-	-	-	30	100

3	Pemberian intensif yang membuat para nasabah tertarik untuk membeli produk.	2	7	11	37	17	56	-	-	-	-	30	100
4	Bank BTN sering memberi hadiah kepada nasabah yang loyal.	3	10	16	53	11	37	-	-	-	-	30	100
5	Anda tertarik dengan produk tabungan tersebut apa karena mendapat saran dari rekan anda yang telah lebih awal menggunakan produk tersebut.	5	17	15	50	10	33	-	-	-	-	30	100
6	Apa teman anda menyampaikan sesuatu hal yang menarik mengenai produk tabungan tersebut.	6	20	16	53	8	27	-	-	-	-	30	100
7	Fasilitas yang dimiliki Bank Tabungan Negara membuat nyaman dalam bertransaksi.	1	4	25	83	4	13	-	-	-	-	30	100
8	Prosedur transaksi perbankan produk tabungan sederhana (tidak rumit)	5	17	20	66	5	17		-	-	-	30	100
9	Produk tabungan dilengkapi dengan fitur produk yang lengkap (dapat digunakan sebagai transaksi).	4	13	15	50	7	23	4	13	-	-	30	100
10	Transaksi perbankan untuk produk tabungan dapat dilakukan di ATM mana saja tidak hanya di ATM Bank tersebut.	2	7	23	76	5	17	-	-	-	-	30	100
	Total	37		166		68		4				300	

Tanggapan responden berkaitan dengan pertanyaan tentang media promosi yang digunakan di Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan mempunyai persentase sebanyak 17% sangat setuju. responden menyatakan setuju, banyaknya media yang digunakan untuk promosi persentase sebanyak 83% menyatakan setuju. Hal inilah yang menjadikan nasabah berminat

menginvestasikan dananya di Bank Tabungan Negara. Promosi yang dilakukan Bank Tabungan Negara baik melalui media elektronik maupun cetak memudahkan masyarakat untuk memahami tentang Bank Tabungan Negara tidak hanya diperlukan bagi kalangan menengah keatas saja

1. Lokasi

Tanggapan responden terhadap lokasi Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan.

Tabel IV.7
Jawaban Responden tentang Lokasi

No	Pertanyaan	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Lokasi Bank BTN yang strategis karena berada dekat pusat pemerintahan.	5	17	22	73	10	33	-	-	-	-	30	100
2	Bank Syariah terletak didekat kantor lain.	5	17	22	73	3	10	-	-	-	-	30	100
3	Bank Syariah dekat dengan pusat pembelanjaan.	3	10	12	40	15	50	-	-	-	-	30	100
4	Bank Syariah dekat dengan nasabah.	4	13	12	40	12	40	2	7			30	100
5	Anda menabung di Bank BTN Syariah karena loket Bank BTN Syariah mudah di jangkau.	-	-	15	50	15	50	-	-	-	-	30	100
6	Lokasi Bank Tabungan Negara berada di daerah pemukiman yang padat.	4	13	21	70	5	17	-	-	-	-	30	100
7	Lokasi Bank Tabungan Negara terjamin keamanannya.	7	23	22	73	1	4	-	-	-	-	30	100
8	Lingkungan Bank Tabungan Negara Terjaga Kebersihannya.	11	37	17	56	2	7	-	-	-	-	30	100
9	Akses jalan lancar.	9	30	17	57	4	13	-	-	-	-	30	100
10	Berada di depan jalan besar dan area parkirnya memadai.	12	40	15	50	3	10	-	-	-	-	30	100

Total	59	175	70	2	7	300
-------	----	-----	----	---	---	-----

Berdasarkan tabel diatas terlihat 10% responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan strategis karena berada dengan pusat perbelanjaan dan sisanya sebanyak 73% responden menyatakan setuju Bank Tabungan Negara berada didekat pusat perkantoran sehingga memudahkan pihak perbankan untuk membuka jaringan nasabah.

2. Pelayanan

Tanggapan responden terhadap pelayanan Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan.

Tabel IV.8
Jawaban Responden tentang Pelayanan

Item	Pertanyaan	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Apa menurut anda karyawan Bank Tabungan Negara sudah memberikan pelayanan yang terbaik.	6	20	23	77	1	3	-	-	-	-	30	100
2	Bank Tabungan Negara memiliki teknologi peralatan yang mutakhir.	3	10	25	83	2	67	-	-	-	-	30	100
3	Karyawan Bank Tabungan Negara mempunyai kemampuan yang baik dalam menyampaikan informasi.	7	23	12	40	10	33	1	3			30	100
4	Karyawan Bank Tabungan Negara memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.	3	10	17	57	8	27	1	3	1	3%	30	100
5	Kesopanan	1	4	19	63	10	33	-	-	-	-	30	100

	karyawan Bank Tabungan Negara mendorong anda untuk menabung di Bank Tabungan Negara Indonesia KCS Juanda Medan.												
6	Kesopanan karyawan Bank Tabungan Negara mendorong anda untuk menabung di Bank Tabungan Negara Indonesia KCS Juanda Medan.	1	3	20	67	6	20	3	10	-	-	30	100
7	Dengan menabung di BTN Syariah anda mendapat kemudahan dalam bertransaksi.	3	10	17	56	8	27	2	7	-	-	30	100
8	Anda menabung di BTN Syariah karena fasilitas nya memadai.	5	17	17	56	8	27	-	-	-	-	30	100
9	Banyaknya kantor kas yang ada memudahkan anda menabung di BTN Syariah.	4	13	14	46	8	26	2	7	2	7	30	100
10	Dengan menabung di Bank BTN apakah anda merasa uang anda aman karena adanya jaminan keamanan yang diberikan.	2	7	10	33	10	33	8	27			30	100
	Total	35		174		71		17		3		300	

