

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MINAT NASABAH NON-MUSLIM MENJADI NASABAH DI  
BANK SYARIAH  
(Studi Pada BPRS Gunung Slamet Cilacap)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Negeri Prof.  
K.H. Saifuddin Zuhri Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

**Oleh:**

**Rina Endah Stiyowati  
NIM. 1617202033**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rina Endah Stiyowati

NIM : 1617202033

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Pada BPRS Gunung Slamet Cilacap).

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 02 Juni 2023  
Saya yang menyatakan,



Rina Endah Stiyowati  
NIM.1617202033



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsoizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH  
NON MUSLIM MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH  
(STUDI PADA BPRS GUNUNG SLAMET CILACAP)**

Yang disusun oleh Saudara **Rina Endah Stiyowati NIM 1617202033** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **14 Juni 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.  
NIP. 19780716 200910 2 006

Sekretaris Sidang/Penguji

Shofiyulloh, M.H.I.  
NIP. 19870703 201903 1 004

Pembimbing/Penguji

Dr. H. Chandra Warsito S. TP., S.E., M.Si.  
NIP. 19790323 201101 1 007

Purwokerto, 16 Juni 2023



Menerima/Mengesahkan  
Dokumen

Dr. H. Jamil Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19771021 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN

Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

di-

Purwokerto.

**Assalamu'alaikum Wr.Wb.**

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Rina Endah Stiyowati 1617202033 yang berjudul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
NASABAH NON-MUSLIM MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH  
(Studi Pada BPRS Gunung Slamet Cilacap)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb.**

Purwokerto, 02 Juni 2023

Pembimbing,



**Dr. H. Chandra Warsito, S.E., S.TP., M.Si.**  
NIP. 197903232011011007

## **MOTO**

“Mencoba dan terus berusaha itu lebih baik, perkuat harapan dengan do’a kedapanya InsyaAllah Bisa”

~Rina Endah Stiyowati~



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
NASABAH NON-MUSLIM MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH  
(Studi Pada BPRS Gunung Slamet Cilacap)**

**Rina Endah Stiyowati**  
**NIM. 1617202033**

**ABSTRAK**

Perbankan syariah merupakan alternative dari sitem perbankan konvensional yang di harapkan dapat menggerakkan sector rill (*moneter based economy*), oleh karena itu bank syariah memerlukan pengaturan khusus. Aturan itu harus dapat menampung berbagai kepentingan tidak hanya untuk umat Islam melainkan mencakup non Muslim juga. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan di antaranya konsumsi, pendapatan, produk atau jenis tabungan, lokasi, pelayanan, kesadaran masyarakat dan promosi yang didalamnya juga terdapat faktor religious stimuli yang merupakan faktor pengetahuan dan pengalaman keberagaman yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu tindakan ekonomi. Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi minat menjadi nasabah pada sebuah bank yaitu repitulasi. Karena sesuatu bank yang memiliki repitulasi yang baik akan lebih dipercayai oleh nasabahnya. Pengaplikasian sistem profit sharing juga menjadi faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan karena data yang diperoleh berasal dari pengamatan langsung pada nasabah non muslim yang ada pada BPRS Gunung Slamet Cilacap. Sumber data yang peneliti dapatkan berasal dari data primer dan data sekunder. Adapun teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode angket, wawancara, dokumentasi, dan observasi. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen (X) yang terdiri dari lokasi, pelayanan, religious stimuli, repitulasi, profit sharing dan promosi. Sedangkan variabel dependennya (Y) yaitu minat nasabah

Hasil penelitian yang dilakukan pada nasabah non muslim yang ada pada BPRS Gunung Slamet Cilacap bahwa variabel lokasi dan profit sharing berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah BPRS Gunung Slamet Cilacap. Sedangkan variabel pelayanan, religious stimuli, repitulasi dan promosi tak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap minat non muslim pada nasabah BPRS Gunung Slamet Cilacap.

**Kata kunci : Analisis faktor, minat dan nasabah non muslim.**

**ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING INTEREST  
NON-MOSLIM CUSTOMERS BECOME CUSTOMERS IN SHARIA  
BANK  
(Study at BPRS Gunung Slamet Cilacap)**

**Rina Endah Stiyowati  
NIM. 1617202033**

***ABSTRACT***

Islamic banking is an alternative to the conventional banking system which is expected to drive the real sector (monetary based economy), therefore Islamic banks require special arrangements. The regulation must be able to accommodate various interests not only for Muslims but also include non-Muslims. Factors that affect people's interest in using banking services include consumption, income, product or type of savings, location, service, public awareness and promotions, which also include religious stimuli, which are knowledge factors and diversity experiences that encourage someone to do something. economic action. Another factor that can influence interest in becoming a customer at a bank is reputation. Because a bank that has a good reputation will be more trusted by its customers. The application of the profit sharing system is also a factor influencing customers to use Islamic banking services.

This research is a field research because the data obtained came from direct observations of non-Muslim customers at BPRS Gunung Slamet Cilacap. The data sources that the researchers got came from primary data and secondary data. As for data collection techniques using questionnaires, interviews, documentation, and observation. In this study there are two variables, namely the independent variable (X) which consists of location, service, religious stimuli, reputation, profit sharing and promotion. Meanwhile, the dependent variable (Y) is customer interest

The results of research conducted on non-Muslim customers at BPRS Gunung Slamet Cilacap show that location and profit sharing variables have a significant effect on customer interest at BPRS Gunung Slamet Cilacap. While the service variables, religious stimuli, repetition and promotions have no significant effect on the interest of non-Muslims in BPRS Gunung Slamet Cilacap customers.

**Keywords: Factor analysis, interest and non-Muslim customers.**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Penerjemahan kata-kata Arab yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.158/1987 dan No.:0543b / U / 1987.

Huruf arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba <sup>‘‘</sup>		Be
ت	Ta <sup>‘‘</sup>		Te
ث	ša		Es (dengan titik diatas)
ج	Jim		Je
ح	ḥ		Ha (dengan titik diatas)
خ	Kha <sup>‘‘</sup>		ka dan ha
د	dal		de
ذ	zal		Za (dengan titik diatas)
ر	Ra <sup>‘‘</sup>		Er
ز	Zai		Ze
س	Sin		Es
ش	Syin		es dan ye
ص	ṣad		es (dengan titik diatas)
ض	d <sup>‘‘</sup> ad		de (dengan titik diatas)
ط	ṭa <sup>‘‘</sup>		te (dengan titik diatas)
ظ	ẓa <sup>‘‘</sup>		zet (dengan titik diatas)
ع	„ain		Koma terbalik di atas
غ	gain		Ge
ف	fa <sup>‘‘</sup>		Ef

ق	Qaf		Qi
ك	kaf		Ka
ل	lam		„el
م	mim		„em
ن	Nun		„en
و	waw		W
هـ	Ha“		Ha
ء	Hamzah		Aprofrot
ي	Ya“		Ye

**Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap**

متعددة	Ditulis	<i>Muta“addidah</i>
عدة	Ditulis	„ <i>Iddah</i>

**Ta’marbutah diakhir maka ditulis h**

حكمة	Ditulis	„ <i>Hikmah</i>
حزبية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(kata-kata ini tidak berlaku pada kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia seperti zakat, sholat dan lain sebagainya kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya

a. Apabila diikuti dengan kata sandang al serta kedua bacaan itu terpisah maka ditulis dengan h

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karomah al-auliya</i>
----------------	---------	--------------------------

b. Bila ta marbutah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah, atau d’ammah ditulis dengan t

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

### Vokal Pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U

### Vokal Panjang

1	Fathah + alif جهلية	Ditulis	<i>a Jahiliyah</i>
2	Fathah + ya“ mati تنسي	Ditulis	<i>a tansa</i>
3	Kasrah + ya“ mati كريم	Ditulis	<i>i karim</i>
4	Dhammah + wawu mati فروء	Ditulis	<i>u furud</i>

### Vokal Rangkap

1	Fathah + ya“ mati بينكم	Ditulis	<i>ai bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati قول	Ditulis	<i>au qaul</i>

### Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah dengan aproftrof

أأنتم	Ditulis	<i>a“antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u“iddat</i>
لغن شكرتم	Ditulis	<i>la“in syakartum</i>

### Kata Sandang Alif + Lam

#### a. Huruf Qomariyah

القران	Ditulis	<i>al-Qur“an</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

b. Huruf Syamsiah

السماء	Ditulis	<i>as-Sama</i> “
الشمسي	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

**Penulisan kata-kata dalam rangkian kalimat.**

Ditulis sesuai pengucapan.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada BPRS Gunung Slamet Cilacap)”. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, saya ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulisan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag, Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M. Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Chandra Warsito, S.E., S.TP., M.Si, Sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si. Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

9. Teruntuk kepada kedua orang tua yang saya cintai, terimakasih yang tiada henti selalu memberikan kasih sayang, kebahagiaan, dukungan, motivasi, dan do'a terbaik untuk anak-anaknya.
10. Terimakasih teruntuk kepada suamiku tercinta dan tersayang, yang selalu memberikan semangat, dukungannya kepada saya.
11. Terimakasih untuk teman-teman angkatan 2016 Perbankan Syariah.

Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebut satu persaru. Dengan kekurangan dan keterbatasan penulis, jika ada kesalahan dan kekurangan, maka penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya.

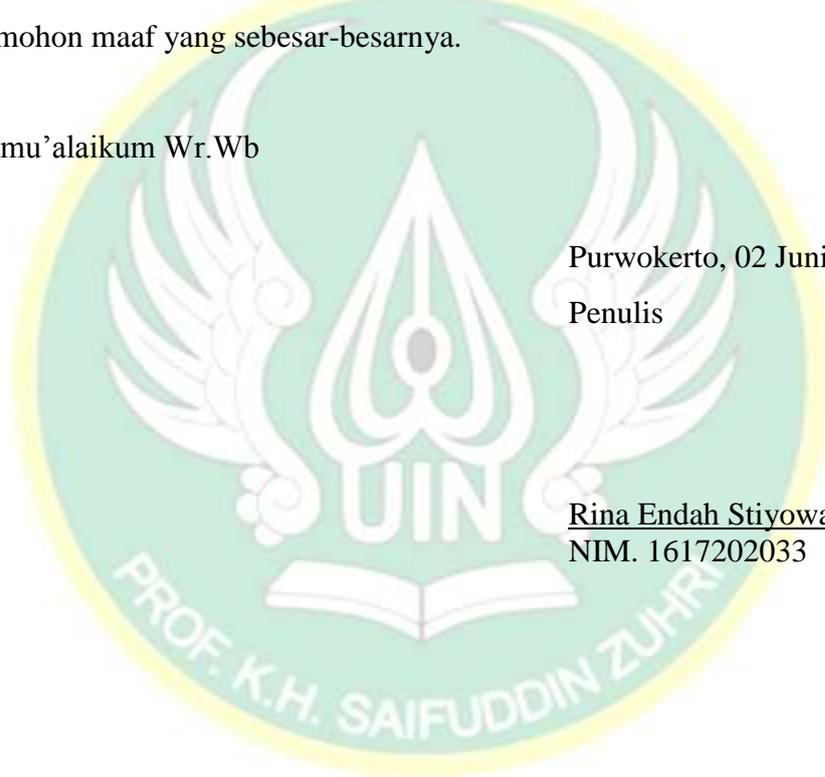
Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 02 Juni 2023

Penulis

Rina Endah Stiyowati

NIM. 1617202033



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Alloh SWT yang selalu menyertai penulis dengan setiap langkah dan tindakan dalam kebaikan, sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan setulus hati untuk sebuah karya yang sederhana ini akan penulis persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya Bapak H. Moch Syaebani, dan Ibu Hj. Liyanti, beserta Suamiku tersayang, tercinta, serta kakak-kakak saya dan keluarga besar penulis. Berkat do'a, dukungan, perjuangan serta keikhlasan nasehat dan supportnya serta kasih sayangnnya setiap hari yang tak henti-hentinya kepada putramu ini yang telah menyelesaikan tugas studinya. Semoga Bapak dan Ibu selalu dalam lindungan Alloh SWT dan selalu diberikan kesehatan dan dimudahkan rezekinya, Aamiin.

Berkat do'a dari keluarga besar penulis beserta suami yang selalu memberikan dukungan dan semangat serta memotivasi penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir, akhirnya penulis dapat menyelesaikan massa studinya sebagaimana keinginan kalian semua. Terimakasih Bapak H. Moch Syaebani, dan Ibu Hj. Liyanti. Anakmu selalu mendoakan yang terbaik untuk bapak dan ibu.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACK .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
D. Sistematika Pembahasan.....	9
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Kajian Pustaka .....	11
B. Bank Syariah.....	16
1. Pengertian Bank Syariah.....	16
2. Tujuan Bank Sariah .....	17
3. Fungsi dan Peran Bank Syariah .....	18
4. Struktur Organisasi Bank Syariah.....	18
C. Teori Bunga dan Riba .....	20
1. Pengertian Bunga dan Riba.....	20
2. Macam-Macam Riba.....	21
D. Minat.....	22
1. Pengertian Minat.....	22

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	22
E. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah .....	23
1. lokasi .....	23
a. Pengertian Lokasi .....	23
b. Menentukan Lokasi.....	23
2. Pelayanan .....	24
a. Pengertian Pelayanan .....	24
b. Dimensi pelayanan.....	25
3. Religius Stimuli .....	27
a. Pengertian religius stimuli .....	27
b. Dimensi religius stimuli.....	27
4. Reputasi .....	28
a. Pengertian Reputasi .....	28
5. <i>Profit Sharing</i> (Bagi Hasil).....	29
a. Pengertian <i>Profit Sharing</i> (Bagi Hasil).....	29
6. Promosi .....	31
a. Pengertian Promosi .....	31
b. Fungsi Promosi .....	32
c. Tujuan Promosi.....	33
d. Jenis-Jenis Promosi.....	34
7. Hipotesis .....	35

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	36
D. Sumber Data .....	36
E. Populasi dan Sampel.....	37
F. Variabel dan Indikator Penelitian .....	38
G. Teknik Pengumpulan Data.....	41
H. Teknik Analisi Data .....	43

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum BPRS Gunung Slamet Cilacap .....	49
B. Visi Misi BPRS Gunung Slamet Cilacap.....	50
C. Struktur Organisasi BPRS Cilacap.....	51
D. Produk BPRS Gunung Slamet Cilacap .....	52
1. Produk penghimpunan data.....	52
2. Produk pelayanan data ( <i>Financing</i> ).....	55
E. Karakteristik Responden .....	58
F. Pengembangan Instrumen .....	60
1. Uji Validitas Variabel X.....	60
2. Uji Validitas Variabel Y.....	64
3. Uji Realibilitas Variabel X .....	65
4. Uji Realibilitas Variabel Y .....	68
G. Teknik Analisis Data.....	69
1. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik .....	69
a. Uji Normalitas .....	69
b. Uji Multikolinearitas .....	70
c. Uji Autokorelasi .....	71
d. Uji Heterokedasitas .....	72
2. Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	73
3. Uji Koefesien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F).....	75
4. Uji Koefesien Regresi Parsial (Uji t).....	76

## **BAB V : PENUTUP**

a. Kesimpulan .....	79
b. Saran .....	80

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

- Tebael 4.1 Hasil Data Karakteristik Responden
- Tebael 4.2 Hasil Uji Validitas  $X_1$  (Lokasi BPRS Gunung Slamet Cilacap)
- Tebael 4.3 Hasil Uji Validitas  $X_2$  (Pelayanan BPRS Gunung Slamet Cilacap)
- Tebael 4.4 Hasil Uji Validitas  $X_3$  (Religius Stimuli BPRS Gunung Slamet Cilacap)
- Tebael 4.5 Hasil Uji Validitas  $X_4$  (Reputasi BPRS Gunung Slamet Cilacap)
- Tebael 4.6 Hasil Uji Validitas  $X_5$  (Profit Sharing BPRS Gunung Slamet Cilacap)
- Tebael 4.7 Hasil Uji Validitas  $X_6$  (Promosi BPRS Gunung Slamet Cilacap)
- Tebael 4.8 Hasil Uji Validitas  $Y$  (Minat Nasabah BPRS Gunung Slamet Cilacap)
- Tebael 4.9 Hasil Uji Realibitas Lokasi BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_1$ )
- Tebael 4.10 Hasil Uji Realibitas Pelayanan BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_2$ )
- Tebael 4.11 Hasil Uji Realibitas Religius Stimuli BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_3$ )
- Tebael 4.12 Hasil Uji Realibitas Reputasi BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_4$ )
- Tebael 4.13 Hasil Uji Realibitas Profit Sharing BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_5$ )
- Tebael 4.14 Hasil Uji Realibitas Promosi BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_6$ )
- Tebael 4.15 Hasil Uji Realibitas Minat Nasabah BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $Y$ )
- Tebael 4.16 Hasil Uji Normalitas
- Tebael 4.17 Hasil Uji Multilinearitas
- Tebael 4.18 Hasil Uji Autokorelasi
- Tebael 4.19 Hasil Uji Heteroskadastisitas
- Tebael 4.20 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
- Tebael 4.21 Hasil Uji F
- Tebael 4.22 Hasil Uji t

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan sebuah lembaga yang melakukan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, menyalurkan uang, dan memberikan pelayanan pengiriman uang. Pada dasarnya tiga fungsi tersebut sudah dilaksanakan pada zaman Rasulullah SAW. Dalam sejarah perekonomian kaum muslim, pembiayaan yang dilakukan dengan akad yang sesuai dengan syariah telah menjadi bagian dari tradisi umat islam sejak zaman Rasulullah SAW, kegiatan – kegiatan seperti menerima penitipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumtif dan bisnis, serta melakukan pengiriman uang (Mardani, 2017).