Berdasarkan tabel diatas pelayanan bank syariah sudah baik. Secara teknologi, sebnyak 10% responden menyatakan setuju kalau Bank Tabungan Negara memiliki teknologi peralatan yang mutakhir. Dan Sebnyak 23% responden menyatakan sangat setuju jika Bank Tabungan Negara mempunyai kemampuan baik dalam menyampaikan informasi kepada nasabah.

1. Bagi Hasil

Tanggapan responden terhadap bagi hasil Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan.

Tabel IV.9
Jawaban Responden tentang Bagi Hasil

No	Pertanyaan	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Keuntungan yang diperoleh Bank Tabungan Negara berpengaruh terhadap pembagian bagi hasil yang akan diterima nasabah.	3	10	25	83	2	7	-	-	-	-	30	100
2	Nisbah bagi hasil ditentukan atas dasar kesepakatan.	6	20	22	73	2	7	-	-	-	-	30	100
3	Kejelasan bagi hasil telah mendorong anda menabung di Bank TBN Syariah.	3	10	21	70	6	20	-	-	-	-	30	100
4	Apa anda yakin sistem bagi hasil itu memberikan anda kenyamanan.	5	17	20	66	5	17	-	-	-	-	30	100
5	Perhitungan bagi hasil menggunakan revenue sharing.	5	17	24	80	1	3	-	-	-	-	30	100
6	Presentase nisbah bagi hasil tidak menjadi dasar perhitungan kerugian jika terjadi kerugian.	1	4	29	96	-	-	-	-	-	-	30	100
7	Besarnya pembagian nisbah diaplikasikan pada pendapatan yang diperoleh bukan pada pokok pinjaman.	2	7	26	86	2	7	-	-	-	-	30	100
8	Nisbah bagi hasil yang diberikan Bank BTN Syariah lebih kompetitif di banding Bank lain.	3	10	12	40	15	50	-	-	-	-	30	100

9	Dengan menabung di Bank BTNs Syariah apa anda mendapatkan manfaat karena bagi hasil yang anda terima.	4	13	24	80	2	7	-	-	-	-	30	100
10	Dengan sistem bagi hasil apa anda yakin keadilan pembagian keuntungan lebih terjamin.	1	4	29	96	-	-	-	-	-	-	30	100
	Total	33		232		35						300	

Tanggapan responden berkaitan dengan pertanyaan Nisbah/bagi hasil yang telah ditetapkan atas dasar kesepakatan responden menyatakan sangat setuju, 20% responden menyatakan setuju 73% dan sisanya 2% menyatakan kurang setuju. Kemudian terdapat 10% responden menyatakan sangat setuju atas keuntungan yang diperoleh bank syariah sehingga berpengaruh terhadap bagi hasil yang diterima nasabah, 83% menyatakan setuju dan 7% responden yang menyatakan kurang setuju.

2. Produk

Tanggapan responden terhadap produk Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan.

Tabel IV.10
Jawaban Responden tentang Produk

No	Pertanyaan	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Produk yang ada pada Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan sudah dengan keinginan saudara.	18	60	10	33	2	7	-	-	-	-	30	100
2	Saudara menggunakan produk Bank Tabungan Negara karena taat kepada kepada Agama.	7	23	13	43	9	30	1	4	-	-	30	100

3	Produk Bank Tabungan Negara sudah sesuai dengan prinsip-prinsip agama (syariah) yang ada.	23	77	7	23	9	30	-	-	-	-	30	100
4	Anda menabung di Bank BTN Syariah karena produk tabungan lebih unggul dari Bank lain.	6	20	20	66	4	13	-	-	-	-	30	100
5	Produk yang ditawarkan oleh Bank BTN Syariah bervariasi sehingga dapat mendorong anda untuk menabung	3	10	13	43	5	17	6	20	3	10	30	100
6	Apakah produk jasa keuangan yang disediakan Bank BTN Syariah sudah cukup lengkap sehingga dapat mendorong anda untuk menabung	10	33	19	63	1	4	-	-	-	-	30	100
	Total	67		82		30		7		3		300	

Dari tabel diatas terlihat terdapat 33% responden setuju, 18% responden sangat setuju dan 7% kurang setuju bahwa produk yang dimiliki Bank Tabungan Negara sudah sesuai dengan keinginan nasabah. Sebanyak 7% responden sangat setuju, 13% responden setuju dan 9% responden kurang setuju menggunakan produk Bank Tabungan Negara adalah karena ketaatan pada agama. Berkaitan dengan tanggapan responden terhadap kinerja Bank Tabungan Negara sudah sesuai dengan prinsip agama (syariah) adalah 30% responden mengatakan kurang setuju, 23% setuju dan 77% sangat setuju.

3. Minat Nasabah

Tanggapan responden terhadap produk Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan.

Tabel IV.11

Jawaban Responden tentang Minat Nasabah

No	Pertanyaan	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Dengan memperhatikan variabel lokasi, pelayanan, <i>religius stimuli</i> , reputasi, <i>profit sharing</i> , promosi saudara berkeinginan menjadi nasabah di Bank Syariah.	17	57	13	43	-	-	-	-	-	-	30	100
2	Saudara akan menyarankan pada orang lain untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.	19	63	11	37	-	-	-	-	-	-	30	100
3	Anda menabung di Bank Tabungan Negara Indonesia, KCS Juanda Medan minimal 1 bulan sekali.	19	63	11	37	-	-	-	-	-	-	30	100
4	Keunggulan Bank BTN Syariah dalam segala hal mendorong anda untuk menabung.	1	4	18	60	11	37	-	-	-	-	30	100
5	Rendahnya minimal setoran awal mendorong anda untuk menabung di Bank BTN Syariah Juanda Medan.	1	4	20	67	9	30	-	-	-	-	30	100
6	Anda mebanung di Bank BTN Syariah karena adanya kerjasama dengan Bank lain dalam hal penarikan ATM.	1	4	19	63	10	33	-	-	-	-	30	100
	Total	58		92		30						180	

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa faktor lokasi, pelayanan, religius, stimuli, reputasi, profit sharing dan promosi yang dijadikan nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Tabungan Negara mempunyai persentase sebesar 57% nasabah yang menyatakan sangat setuju, dan nasabah akan menyarankan pada orang lain untuk menjadi nasabah di Bank Tabungan Negara Syariah hal ini dilihat dari besaran persentase sebesar 37% yang menyatakan setuju untuk menyarankan kepada orang lain menjadi nasabah di Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Untuk mengetahui validitas, Berdasarkan tabulasi data (lampiran), maka berikut akan dilakukan pengujian validitas terhadap butir-butir pertanyaan. Pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 16.0 Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingakat kevalitan atau kepatuhan suatu instrumen penelitian, sebab atau instrumen penelitian yang valid mempengaruhi validitas yang tinggi, sebaliknya suatau instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk *degree offreedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $30-2$ atau $df=28$ dengan alpa 0,05 didapat r tabel 0,374, jika r hitung ss (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom corrected item prtanyaan total correlation) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel IV.12
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Item	Korelasi		
		r-hitung	r-tabel	keterangan
Promosi (X ₁)	P1	0,621	0,374	Valid
	P2	0,457	0,374	Valid
	P3	0,380	0,374	Valid
	P4	0,657	0,374	Valid
	P5	0,590	0,374	Valid

	P6	0,540	0,374	Valid
	P7	0,520	0,374	Valid
	P8	0,561	0,374	Valid
	P9	0,540	0,374	Valid
	P10	0,391	0,374	Valid
Lokasi (X ₂)	P1	0,379	0,374	Valid
	P2	0,434	0,374	Valid
	P3	0,474	0,374	Valid
	P4	0,551	0,374	Valid
	P5	0,283	0,374	Tidak Valid
	P6	0,326	0,374	Tidak Valid
	P7	0,132	0,374	Tidak Valid
	P8	0,081	0,374	Tidak Valid
	P9	0,502	0,374	Valid
	P10	0,246	0,374	Tidak Valid
Pelayanan (X ₃)	P1	0,546	0,374	Valid
	P2	0,547	0,374	Valid
	P3	0,538	0,374	Valid
	P4	0,434	0,374	Valid
	P5	0,323	0,374	Tidak Valid
	P6	0,543	0,374	Valid
	P7	0,311	0,374	Tidak Valid
	P8	0,349	0,374	Tidak Valid
	P9	0,616	0,374	Valid
	P10	0,528	0,374	Valid
Bagi Hasil (X ₄)	P1	0,673	0,374	Valid
	P2	0,785	0,374	Valid
	P3	0,796	0,374	Valid
	P4	0,928	0,374	Valid
	P5	0,745	0,374	Valid
	P6	0,355	0,374	Tidak Valid
	P7	0,662	0,374	Valid
	P8	0,732	0,374	Valid
	P9	0,835	0,374	Valid
	10	0,414	0,374	Valid
Produk (X ₅)	P1	0,557	0,374	Valid
	P2	0,520	0,374	Valid
	P3	0,407	0,374	Valid
	P4	0,548	0,374	Valid
	P5	0,363	0,374	Tidak Valid
	P6	0,555	0,374	Valid
Minat Nasabah (Y)	P1	0,387	0,374	Valid
	P2	0,417	0,374	Valid
	P3	0,549	0,374	Valid
	P4	0,513	0,374	Valid
	P5	0,166	0,374	Tidak Valid
	P6	0,226	0,374	Tidak Valid

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus cronbach alpha. Berdasarkan tabulasi data (lampiran), maka berikut akan dilakukan pengujian reliabilitas terhadap variabel-variabel. Pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS 16.0. Adapun hasil pengujiannya yaitu sebagai berikut:

Tabel IV.13

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliabilitas	Alpha	Keterangan
X1	10 Variabel	0, 721	Reliabel
X2	10 Variabel	0, 638	Reliabel
X3	10 Variabel	0, 694	Reliabel
X4	10 variabel	0, 688	Reliabel
X5	6 Variabel	0, 734	Reliabel
Y	6 Variabel	0, 461	Reliabel