Kegiatan operasional perbankan syariah di Indonesia dimulai pada tahun 1992 melalui pendirian PT Bank Muamalat Indonesia. Perkembangan perbankan syariah berjalan semakin cepat dibandingkan dengan bank konvensional sejak tahun 2000-an. Semakin melesatnya perbankan syariah di Indonesia saat ini di dukung dengan adanya badan hukum yang didasarkan pada Undang – Undang No 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang kemudian diperbarui dengan Undang – Undang No. 10 Tahun 1998 dan diperbarui lagi pada tahun 2008 dengan lahirnya Undang – Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah (Muhammad, 2011).

Perbankan syariah berkembang tidak hanya di Negara – Negara muslim saja namun juga berkembang dengan cepat di Negara Eropa yang mayoritas penduduknya menganut agama non-Muslim. Inggris merupakan Negara yang paling aktif dalam perkembangan perbankan syariah. Inggris memanfaatkan maraknya perbankan syariah dan saat ini Inggris memosisikan diri untuk menjadi pusat keuangan Islam. Laporan yang dibuat oleh *International Financial Service London* mengungkapkan bahwa perbankan Islam di Inggris pada saat ini sudah lebih besar dari Pakistan (Sjahdein, 2014).

Perbankan syariah sebagai alternatif dari sistem perbankan konvensional yang diharapkan dapat menggerakkan sektor riil (*moneter based economy*), karena itu bank syariah memerlukan pengaturan khusus. Aturan tersebut harus dapat menampung berbagai kepentingan tidak hanya umat Islam melainkan non muslim juga (Mawaddah, 2019).

Bank syariah dalam menjalankan usahanya tidak dapat dipisahkan dari konsep – konsep syariah yang mengatur produk dan operasionalnya. Adanya perbedaan sistem, prinsip, dan jasa – jasa yang diberikan oleh perbankan syariah dan perbankan konvensional kenyataannya tidak hanya menarik untuk masyarakat Muslim saja, melainkan sebagian masyarakat non-Muslim juga tertarik untuk menjadikan dirinya sebagai nasabah di Bank syariah. Hal ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perbankan syariah.

Tidak ada aturan yang menyatakan perbankan syariah hanya untuk nasabah muslim. Sistem bank bebas bunga atau biasa disebut bank syariah, memang diberlakukan untuk seluruh kalangan, Muslim maupun non-Muslim. Sesuai dengan landasan Islam yang “*Rahmatan Lil Alamin*”, berdiri untuk melayani masyarakat banyak tanpa membedakan keyakinan yang dianut (Muhammad, 2005).

Tidak hanya regulasi dukungan dari pemerintah saja, keberhasilan sistem keuangan syariah juga didukung dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan. Lembaga keuangan syariah ini merupakan alternatif untuk masyarakat yang mulai jenuh dengan ekonomi kapitalis. Berkaca dari fenomena ini, masyarakat mulai sadar bahwa bank – bank konvensional yang ada saat ini tidak bisa menjadi solusi terbaik dari masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Sehingga masyarakat mulai melirik kembali terkait larangan riba, dan mulai tertarik untuk menjadi nasabah di bank syariah. Perbankan syariah yang merupakan badan usaha yang fungsinya sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan penyalur dana untuk masyarakat, dengan sistem dan mekanismenya sesuai dengan hukum Islam yang telah diatur dalam Al-Qur’an dan Hadits (Usman, 2002).

Salah satu alasan masyarakat muslim menggunakan jasa perbankan syariah yaitu menganggap bunga merupakan riba. Lebih tegas telah dipaparkan dalam Al-Qur'an pada surat Al Baqarah ayat 278-279.

Larangan riba nyatanya tidak berlaku hanya untuk kaum muslim saja, melainkan jauh sebelum islam ada di India Kuno, hukum yang berdasarkan Weda, kitab suci tertua orang hindu, mengecap riba sebagai dosa besar dan melarang operasi bunga. Pada agama Kristen, restriksi keras atas riba yang berlaku selama lebih dari 1400 tahun. Dalam konteks ini bisa disimpulkan bahwa penarikan bunga dalam apapun dilarang (Alguad, 2003).

Mengutip dari bukunya M. Syafi'i Antonio yang berjudul "*Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*" menyatakan bahwa : Orang – orang yahudi dilarang mempraktekan pengambilan bunga. Larangan ini banyak terdapat pada kitab mereka, baik dalam *Old Testament* (perjajian lama) maupun undang – undang Talmud.

Kitab Deuteronomy (ulangan) pasal 23 ayat 19 menyatakan:

*"janganlah engkau membungakan uang pada sodaramu, baik uang maupun bahan makanan, atau apapun yang dapat dibungakan"* (Antonio, 2001).

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah. Pengambilan keputusan dari nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah merupakan hal yang sangat penting untuk manajemen perbankan demi kelangsungan dan eksistensi lembaga tersebut. Faktor – faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan diantaranya konsumsi, pendapatan, produk, atau jenis tabungan, lokasi, pelayanan, kesadaran masyarakat dan promosi. Di dalamnya juga terdapat faktor *religijs stimuli* yang merupakan faktor pengetahuan dan pengalaman keberagamaan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan ekonomi.

Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi minat menjadi nasabah pada sebuah bank yaitu reputasi. Karena suatu bank yang memiliki reputasi

yang baik akan lebih dipercayai oleh nasabahnya. Suatu bank yang dianggap memiliki reputasi yang baik apabila bank tersebut diakui dan dipercaya sebagai perusahaan jasa dengan nama baiknya dimata masyarakat. Pengaplikasian perbankan syariah menggunakan sistem *profit sharing* (bagi hasil), sepertinya menjadi jalan keluar untuk masyarakat bisnis. Jika dalam ekonomi konvensional menggunakan sistem bunga, berbeda dengan ekonomi Islam yang menggunakan sistem *profit sharing* (bagi hasil) (). Promosi juga merupakan faktor yang penting untuk menarik minat masyarakat dalam menentukan menggunakan jasa perbankan syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Bank Indonesia Tahun 2000 membagi faktor yang mempengaruhi *Bank Customer's Decisions Process* yaitu (1) *Marketing Stimuli (Product, Price, Promotion, Pleace)*; (2) *Other Stimuli (Economy)*; dan (3) *Bank Customer's Characteristics (Cultural, Social, Personal, Psychological)*. Bagi responden yang sudah menjadi nasabah bank syariah, baik secara penuh (58,3%) maupun secara sebagian (25%). Faktor – faktor yang mempengaruhi masyarakat individu untuk memilih bank syariah antara lain; (1) Informasi dan Penilaian, (2) Humanisme dan Dinamis, (3) Ukuran dan Fleksibilitas Pelayanan, (4) Kebutuhan, (5) Lokasi, (6) Keyakinan dan Sikap, (7) Materialisme, (8) Keluarga, (9) Peran dan Status, (10) Kepraktisan dalam menyimpak kekayaan, (11) Perilaku Pasca Pembelian, (12) Promosi Langsung, dan (13) Agama (Mahmudah, 2009).

Situasi diatas dapat dikaitkan dengan minat nasabah non muslim yang memilih menjadi nasabah di bank syariah. Perbankan syariah saat ini bukan lagi menjadi kebutuhan masyarakat Indonesia saja, melainkan masyarakat internasional seperti Negara – Negara non muslim.

BPRS Gunung Slamet Cilacap merupakan bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah yang kedua berdiri di kota Cilacap. Pendirian BPRS Gunung Slamet Cilacap diprakarsai oleh putra daerah yang berkeinginan untuk mengembangkan usaha ekonomi masyarakat kecil-mikro di wilayah Cilacap berdasarkan prinsip syariah. Menyadari

kebutuhan akan layanan transaksi perbankan secara syariah oleh masyarakat Cilacap, karena pada waktu itu (Tahun 2010) hanya ada 2 (dua) bank umum syariah yaitu Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri serta 2 (dua) BPRS Suriyah dan BPRS Bumi Artha Sampang, ditengah – tengah ramai dan luasnya layanan transaksi perbankan konvensional, baik bank umum maupun Bank Perkreditan Rakyat

BPRS Gunung Slamet Cilacap mulai beroperasi pada 11 Februari 2010 yang berlokasi di Jl. Dr Wahidin No. 34 Cilacap. Dengan 10 tahun perjalanannya, BPRS Gunung Slamet sudah mendapatkan penghargaan BPRS terbaik peringkat 10 nasional pada tahun 2013, tingkat 13 nasional pada tahun 2014, sempat menurun pada tahun 2014 membuat BPRS Gunung Slamet Cilacap berusaha semakin keras, dan pada tahun 2016 dan 2017 BPRS Gunung Slamet berhasil mendapatkan penghargaan peringkat 3 nasional sebagai BPRS terbaik (Dokumen BPRS Gunung Slamet Cilacap). BPRS Gunung Slamet Cilacap sudah menjalankan kegiatan perbankan dengan menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan melalui pembiayaan (bprsgunungslamet, 2022).