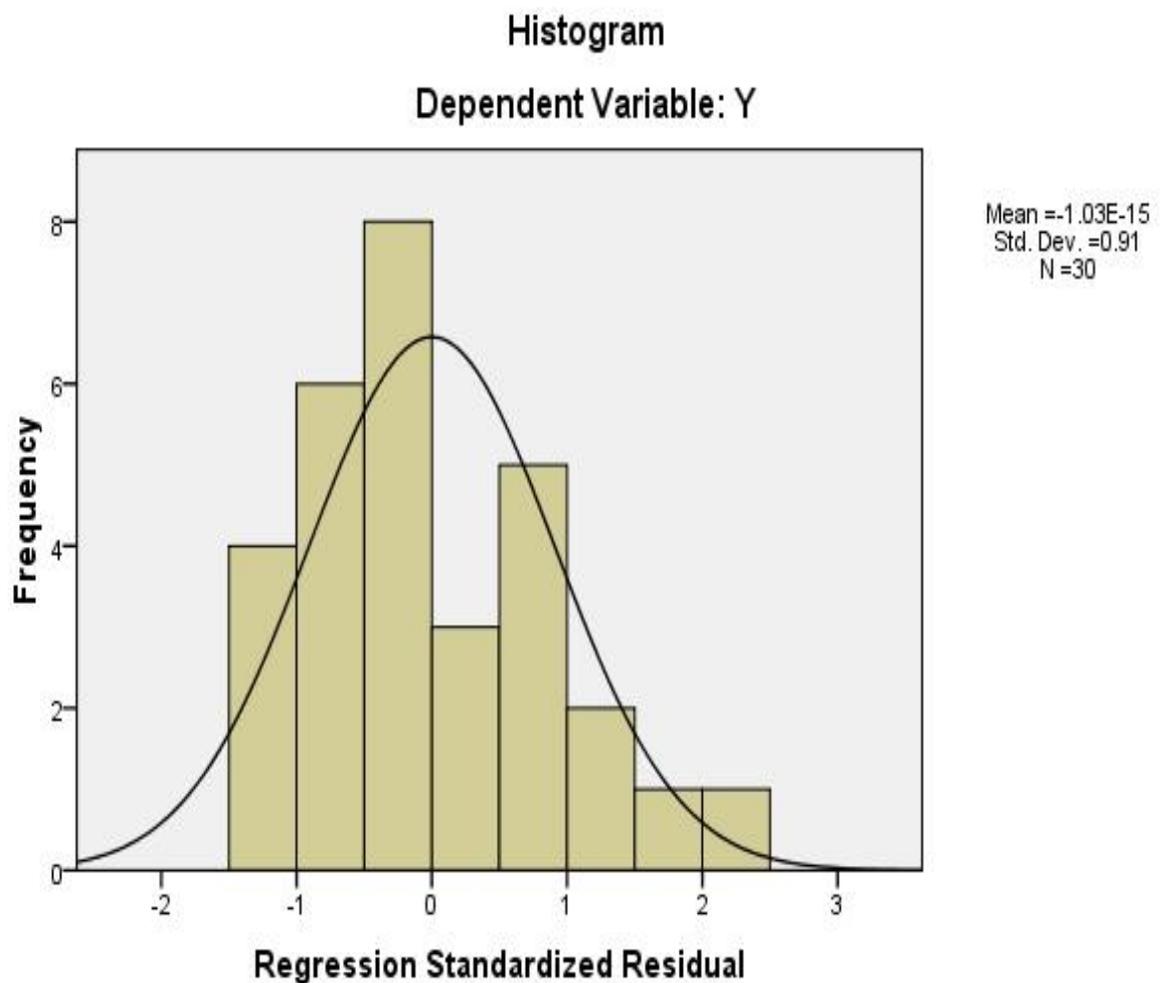
3. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian segala pengujian segala penyampaian klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

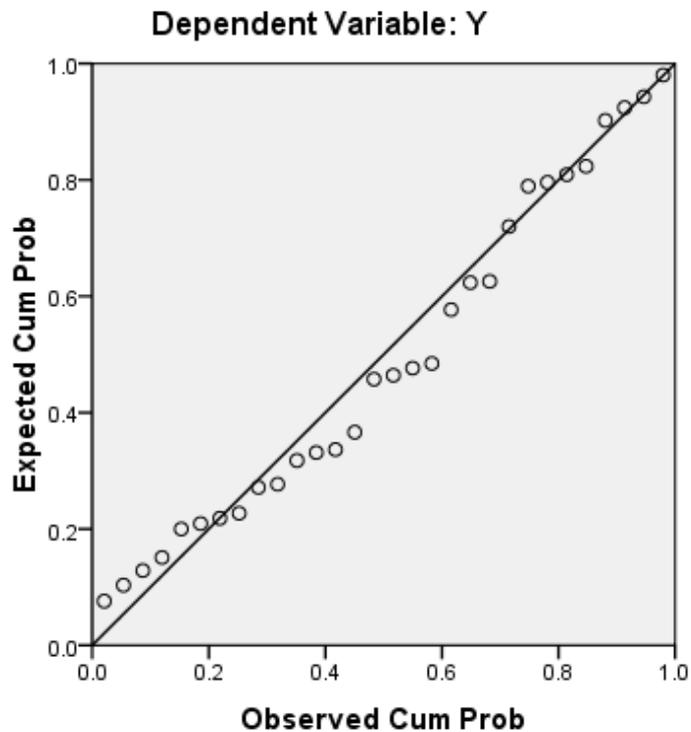
Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terkait dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan Grafik Normal P-P Plot 30 dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka

datanya normal. Jika pada tabel test of normalitinya dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov nilai $\alpha > 0,05$, maka data distribusi normal.