Dalam penelitian ini, penulis memilih BPRS Gunung Slamet Cilacap sebagai obyek penelitian, karena BPRS Gunung Slamet merupakan salah satu perusahaan perbankan yang menggunakan sistem syariah. BPRS Gunung Slamet Cilacap juga merupakan lembaga keuangan syariah yang berdiri kedua di kota Cilacap. Dalam perjalanannya yang tergolong masih baru, pertumbuhan nasabah di BPRS Gunung Slamet Cilacap selama 10 tahun ini menunjukkan peningkatan yang sangat bagus, tidak hanya kaum muslim saja, namun juga nasabah non muslim. Hal ini ditunjukkan dengan terus meningkatnya jumlah nasabah dan perluasan jaringan dengan menambah kantor cabang dan beberapa kantor kas.

**Perkembangan Nasabah di BPRS Gunung Slamet Cilacap  
Periode 2017 sampai dengan 2019**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>	<b>Jumlah Nasabah Non Muslim</b>
2017	1.732	143
2018	1.893	169
2019	2.600	233

*Sumber: Dokumen BPRS Gunung Slamet Cilacap 2017 - 2019*

Dari tabel diatas menunjukkan adanya penambahan jumlah nasabah yang cukup banyak selama 3 tahun berturut - turut yaitu tahun 2017 jumlah nasabah 1.732 dengan nasabah non muslim sebanyak 143. Tahun 2018 jumlah nasabah meningkat menjadi 1.893 dan nasabah non muslim sebanyak 169. Dan tahun 2019 juga meningkat menjadi 2.600 nasabah dan 233 nasabah non muslim.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa minat nasabah non muslim menjadi nasabah di BPRS Gunung Slamet Cilacap mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan adanya faktor lokasi kantor BPRS Gunung Slamet Cilacap yang cukup strategis, karena dekat dengan lokasi pemerintah, banyaknya jumlah industri yang berada di sektor bank, dalam pusat perbelanjaan dan dekat dengan nasabah. Faktor pelayanan juga menjadi faktor minat nasabah non muslim menjadi nasabah di BPRS Gunung Slamet Cilacap, dengan pelayanan yang ramah dan penyampaian informasi yang mudah dimengerti nasabah. Selain itu *religius stimuli* juga termasuk dalam faktor minat nasabah mengambil keputusan menggunakan jasa perbankan syariah dengan pemahaman produk dan ketaatan terhadap agama yang ada pada diri nasabah. Tidak hanya itu reputasi juga menjadi pendorong minat nasabah dalam memilih bank syariah, dengan nama baik yang dimiliki oleh bank membuat nasabah semakin yakin menggunakan jasa perbankan syariah. Profit sharing menjadi faktor ke lima dalam minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah karena nisbah bagi hasilnya yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Dan faktor yang terakhir yaitu faktor promosi yang dilakukan oleh BPRS Gunung Slamet Cilacap untuk menarik minat nasabah dengan melalui media yang digunakan dalam promosi, seperti media

elektronik, mulut ke mulut nasabah ke calon nasabah, brosur dan lain sebagainya.

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka menjadi alasan penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada BPRS Gunung Slamet Cilacap).**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan di atas maka pokok permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah faktor lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah bank syariah?
2. Apakah faktor pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah?
3. Apakah faktor *Religius Stimuli* berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah?
4. Apakah faktor reputasi berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah?
5. Apakah faktor *profit sharing* berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah?
6. Apakah faktor promosi berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah?
7. Apakah faktor lokasi, pelayanan, *religius stimuli*, reputasi, *profit sharing*, dan promosi secara bersama – sama berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah faktor lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah?

2. Untuk mengetahui apakah faktor pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah?
3. Untuk mengetahui apakah faktor *religius stimuli* berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah?
4. Untuk mengetahui apakah faktor reputasi berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah di bank syariah?
5. Untuk mengetahui apakah faktor *profit sharing* berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah di bank syariah?
6. Untuk mengetahui apakah faktor promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah di bank syariah?
7. Untuk mengetahui apakah faktor lokasi, pelayanan, *profit sharing*, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah.

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain:

1. Secara Akademis
  - a. Sebagai sarana untuk menambah wawasan keilmuan dan dapat digunakan sebagai masukan dan referensi bagi pihak – pihak yang melakukan penelitian serupa.
  - b. Menambah ilmu pengetahuan ekonomi khususnya ekonomi islam dalam bidang perbankan syariah.
2. Secara Praktis
  - a. Bagi pihak perbankan, dapat dijadikan informasi bagi manajemen bank khususnya dalam menarik minat nasabah.
  - b. Bagi penulis, hasil dari penelitian ini memberikan motivasi dan pengetahuan lebih dalam lagi tentang perbankan syariah khususnya dalam minat bertransaksi nasabah non muslim pada perbankan syariah.
  - c. Bagi semua kalangan masyarakat, apa yang dihasilkan dari penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dan referensi bahwa semua

kalangan baik muslim maupun non muslim dapat menjadi nasabah pada perbankan syariah Islam.

#### **D. Sistematika Pembahasan**

Adapun sistematika pembahasan ini merupakan kerangka skripsi yang maksudnya memberi petunjuk mengenai pokok – pokok permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini. Sistematika ini terdiri dari tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir.

Pada bagian awal terdiri dari halaman judul, pernyataan keaslian, halaman pengesahan, halaman nota pembimbing, abstrak, halaman moto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel. Serta daftar lampiran – lampiran.

#### **BAB I : Pendahuluan**

Terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka serta sistematis pembahasan

#### **BAB II : Tinjauan Pustaka**

Menguraikan tentang landasan teori yang berkaitan tentang topik penelitian, pembahasan hasil – hasil penelitian sebelumnya yang menjadi acuan dalam penyusunan skripsi ini, kerangka pemikiran yang menerangkan secara ringkas tentang pengertian bank syariah, bunga, minat, lokasi, pelayanan, religius stimuli, profit sharing, dan promosi serta penerapan beberapa penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis, model penelitian dan hipotesis.

#### **BAB III : Metode Penelitian**

Dalam Bab III ini diuraikan tentang jenis penelitian dan sumber data, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, operasionalisasi variabel penelitian serta teknik analisis data yang digunakan oleh penulisan.

**BAB IV : Pembahasan**

Merupakan bab dimana peneliti akan mengolah data yang telah diperolehnya. Yang akan diuraikan dalam bab ini meliputi deskripsi obyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V : Penutup**

Merupakan titik terakhir dalam sebuah penelitian. Bab ini akan menguraikan tentang kesimpulan dan hasil penelitian, keterbatasan pada penelitian serta saran yang diberikan berkaitan dengan penelitian dan penutup.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Pustaka**

Hasil penelitian terdahulu yang relevan digunakan untuk membantu peneliti mendapatkan gambaran penelitian ini serta membantu dalam membuat kerangka berfikir. Disamping itu, penelitian terdahulu juga membantu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian sebelumnya sebagai kajian untuk mengembangkan wawasan berfikir peneliti.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Machmudah (2009) bahwa faktor lokasi, pelayanan, *religius stimuli*, reputasi, *profit sharing* dan promosi secara *parsial* dan simultan masing – masing mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah dan secara bersama – sama memberikan kontribusi terhadap meningkatnya minat nasabah di bank CIMB Niaga Syariah cabang Semarang.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Sarah (2017) menunjukkan faktor bagi hasil, faktor promosi, faktor produk, dan faktor persepsi mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah dengan memiliki nilai korelasi yang cukup, diatas 0,5. Metode penelitiannya menggunakan analisis faktor.

Hasil penelitian Apriyantini (2014) menunjukkan bahwa faktor promosi, fasilitas, reputasi, pelayanan, ekonomis dan agamis mempengaruhi nasabah non muslim menjadi nasabah di bank BRI Syariah cabang Yos Sudarso. Namun faktor yang paling dominan diantara faktor tersebut yaitu faktor ekonomi.