Gambar-2 Diagram Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar-3 Uji Normalitas

Dari grafik diatas, terlihat titik normalitas -titik menyebarkan disekitar garis diagonal,serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi layak dipakai untuk prediksi penganbilan keputusan nasabah berdasarkan masukan variabel independennya atau model regresi melalui asumsi normalitas.

b. Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independ.

Tabel IV.14

Tabel Uji Multikolinearitas

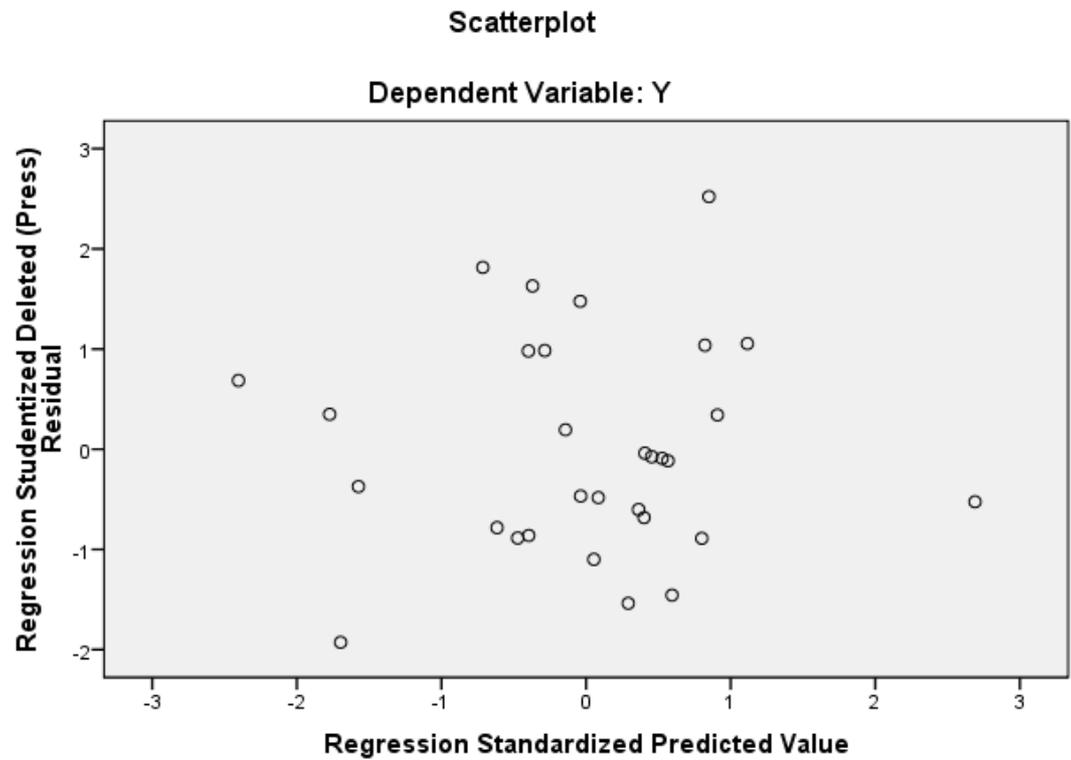
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	18.184	12.048		1.509	.144		
X1	-.124	.114	-.230	-1.095	.284	.776	1.289
X2	-.108	.184	-.133	-.587	.562	.669	1.495
X3	.008	.098	.016	.081	.936	.921	1.086
X4	.088	.123	.161	.712	.484	.666	1.502
X5	.359	.203	.371	1.769	.090	.779	1.284

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *variance Inflation Factor* (VIF) kelima variabel, yaitu lebih kecil dari 10, sehingga bisa diduga bahwa antara variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidak samaan varian. Dan hasil dari heterokedastisitas adalah sebagai berikut:



Gambar-4 Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar diatas terdapat titik-titik secara acak, tidak membentuk pola yang jelas atau teratur, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumngan demikian sumbu Y. Dengan demikian tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

4. Uji T atau Uji Parsial

Hasil uji t pada variabel pemanfaatan teknologi informasi, dan efektifitas pelayanan nasabah, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.15
Tabel Uji Parsial atau Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	18.184	12.048		1.509	.144		
X1	-.124	.114	-.230	-1.095	.284	.776	1.289
X2	-.108	.184	-.133	-.587	.562	.669	1.495
X3	.008	.098	.016	.081	.936	.921	1.086
X4	.088	.123	.161	.712	.484	.666	1.502
X5	.359	.203	.371	1.769	.090	.779	1.284

a. Dependent Variable: Y

Hasil analisis dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Uji t digunakan untuk menguji signifikan pengaruh variabel independen secara parsial. Hipotesis yang dibangun adalah bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel independen jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Adapun cara menentukan tabel dengan α (alpha) = 0,05% derajat bebas (df) pengujian dengan menggunakan rumus $n - k$, dimana n = banyak observasi sedangkan k = banyaknya variabel (bebas dan terkait). Maka, $30 - 6 = 24$ diperoleh t tabel sebesar 2,06.