Penelitian yang dilakukan oleh Maryani (2005) dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 nasabah dan analisis yang digunakan yaitu berganda, uji hipotesis yakni uji t, uji f dan koefisien determinasi juga uji reliabilitas dan validitas untuk menguji kuesioner. Pengolahan datanya menggunakan SPSS 11.5 *for windows*. Dari hasil penelitian pelayanan

merupakan faktor dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Perhitungan uji f sebesar 17,447 artinya bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel produk, lokasi, reputasi, dan pelayanan secara simultan terhadap nasabah dalam memilih bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Mustaqim (2006) Menunjukkan bahwa *profit sharing*, atribut keagamaan dan tokoh agama berpengaruh signifikan terhadap motivasi nasabah berafiliasi. Hal ini ditunjukkan dengan hasil 42,27% (*profit sharing*).

Penelitian yang dilakukan oleh Maysaroh (2014) bahwa faktor budaya, psikologi, lokasi dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah. Variabel yang paling berpengaruh adalah promosi dan pengaruh terkecil yaitu variabel psikologi. Serta tidak ada pengaruh dari produk, fasilitas, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Dari penelitian Fitriani (2012) Menunjukkan bahwa dari 18 variabel maka terbentuk 3 (tiga) faktor yang mempengaruhi yaitu faktor pribadi dan psikologi, faktor sosial dan budaya, faktor pemasaran. Variabel yang paling dominan yaitu faktor pribadi dan psikologi. Dengan demikian faktor yang dipertimbangkan dalam memilih jasa bank syariah yaitu faktor pribadi dan psikologi, faktor sosial budaya, serta faktor pemasaran.

### Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Hasil	Persamaan Perbedaan
Rifa'atul Machmudah, (2009) IAIN Walisongo Semarang	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)	Secara <i>parsial</i> dan <i>simultan</i> variabel lokasi, pelayanan, <i>religius stimuli</i> , reputasi, <i>profit sharing</i> , dan promosi, secara sendiri – sendiri mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah cabang semarang, dan secara bersama – sama memberikan kontribusi terhadap meningkatnya minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank CIMB Niaga Syariah cabang Semarang.	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama – sama menganalisis nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah. Perbedaannya terdapat pada pengambilan sampel, pada penelitian yang dilakukan oleh Rifa'atul untuk mengambil sampel hanya menggunakan standar minimum untuk dijadikan sampel.
Siti Sarah, (2017) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta	Analisi Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Bank BCA Syariah Cabang Jatinegara	Dari penelitian ini menunjukkan faktor bagi hasil, faktor promosi, faktor produk, dan faktor persepsi. Keenam faktor ini yang mempengaruhi	Persamaan dalam penelitian ini yaitu membahas tentang nasabah non muslim yang menjadi nasabah di

		minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank BCA Syariah karena memiliki nilai korelasi cukup di atas angka 0,5.	bank syariah. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian, penelitian yang dilakukan menggunakan analisis faktor dan perbedaan lainnya terletak pada variabel yang digunakan.
Marlina Ayu Apriyantini, (2014) Universitas Negeri Yogyakarta	Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor promosi, fasilitas, reputasi, pelayanan, ekonomis dan agamis mempengaruhi nasabah non muslim menjadi nasabah di BRIS, tetapi faktor ekonomi menjadi alasan paling dominan bagi nasabah non muslim menjadi nasabah di BRIS Cabang Yos Sudarso.	Persamaan dari penelitian ini yaitu membahas nasabah non muslim yang menjadi nasabah di bank syariah. Perbedaannya terletak pada variabel ekonomis
Iis Maryani, (2005),UNDIP Semarang	Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan	Faktor Produk, Lokasi, Reputasi dan pelayanan dari	Persamaan untuk penelitian ini yaitu minat

	Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri	hasil uji t menunjukkan bahwa masing – masing variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y.	nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah Perbedaannya terletak pada variabel produk.
Yunus Mustaqim, (2006) STAI Kudus	Motivasi Nasabah Non Muslim Berafiliasi di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus di BMT Bina Ummat Sejahtera Lasem).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>profit sharing</i> , atribut keagamaan dan tokoh agama berpengaruh signifikan terhadap motivasi nasabah berafiliasi. Hal ini ditunjukkan dengan hasil 47,27% ( <i>Profit Sharing</i> ).	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama – sama meneliti nasabah non muslim yang menjadi nasabah di bank syariah Perbedaannya pada obyek penelitian.
Damayanti Maysaroh, (2014) UIN Sunan Kalijaga	Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah	Faktor Budaya, Psikologi, Lokasi, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan	Persamaan dengan penelitian ini adalah variabel yang digunakan yaitu faktor lokasi dan faktor promosi Perbedaannya yaitu pada obyek penelitian
Eris Tri Kurniawati, (2012) Universitas Muhammadiyah	Analisi Pengaruh Profitabilitas Sistem Bagi Hasil Dan	Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Eris, terdapat pengaruh	Persamaan dengan penelitian ini yaitu ingin mengetahui

Malang	Kualitas Layanan Bank Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi (Studi Kasus Pada Bank Muammalat Cabang Malang)	positif signifikan antara profitabilitas sistem bagi hasil dan kualitas layanan bank terhadap minat nasabah untuk berinvestasi.	pengaruh profitabilitas sistem bagi hasil dan kualitas layanan terhadap minat nasabah Perbedaan dalam terdapat pada metode penelitian yang digunakan.
--------	---	---	---

## B. Bank Syariah

### 1. Pengertian Bank Syariah

Menurut Muhammad (2002), Bank syariah adalah bank dengan segala aktivitas yang meninggalkan riba. Bank syariah atau bank Islam yaitu bank yang menjalankan operasinya tidak mengandalkan dengan sistem bunga (Muhammad, 2002). Perbankan syariah merupakan bank yang menawarkan pelayanan untuk memberikan kredit atau jasa – jasa dalam transaksi pembayaran termasuk peredaran uang dengan menggunakan prinsip – prinsip syariah Islam. Dari pengertian di atas bank Islam atau bank syariah yaitu lembaga keuangan yang usaha pokoknya bersandar pada ketentuan Al-Qur'an, Hadits dan Ijma (Muhammad, 2002).

Bank merupakan sebuah lembaga yang menjembatani antara pihak yang surplus dana dengan pihak yang minus dana. Bank syariah memiliki keistimewaan tersendiri yang membuat perbedaan antara bank konvensional dengan bank syariah. Perbedaan tersebut diantaranya: (Antonio S. M., 2001).

### Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah

No	Bank Konvensional	Bank Syariah
1.	Investasi yang halal dan haram	Melakukan investasi yang halal saja
2.	Memakai perangkat bunga	Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual-beli, atau sewa
3.	Profit oriented	Profit dan falah oriented
4.	Hubungan dengan nasabah antara debitur dan kreditur	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan
5.	Tidak terdapat dewan sejenis	Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah

## 2. Tujuan Bank Syariah

Tujuan dari bank syariah sendiri sanget berbeda dengan bank bank konvensional, bersangkutan dengan keadaannya sebagai institusi komersial dan kewajiban moral yang melekat. Selain untuk mendapat keuntungan yang layaknya terdapat pada bank konvensional pada umumnya, bank syariah juga mempunyai tujuan diantaranya sebagai berikut:

- a. Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat
- b. Meningkatkan partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan
- c. Membentuk masyarakat agar berfikir secara ekonomis dan berperilaku bisnis untuk meningkatkan kualitas hidupnya
- d. Berusaha bahwa metode bagi hasil pada bank syariah dapat beroperasi, tumbuh, dan berkembang melebihi bank – bank dengan metode lain (Widodo, 2005).

### 3. Fungsi dan Peran Bank Syariah

Fungsi dan peran bank syariah ialah:

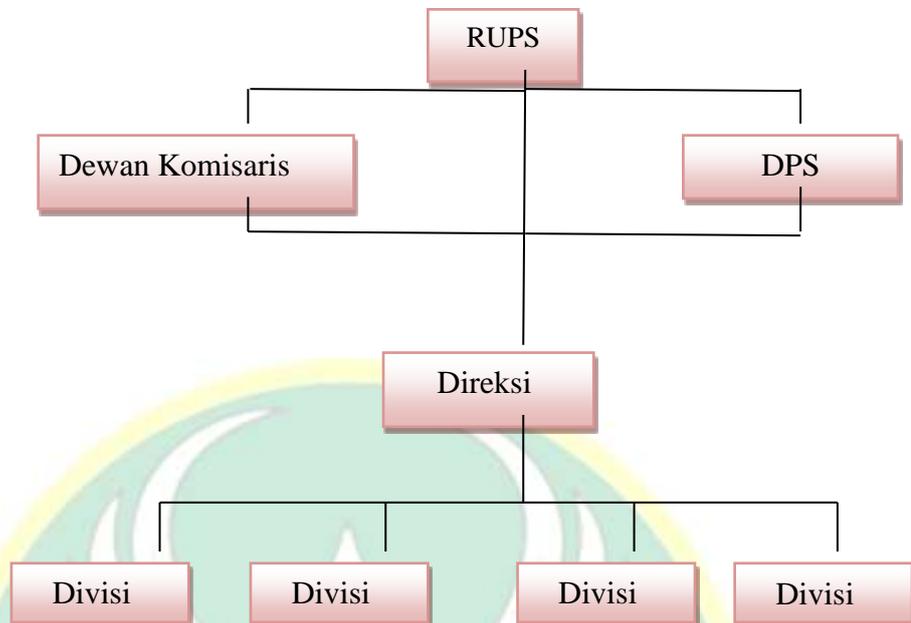
- a. Manajer Investor, bank Islam dapat mengelola investasi dana nasabah
- b. Investor, bank Islam dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya
- c. Penyediaan Jasa Keuangan dan Lalu Lintas Pembayaran, bank Islam dapat melakukan kegiatan jasa – jasa layanan perbankan sebagaimana umumnya institusi perbankan sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
- d. Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai suatu ciri yang melekat pada entitas keuangan Islam (Indonesia, 2002).

### 4. Struktur Organisasi Bank Syariah

Bank syariah memiliki struktur organisasi yang sama dengan bank konvensional dalam hal komisaris dan direksi, namun unsur utama yang membedakan adalah keberadaan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas mengawasi operasional bank dan produk – produknya agar sesuai dengan garis – garis syariah. DPS berada setingkat dengan Dewan Komisaris pada bank (Dewi, 2006).

Posisi DPS pada bank sejajar dengan komisaris, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada struktur organisasi bank umum syariah dibawah ini:

### Struktur Organisasi Bank Umum Syariah



#### a. Dewan Pengawas Syariah

Peran utama untuk ulama sebagai pengawas syariah yaitu mengawasi jalannya operasional bank sehari – hari agar selalu sesuai dengan ketentuan – ketentuan syariah. Dewan syariah harus membuat pernyataan secara berkala (biasanya tiap tahun) bahwa bank yang diawasinya telah berjalan sesuai dengan ketentuan syariah. Tugas lain dari dewan pengawas syariah yaitu meneliti dan membuat rekomendasi produk baru dari bank yang diawasinya. Dengan demikian, dewan pengawas syariah bertindak sebagai penyaring pertama sebelum suatu produk diteliti kembali dan difatwakan oleh dewan syariah nasional.

#### b. Dewan Syariah Nasional

Dewan syariah nasional dibentuk pada tahun 1997 dan merupakan hasil rekomendasi lokakarya reksadana syariah pada bulan juli tahun yang sama. Fungsi utama dari dewan

syariah nasional adalah mengawasi produk – produk lembaga keuangan syariah agar sesuai dengan syariah Islam. Fungsi lain dari DSN adalah meneliti dan memberi fatwa bagi produk – produk yang dikembangkan oleh lembaga keuangan syariah. Selain itu DSN bertugas memberikan rekomendasi para ulama yang akan ditugaskan sebagai Dewan Syariah Nasional pada suatu lembaga keuangan syariah. Dewan Syariah Nasional dapat member teguran kepada lembaga keuangan syariah jika lembaga yang bersangkutan menyimpang dari garis panduan yang telah ditetapkan (Antonio S. M., 2001).

## C. Teori Bunga dan Riba

### 1. Pengertian Bunga dan Riba

Teori bunga muncul sejak manusia mulai melakukan pemikiran ekonomi. Secara leksikal, bunga sebagai terjemah dari kata *interest*. Bunga adalah tanggungan pada pinjaman uang yang biasanya dinyatakan dengan presentasi dari uang yang dipinjamkan (Antonio S. M., 2001).

Asal makna riba menurut bahasa arab adalah (tambahan). Riba secara bahasa bermakna tambahan secara mutlak. Adapun pengertian menurut istilah secara teknis, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara bathil. Secara umum dapat disimpulkan riba adalah pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam meminjam secara bathil atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam. Dalam hal ini Allah mununjukkan dalam QS. An-Nisa':29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ  
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا.

*“Hai orang – orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil”*

Dalam kaitannya dengan pengertian al-bathil dalam ayat di atas, Ibnu al-Arabi al-Maliki dalam kitabnya, Ahkam Alquran, menjelaskan:

*“pengertian riba secara bahasa adalah tambahan, namun yang dimaksud riba dalam ayat Al-Qur’an yaitu setiap penambahan yang diambil tanpa ada satu transaksi pengganti atau penyeimbang yang dibenarkan syariah”* (Nurhasanah, 2017).

## 2. Macam – Macam Riba

Riba diklompokan menjadi dua, masing – masing adalah riba utang – piutang dan riba jual – beli.

### a. Riba Utang Piutang

#### 1) Riba *Qardh*

Suatu manfaat atau tingkat kelebihan tertentu yang disyaratkan terhadap yang berhutang (*Muqtaridh*).

#### 2) Riba *Jahiliyyah*

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

### b. Riba Jual Beli

#### 1) Riba *Fadhl*

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

#### 2) Riba *Nasi’ah*

Penanguhan penyerahan atau penerimaan jenis barang ribawi yang dipertukarkan dengan jenis barang ribawi lainnya. Riba dalam nasi’ah muncul karena adanya perbedaan, perubahan dan tambahan antara yang diserahkan saat ini dan diserahkan kemudian (Nurhasanah, 2017).

## **D. Minat**

### **1. Pengertian Minat**

Minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu (Poerwadaminta, 2006). Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab mendefinisikan minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang. Aktivitas atau situasi yang menjadikan objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang (Shaleh, 2004).

Sedangkan menurut Andi Mappiare definisi minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari satu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan – kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu (Mappiare, 1994).

### **2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat**

Faktor – faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, secara garis besar dikelompokkan menjadi dua yaitu dari dalam individu yang bersangkutan (missal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian), dan berasal dari luar yang mencakup lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat. Crow berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

- a. Dorongan dari dalam individu, missal dorongan untuk makan akan mengaibatkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain – lain
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.

Minat dalam segi pandang Islam, Al-Qur'an menjelaskan tentang minat yang dijelaskan pada surat yang turun pertama. Dari ayat

pertama dari surat pertama yang diturunkan yaitu agar kita membaca. Membaca yang dimaksud bukan hanya membaca buku atau dalam artian tekstual, akan tetapi untuk semua aspek.

## **E. Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah**

### **1. Lokasi**

#### **a. Pengertian Lokasi**

*Proactive strategic* sangat dibutuhkan bagi perusahaan termasuk perbankan dalam menghadapi fenomena global. Salah satu cara untuk mengaktualisasikan *proactive strategic* yaitu dengan strategi penentuan lokasi usaha yang tepat, karena keberhasilan dalam penentuan suatu usaha yang tepat akan meningkatkan operasional bisnis sehingga akan menekan biaya operasional.

Lokasi usaha yaitu tempat dan perusahaan melakukan kerja. Desain teori usaha secara sederhana berbunyi “tempatkanlah pada titik geografis yang paling banyak memberikan kesempatan perusahaan didalam usaha untuk mencapai tujuannya.

Yang dimaksud dengan lokasi bank yaitu tempat dimana diperjualbelikan produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.

#### **b. Menentukan Lokasi**

Kasmir memaparkan secara umum pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi yaitu sebagai berikut:

- 1) Jenis usaha yang dijalankan
- 2) Dekat dengan pasar

- 3) Dekat dengan bahan baku
- 4) Dekat tenaga kerja
- 5) Tersedia sasaran dan prasarana (transportasi, listrik dan air)
- 6) Dekat pemerintah
- 7) Dekat lembaga keuangan
- 8) Di kawasan industry
- 9) Kemudahan untuk ekspansi
- 10) Adat istiadat/ budaya/ sikap masyarakat
- 11) Hukum yang berlaku (Kasmir, 2005).

Variabel yang akan diuji dalam penelitian ini yaitu lokasi dari bank, meliputi: *Trade Area Characteristic* dan *Competitive Situation Features*. *Trade Area Characteristic* merupakan jumlah lapangan peerjaan yang terdapat disekitar lokasi BPRS Gunung Slamet Cilacap. *Competitive Situation Features* adalah jumlah pusat perbelanjaan yang berada dekat dengan lokasi BPRS Gunung Slamet Cilacap (Kasmir, 2002).