T_{hitung} Faktor Promosi (X_1) adalah $-1.095 < 2,06$ dengan nilai signifikan $0.284 > 0.05$. Sehingga H_0 ditolak H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor promosi berpengaruh terhadap Minat Nasabah.

T_{hitung} Faktor Lokasi (X_2) adalah $-0,587 > 2,06$ dengan signifikan $0,562 > 0.05$. sehingga H_0 dapat diterimnasedangkan H_a ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor lokasi berpengaruh terhadap Minat Nasabah.

T_{hitung} Faktor Pelayanan (X_3) adalah $0,081 > 2,06$ dengan nilai signifikan $0,936 < 0,05$. Sehingga H_0 ditolak sedangkan H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor pelayanan berpengaruh negatif terhadap Minat Nasabah.

T_{hitung} Faktor Bagi Hasil (X_4) adalah $0,712 < 2,06$ dengan nilai signifikan $0,484 > 0,05$. Sehingga H_0 diterima sehingga H_a ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

T_{hitung} Faktor Produk (X_5) adalah $1,769 < 2,06$ dengan nilai signifikan $0,090 > 0,05$ Sehingga H_0 diterima H_a ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor produk berpengaruh negatif terhadap minat nasabah.

5. Uji F atau Uji Simultan

Simultan ini, bertujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis yang menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat non muslim menjadi nasabah di Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan. Hasil analisis Uji F dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel IV.16

Tabel ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.984	5	3.197	1.046	.414 ^a
	Residual	73.382	24	3.058		
	Total	89.367	29			

a. Predictors: (Constant), X5, X1, X3, X2, X4

b. Dependent Variable: Y

Dari uji ANOVA atau F test, didapat F hitung adalah 1,046 dengan tingkat signifikan 0,414 karena profitabilitas (0,414) lebih besar dari 0,05, maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi Produk, Promosi, Pelayanan, Bagi Hasil, dan Lokasi yang berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi yang memiliki fungsi untuk mengetahui sejauh mana variabel independen (Produk, Promosi, Pelayanan, Bagi Hasil, dan Lokasi) terdapat variabel dependen (Minat Nasabah). Hasil dalam statistik dengan menggunakan program SPSS Versi 16 dapat dilihat di tabel dibawah ini:

Tabel IV.17

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.423 ^a	.179	.008	1.74860	1.294

a. Predictors: (Constant), X5, X1, X3, X2, X4

b. Dependent Variable: Y

Angka R sebesar 0.423^a menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara penanganan Produk, Promosi, Bagi Hasil, dan Lokasi yang kuat. Angka R Squere atau Koefisien Determinasi adalah 0,179 atau 25%. Hal ini berarti 25% variabel dari Produk, Promosi, Pelayanan, Bagi Hasil, dan Lokasi. Dengan menjelaskan variabel minat nasabah sebesar 25%. Sedangkan sisanya (100% - 25% = 75%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

7. Uji Model

Analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan model regresi linier beganda, dimana dalam analisis regresi tersebut akan menguji pengolahan databmenggunakan bantuan program SPSS 19 berdasarkan yang diperoleh dari 30responden.

Tabel IV.18

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	18.184	12.048		1.509	.144		
X1	-.124	.114	-.230	-1.095	.284	.776	1.289
X2	-.108	.184	-.133	-.587	.562	.669	1.495
X3	.008	.098	.016	.081	.936	.921	1.086
X4	.088	.123	.161	.712	.484	.666	1.502
X5	.359	.203	.371	1.769	.090	.779	1.284

a. Dependent Variable: Y

Hasil analisis regresi diperoleh koefisien untuk variabel pemanfaatan promosi (X_1) sebesar -0,124 untuk variabel Lokasi (X_2) sebesar -0,108, variabel Pelayanan (X_3) sebesar 0,008, variabel Bagi Hasil (X_4) sebesar 0,088, dan variabel Produk (X_5) sebesar 0,359, dengan konstanta sebesar 18,184 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 18,184 - 0,124Pr - 0,108llo + 0,008Pe + 0,088BH + 0,359Po + 12.048$$

Berdasarkan pengohan data seperti terlihat dalam tabel kolom kedua (*Unstandardized Coefficient*) bagian (B) diperoleh persamaan linier berganda:

1. Konstanta sebesar 18,184. Hal ini berarti bahwa apabila variabel *promosi*, *lokasi*, *pelayanan*, *bagi hasil*, dan *produk* dianggap konstanta maka tingkat kepuasan nasabah sebesar 18,184 unit.
2. Koefisien regresi *promosi* sebesar -0,124. Hal ini berarti bahwa apabila variabel *promosi* mengkat 1 unit. Maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar -0,24unit.

3. Koefisien regresi *lokasi* sebesar -0,1081. Hal ini berarti bahwa apabila variabel *lokasi* meningkat 1 unit, maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar -0,1081.
4. Koefisien regresi *pelayanan* sebesar 0,008. Hal ini berarti bahwa variabel *pelayanan* bertambah 1 unit, maka kepuasan nasabah akan berkurang sebesar 0,008.
5. Koefisien *regresi* Bagi Hasil sebesar 0,088 mempunyai arti bahwa setiap terjadi penambahan empati sebesar 0,088 maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 1 kali.
6. Koefisien regresi *produk* sebesar 0,359 mempunyai arti bahwa terjadi penambahan produk sebesar 0,359 maka kepuasan nasabah akan meningkat 1 kali.

C. Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah

Dari hasil perhitungan koefisien regresi sebesar -0,124 menunjukkan apabila variabel promosi ditingkatkan sebesar satu point maka akan diikuti dengan meningkatkan minat nasabah untuk menabung di PT. Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KSC Juanda Medan sebesar -0,124. sebaliknya jika skor variabel produk menurun satu point maka akan diikuti dengan menurunnya Minat Nasabah untuk menabung di PT. Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan.

Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistic t, terlihat bahwa produk memiliki nilai *probabilitas* 0,284 yang lebih kecil dari tingkat kepercayaan sebesar 0.05 ($0.284 > 0.05$). oleh sebab itu, maka hipotesis awal yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Artinya produk berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menabung di PT. Bank Tabungan Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan.

2. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Nasabah

Dari hasil perhitungan koefisien regresi sebesar -0.108 menunjukkan apabila variabel lokasi ditingkatkan sebesar satu point maka akan diikuti dengan meningkatkan minat nasabah untuk menabung di PT. Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan sebesar -0.108 . sebaliknya jika skor variabel lokasi menurun satu point maka akan diikuti dengan menurunnya minat nasabah untuk menabung di PT. Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan.

Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistic, t , terlihat bahwa lokasi memiliki nilai *probabilitas* 0.562 yang lebih kecil dari tingkat kepercayaan sebesar 0.05 ($0.562 > 0.05$). oleh sebab itu, maka hipotesis awal yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Artinya lokasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menabung di PT. Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan.

3. Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Nasabah

Dari hasil perhitungan koefisien regresi sebesar 0.008 menunjukkan apabila variabel pelayanan ditingkatkan sebesar satu point maka akan diikuti dengan meningkatkan minat nasabah untuk menabung di PT. Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan sebesar 0.008 sebaliknya jika skor variabel pelayanan menurun satu point maka akan diikuti dengan menurunnya Minat Nasabah untuk menabung di PT. Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan.

Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistic t , terlihat bahwa pelayanan memiliki nilai *probabilitas* 0.936 yang lebih kecil dari tingkat kepercayaan sebesar 0.05 ($0.936 > 0.05$). oleh sebab itu maka hipotesis awal yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Artinya pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Tabungan Negara Juanda Medan.

4. Pengaruh Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah

Dari hasil perhitungan koefisien regresi sebesar $0,088$ menunjukkan apabila variabel Bagi Hasil ditingkatkan sebesar satu point maka akan diikuti

dengan meningkatkan minat nasabah untuk menabung di PT. Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan sebesar 0,088. Sebaliknya jika skor variabel Bagi Hasil menurun satu point maka akan diikuti dengan menurunnya Minat Nasabah untuk menabung di PT. Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan.

Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistic t, terlihat bahwa Bagi Hasil memiliki nilai *probabilitas* 0.484 yang lebih kecil dari tingkat kepercayaan sebesar 0.05 ($0.484 > 0.05$). oleh sebab itu, maka hipotesis awal yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Artinya Bagi Hasil berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menabung di PT. Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan.

5. Pengaruh Produk terhadap Minat Nasabah

Dari hasil perhitungan koefisien regresi sebesar 0.359 menunjukkan apabila variabel produk ditingkatkan sebesar satu point maka akan diikuti dengan meningkatkan minat nasabah untuk menabung di PT. Bank Tabungan Negara Indonesia, Juanda Medan sebesar 0.359 Sebaliknya jika skor variabel produk menurun satu point maka akan diikuti dengan menurunnya Minat Nasabah untuk menabung di PT. Bank Tabungan Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan.

Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistic, t, terlihat bahwa produk memiliki nilai *probabilitas* 0,090 yang lebih kecil dari tingkat kepercayaan sebesar 0.05 ($0,090 > 0,05$). Oleh sebab itu, maka hipotesis awal yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Artinya Bagi Hasil tidak berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menabung di PT. Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan serangkaian analisis data dari bab sebelumnya diperoleh beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Dari hasil penelitian penulis menyimpulkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank secara persial dan simultan, dapat dijelaskan sebagai berikut:
Variabel promosi (X_1), Variabel lokasi (X_2), Variabel pelayanan (X_3), Variabel bagi hasil (X_4), Variabel produk (X_5), variabel-variabel tersebut secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Tabungan Neagara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan. Hasil dari perhitungan uji t variabel-variabel tersebut adalah t_{hitung} sebesar $1.509 > 0,05$ dan ($sig\ 0,144 < 2,06$). Sehingga H_0 ditolak sedangkan H_a diterima hal ini dapat disimpulkan bahwa pengujian ini sesuai dengan hipotesis pertama bahwa pengaruh signifikan antara faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim.
2. Dari hasil pengolahan data dapat disimpulkan faktor yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan dengan melihat pada uji regresi berganda dengan koefisien beta terhadap masing-masing variabel adalah faktor produk, hal ini dikarenakan produk Bank Tabungan Negara Indonesia, Tbk KCS Juanda Medan yang beragam sebesar 0,371 faktor selanjutnya adalah bagi hasil sebesar 0,161, Lokasi sebesar 0,016 Promosi sebesar -0,230, dan Pelayanan sebesar -0,133 yang mempunyai pengaruh dalam mempengaruhi minat nasabah non muslim. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis kedua sebab pada dugaan hipotesis kedua faktor paling dominan adalah promosi namun setelah pengujian ternyata faktor produk lah yang lebih dominan yang mempengaruhi minat masyarakat non muslim.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, maka diajukan beberapa saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan Bank Tabungan Negara KCS Juanda Medan, sebagai berikut.