## **2. Pelayanan**

### **a. Pengertian Pelayanan**

Pelayanan bertitik tolak pada usaha – usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk melayani pembeli (pelanggan) dengan sebaik – baiknya. Pelayanan pelanggan merupakan pelayanan terbaik yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan (Rangkuti, 2017). Pengertian pelayanan sendiri yaitu suatu kegiatan yang menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik – baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang – ulang (Sedyana, 1995).

Teori yang saat ini masih menjadi pedoman riset pemasaran yaitu model *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang

dikembangkan oleh Parasuraman (Hamdani, 2006). *SERVQUAL* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka trima (*Perceived Service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*Expected Service*).

Dalam Islam juga mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik maka hendaknya memberikan pelayanan yang baik seperti yang dijelaskan pada Q.S Ali Imron Ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ.

*“Maka berkat Rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati keras, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal”* (Mushaf Al Azhar,2010).

Berdasarkan ayat di atas, terlihat jelas bahwa setiap manusia hendaklah bersikap lemah lembut dan jangan berbuat kasar. Apalagi dalam dunia bisnis, pelayanan terhadap konsumen harus memberikan rasa aman dan nyaman agar konsumen tidak merasa takut dan percaya.

#### **b. Dimensi Pelayanan**

- 1) Berwujud (*Tangible*): meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain - lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

- 2) Keandalan (*Reliability*): pemberian pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 3) Ketanggapan (*Responsiveness*): membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 4) Jaminan dan kepastian (*Assurance*): pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai.
- 5) Empati (*Empathy*): perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan (Hamdani, 2006).

Dari beberapa dimensi yang telah dipaparkan diatas, penulis hanya mengambil dua dimensi yang digunakan untuk alat ukur, diantaranya yaitu sebagai berikut:

- 1) Berwujud (*Tangible*)

Merupakan kemampuan sebuah perusahaan untuk menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal. Hal ini meliputi bentuk fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain - lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

- 2) Tanggapan (*Responsiveness*)

Yaitu kebijakan sebagai alat bantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

Pelayanan yang diberikan oleh bank syariah tidak hanya untuk umat muslim saja, melainkan juga melayani nasabah dengan agama yang non muslim. Ajaran Islam sudah mengajarkan bahwa diturunkannya agama Islam yaitu sebagai rahmat bagi seluruh alam. Maka, tidak ada larangan untuk

melayani nasabah yang beragama non muslim selama hal ini tidak merugikan kedua belah pihak (Perwataatmadja, 1992).

Bagi seorang pemasar, sikap melayani merupakan modal utama. Sikap melayani yang baik dan sesuai ajaran Islam yaitu bersikap sopan santun dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan, dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya. Sikap melayani juga merupakan salah satu ajaran yang cukup mewarnai pola kerja umat kristiani (Kartajaya, 2006).

### **3. *Religius Stimuli***

#### **a. *Pengertian Religius Stimuli***

*Religius Stimuli* merupakan faktor pengetahuan dan pengalaman keberagaman yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan ekonomi.

#### **b. *Dimensi Religius Stimuli***

Variabel ini memiliki dua dimensi, yaitu dimensi pemahaman produk dan ketaatan terhadap agama.

##### **1) Produk**

Yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk produk bank yang bersifat jasa mempunyai karakteristik tersendiri. Maka pembentkan produk – produk bank harus benar – benar dikelola dengan baik, supaya masyarakat dapat dengan mudah memahami produk yang ditawarkan oleh bank syariah.

##### **2) Ketaatan Terhadap Agama**

Ketaatan terhadap agama merupakan tingkat kesadaran dan ketaatan seseorang terhadap apa yang diyakini. Melakukan apa yang sudah diajarkan dalam agama yang telah dianut. Karena kesadaran ini langkah awal dari ekspresi dari isi

kehidupan praktis sebagai pangkal proses perilaku ekonomi religious (Kadir, 2003).

Pelarangan riba tidak hanya berlaku pada agama Islam saja, namun larangan riba juga terdapat pada kitab suci agama lain. Larangan penerapan bunga pada umat kristiani secara umum dikeluarkan pada *council of vienne* menyatakan bahwa barang siapa yang menganggap bahwa bunga itu adalah sesuatu yang tidak berdosa, maka ia telah keluar dari agama kristiani.

Terkait dengan pelarangan riba yang universal ini, pemikiran bahwa jasa – jasa perbankan syariah yang hanya diperbolehkan untuk agama islam itu tidak benar. Bank syariah boleh memberikan pelayan kepada nasabah non muslim baik dalam melakukan pembiayaan atau menyimpan dananya (Sjahdeni, 1999).

#### **4. Reputasi**

##### **a. Pengertian Reputasi**

Reputasi menurut Kamus Besar Indonesia adalah nama baik. Pandangan paling dominan pada literature menunjukkan bahwa sikap terhadap merek yaitu reputasi atau penyedia jasa lebih merupakan evaluasi keseluruhan jangka panjang dibanding elemen kepuasan.

Reputasi bank merupakan pondasi sosial yang mengayomi suatu hubungan, kepercayaan yang endingnya menciptakan *brand image* bagi suatu perusahaan. Timbulnya reputasi baik buruknya suatu bank akan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabahnya. Suatu kepercayaan yaitu pikiran deskriptif oleh seorang mengenai suatu hal (Kotler, 1997).

## 5. Profit Sharing (Bagi Hasil)

### a. Pengertian Profit Sharing (Bagi Hasil)

Bagi hasil adalah pembagian atas usaha yang telah dilakukan oleh pihak – pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan bank (Ismail, 2011). Secara syariah prinsip profit sharing (bagi hasil) berdasarkan pada kaidah Mudharabah. Dimana bank akan bertindak sebagai Mudharib (pengelola dana) sementara penabung sebagai Shahibul Maal (Penyandang dana).

Secara garis besar, perbedaan bunga dan bagi hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

<b>Bunga</b>	<b>Profit Sharing (Bagi Hasil)</b>
Besarnya bunga ditetapkan pada besarnya perjanjian dan mengikat kedua belah pihak yang melaksanakan perjanjian dengan asumsi bahwa pihak penerima pinjaman akan selalu mendapat keuntungan.	Bagi hasil ditetapkan dengan rasio nisbah yang disepakati antara pihak yang melaksanakan akad pada saat akad dengan berpedoman adanya kemungkinan keuntungan atau kerugian.
Besarnya bunga yang diterima berdasarkan perhitungan persentase bunga dikalikan dengan jumlah dana yang dipinjamkan.	Besarnya bagi hasil dihitung berdasarkan nisbah yang diperjanjikan dikalikan dengan jumlah pendapatan dan/atau keuntungan yang diperoleh
Jumlah bunga yang diterima tetap, meskipun usaha pinjaman meningkat atau menurun.	Jumlah bagi hasil akan dipengaruhi oleh besarnya pendapatan dan/atau keuntungan. Bagi hasil akan berfluktuasi
Sistem bunga tidak adil, karena tidak terkait dengan hasil usaha pinjaman.	Sistem bagi hasil adil, karena perhitungannya berdasarkan hasil usaha
Eksistensi bunga diragukan oleh semua agama.	Tidak ada agama satupun yang meragukan sistem bagi hasil.

Secara umum prinsip bagi hasil dalam perbankan syariah dapat dilakukan dengan empat akad:

1) *Al-Musyarakah*

Yaitu akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing – masing pihak memberikan kontribusi dana sesuai dengan kesepakatan.

2) *Al-Mudharabah*

Yaitu akad kerjasama usaha antara dua pihak, dimana pihak pertama (*Shahibul Maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi anggota.

3) *Al-Muzara'ah*

Yaitu kerjasama pengolahan pertanian antara pemilik lahan dan penggarap, dimana pemilik lahan memberikan lahan pertanian kepada penggarap untuk ditanami dan dipelihara dengan imbalan bagian tertentu (prosentase) dari hasil panen.

4) *Al-Musaqah*

Yaitu bentuk yang lebih sederhana dari *muzara'ah* dimana si penggarap hanya bertanggung jawab atas penyiraman dan pemeliharaan. Sebagai imbalan penggarap berhak atas nisbah tertentu dari bagi hasil (Antonio S. , 2001)

Menabung dan menandatangani uang di bank syariah tidak hanya berlaku untuk nasabah muslim saja, melainkan untuk nasabah non muslim juga. Hal ini dikarenakan metode profit sharing (bagi hasil) yang diterapkan pada bank syariah membuka peluang mendapatkan hasil investasi yang lebih besar jika dibandingkan di bank konvensional.

## 6. Promosi

### a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, dan meyakinkan. Ciri dari komunikasi yang persuasif yang secara terencana mengatur berita dan cara menyampaikannya untuk mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan tingkah laku si penerima (target terdengar) (Mursid, 2015). Selain itu promosi juga merupakan kegiatan yang sangat penting dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk yang bertujuan mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Sebelum melakukan promosi, perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi yang harus digunakan supaya bisa mencapai keberhasilan dalam penjualan (Jaiz, 2014).