1. Mengingat variabel yang paling tinggi mempengaruhi masyarakat non muslim menjadi nasabah Bank Tabungan Negara Indonesia KCS Juanda Medan adalah bagi hasil, hendaknya Bank Tabungan Negara Indonesia minimal tetap mempertahankan bagi hasil yang diberikan kepada nasabah agar nasabah tetap loyal pada bank tersebut.
2. Pelayanan kepada nasabah harus diperhatikan dan ditingkatkan lagi, sebab apabila nasabah mulai kecewa dengan pelayanan yang ada bisa jadi nasabah akan beralih ke bank lain. Ini bisa dilakukan dengan penambahan petugas counter pada jam-jam sibuk, fasilitas tempat parkir yang lebih luas dan berada ditempat yang teduh, dan juga meningkatkan penampilan serta sikap karyawan. Ini sangat penting karena pelayanan merupakan pelayanan merupakan variabel mempunyai pengaruh yang tidak terlalu tinggi jika dibandingkan dengan kelinma variabel lainnya.
3. Promosi dilakukan oleh bank sudah cukup baik, tetapi sebaiknya harus lebih ditingkatkan lagi agar masyarakat non muslim lebih bnyak lagi yang berminat untuk menabung di Bank Tabungan Negara Indonesia Tbk Juanda Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alicia. *Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia*. <http://koleksi-skripsi.blogspot.com/2008/07/gambaran-umum-bank-muamalat-indonesia.html> (Tanggal Akses : 1 April 2014)
- Al Arif, M. Nur Rianto, 2009. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Jakarta.
- Antonio, Muhammad Syafi'i 2001. *Bank Syariah dari Teori dan Praktek*. Gema Insani, Jakarta
- Aiyub : *Analisis Prilaku Masyarakat Terhadap Keinginan Menabung dan Memperoleh Pembiayaan Pada Bank Syariah di Naggroe Aceh Darussalam*. 2012. <http://Ebookily.Org/Pdf/Analisis-Prilaku-MasyarakaTerhadap-Keinginan-Menabung-Dan-39115014.Html> (Tgl Akses : 11 Maret 2014)
- Buchory dan DjaslimSaladin. *Dasar-dasar Pemasaran Bank*. H.
- Drs. H. Tohaputra, Ahmad : 1998, Al-Qur'an dan Terjemahnya.
- Evi Yupitri, Riani Linda Sari : *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Non-Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri di Medan*. 2012 <http://jurnal.usu.ac.id/index.php/edk/article/view/617/426> (Tgl Akses : 11 Maret 2014)
- Irwan hendi, *analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menabung pada bank mandiri syariah*, <http://lib.uin-malang.ac.id/didownload> 30 desember 2014
- Monang Ranto Tambunan dan Inggrita Gusti Sari Nasution : *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi keputusan Nasabah Menabung di Bank BCA Kota Medan (Studi Kasus Etnis China)*. 2013. <http://jurnal.usu.ac.id/index.php/edk/article/view/3166/1537> (Tgl Akses : 11 Maret 2014)
- Muhammad syafi'i Antonio, 2004 *bank syariah: dari teori ke praktek*, Jakarta: gema insane
- Mely piramida, 2012, *faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih produk mudharabah pada bank syariah mandiri kcp, harapan* <http://isjd.pdii.lipi.go.id/>. Didownload 30 desember 2012
- Muhammad yasin, 2009, *analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung pada PT. Bank riau cabang bangkinang*. Skripsi uinsuska riau www.BriSyariah.co.id
- Prianto duwu, 2008 *mandiri belajar spss*, Yogyakarta: media kom

- Karim, Adiwarmanto, 2006. *Bank Islam : Analisa Fiqih dan Keuangan*. Edisi Ketiga, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kertajaya, Herman dan M. Syakir Sula : 2006, *Syariah Marketing* (Bandung : Mizan Pustaka)
- Sudarsono, Heri, 2007. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Ekonosia Kampus Fakultas Ekonomi UUI, Yogyakarta.
- Stevanus, F : *faktor-faktor yang mempengaruhi Etnis China Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah dan implikasinya terhadap strategi pemasaran*. (ke-05), 2009. <http://skripsi.ilmiah.blogspot.com/2009/04/faktor-faktor-yangmempengaruhi-Etnis.06.html>. (Tgl Akses : 26 Maret 2014)
- Wilyono, Slamet, 2005. *Cara mudah memenuhi akuntansi perbankan syariah, berdasarkan PSAK dan PAFSI*. PT. Grasindo. Jakarta.