Menurut Basu Swastha DM dan Irwan, promosi merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa. Dan menurut Stanson, promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel – variabel periklanan, penjualan personal dan alay promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.

Promosi merujuk pada segala kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menginformasikan, memperkenalkan produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa promosi yaitu komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong tercapainya penjualan. (Jaiz, 2014).

## b. Fungsi Promosi

Adapun fungsi dari promosi yaitu:

Mencari dan menggunakan "Insert Citation" button to add citations to this document.

- 1) Mendapatkan perhatian dari calon pembeli. Karena titik awal proses keputusan pembelian suatu barang atau jasa berawal dari perhatian tertentu terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan.
- 2) Menciptakan dan menumbuhkan interest pada diri calon pembeli. Perhatian yang sudah ditunjukkan pada seseorang mungkin akan meningkat pada tahap selanjutnya atau mungkin malah berhenti. Yang dimaksud dalam tahap selanjutnya yaitu timbul rasa tertarik yang menjadi fungsi utama promosi.
- 3) Pengembangan rasa ingin tahu (*desire*) calon pembeli untuk memiliki barang yang ditawarkan. Setelah seseorang merasa tertarik pada sesuatu, maka akan timbul rasa ingin memiliki. Bagi calon pembeli merasa mampu (dalam hal harga, cara pemakaiannya, dan sebagainya), maka rasa ingin memilikinya ini semakin besar dan diikuti oleh suatu keputusan untuk membeli.

Pada dasarnya promosi mempunyai fungsi memberikan informasi yang lengkap dan akurat kepada masyarakat tentang sesuatu yang dipromosikan tanpa adanya unsur penipuan karena islam telah mengajarkan dalam melakukan promosi, nilai kebenaran dan kejujuran hendaklah dijunjung tinggi untuk mewujudkan suatu tujuan luhur dalam berbisnis. Sebagaimana telah dijelaskan pada Q.S Ali Imran ayat 77:

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ  
وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُرَكِّبُهُمْ وَهُمْ عَذَابُ أَلِيمٌ.

*“Sesungguhnya orang – orang yang memperjualbelikan janji Allah dan sumpah – sumpah mereka dengan harga murah, mereka itu tidak memperoleh bagian di akhirat, Allah tidak akan menyapa mereka, tidak akan memperhatikan mereka pada hari kiamat, dan tidak akan menyucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih”*

Dari penjelasan ayat diatas dapat disimpulkan bahwa jika seseorang melakukan promosi dengan menutupi kondisi sebenarnya, maka akan mendapatkan azab yang pedih karena sudah melakukan sumpah yang dusta supaya barang atau jasa yang ditawarkan bisa terjual.

### **c. Tujuan Promosi**

Ada beberapa tujuan yang terdapat dalam promosi:

- 1) Menginformasikan, maksudnya memberitahukan kepada masyarakat luas dengan adanya produk atau jasa baru, memaparkan fakta baru sebuah produk, menginformasikan pasar tentang perubahan harga, menjelaskan bagaimana produk bekerja, menggambarkan jasa yang tersedia, memperbaiki kesan yang salah, mengurangi ketakutan pembeli, membangun citra perusahaan
- 2) Membujuk, maksudnya mengubah persepsi mengenai atribut produk agar diterima pembeli
- 3) Mengingat, maksudnya agar produk tetap diingat pembeli sepanjang masa, mempertahankan kesadaran akan produk yang paling mendapat perhatian.

#### **d. Jenis – Jenis Promosi**

##### 1) Periklanan

Periklanan yaitu segala bentuk penyajian nonpribadi dan promosi ide, barang, atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran (Kotler, 2005). Periklanan adalah bentuk presentasi dan promosi nonpribadi untuk memasarkan produk yang dibayar oleh sponsor tertentu. Dalam membuat program periklanan, ada lima keputusan yang harus dibuat, yaitu misi (apa yang menjadi tujuan periklanan), dana (berapa banyak dana yang dikeluarkan untuk program iklan), pesan (pesan apa yang akan disampaikan), media (media apa yang digunakan), dan pengukuran (bagaimana mengukur hasilnya).

##### 2) Penjualan perseorangan

Penjualan perseorangan adalah presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditunjukkan untuk menciptakan penjualan. Dalam penjualan perseorangan menjadi interaksi langsung antara produsen atau penjual dengan konsumen.

##### 3) Promosi Penjualan

Promosi penjualan terdiri atas kumpulan kiat insentif yang beragam, kebanyakan jangka pendek, dan dirancang untuk mendorong pembeli suatu produk/jasa tertentu secara lebih cepat dan/atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang.

##### 4) Publisitas

Publisitas merupakan bentuk promosi yang mendorong permintaan secara nonpribadi untuk suatu produk dengan menggunakan berita komersial di media massa, dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung.

## 7. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta – fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

- H1 : Terdapat pengaruh lokasi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah
- H2 : Terdapat Pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah
- H3 : Terdapat pengaruh *religius stimuli* terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah
- H4 : Terdapat pengaruh reputasi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah
- H5 : Terdapat pengaruh *profit sharing* terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah
- H6 : Terdapat pengaruh promosi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah
- H7 : Lokasi, pelayanan, religius stimuli, reputasi, profit sharing, dan promosi secara bersama – sama mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, karena data yang didapat berasal dari pengamatan langsung pada nasabah non muslim BPRS Gunung Slamet Syariah Cilacap. Dengan menggunakan angket dengan skala likert 5 point.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di BPRS Gunung Slamet Cilacap yang beralamat di Jl. Dr Wahidin No. 34 Cilacap. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei – September 2020.

#### **C. Subyek dan Obyek Penelitian**

Subyek Penelitian ini adalah BPRS Gunung Slamet Cilacap dan Obyek penelitiannya adalah faktor – faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah.

#### **D. Sumber Data**

Sumber data terbagi menjadi dua yaitu:

1. Data primer yaitu data yang berasal dari sumber asli atau pertama. (Sarwono, 2006). Untuk penelitian ini peneliti menggunakan data empiris yang didapat dari penyebaran angket.
2. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga kita tidak mencari dan mengumpulkan (Hasan, 2004). Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu data yang didapat peneliti melalui buku – buku yang terkait dengan penelitian ini, literatur dan artikel yang didapat dari website (Hasan, 2004). Data sekunder dalam penelitian ini meliputi gambaran umum perusahaan dan landasan teori yang diperlukan.

## E. Populasi dan Sampel

Populasi yaitu keseluruhan obyek penelitian (Meleong, 2006). Dalam penelitian ini populasi mencakup seluruh nasabah non muslim yang menjadi nasabah BPRS Gunung Slamet Syariah Cilacap. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan sebanyak 233 nasabah non muslim.

Sampel adalah sebagian dari jumlah serta karakteristi dari jumlah populasi tersebut (Sugiono, 2008). Jika populasi cukup besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari keseluruhan yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dengan menggunakan Slovin maka dapat diketahui jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 70 nasabah dengan rumus: (Supriyanto, 2016)

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

keterangan:

n : Ukuran sampel yang dibutuhkan

N : Jumlah Populasi

e : Batas kesalahan yang diperkenankan (10%)

Dengan populasi (N) sebanyak 233 orang dan tingkat kesalahan (e) sebesar 10%, maka besarnya sampel yaitu:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\ &= \frac{233}{1+233(0,01)^2} \\ &= 69,96997 \text{ dibulatkan menjadi } 70 \text{ Nasabah.} \end{aligned}$$

Jadi, jumlah sampel minimal yaitu sebanyak 70 Nasabah.

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* yaitu *Sampling Insidental* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika

dilihat orang yang kebetulan itu merasa cocok sebagai sampel (Sugiono, 2008).

#### F. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian yaitu suatu obyek atau apa yang menjadi titik penelitian (Arikunto, 1998). Obyek penelitian ini yaitu nasabah non muslim yang menjadi nasabah di BPRS Gunung Slamet Cilacap, penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen (X) yang terdiri dari lokasi, pelayanan, religious stimuli, reputasi, profit sharing, dan promosi. Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu minat nasabah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Variabel Independen	Konsep Variabel	Indikator	Item
Lokasi	Tempat dimana perusahaan melakukan kerja	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Trade Area Characteristics</li> <li>2. Competitive Situation Features</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi berada dipusat pemerintah</li> <li>• Jumlah industri yang berada di sektor bank</li> <li>• Jumlah pusat perbelanjaan yang berada di sektor bank</li> <li>• Dekat dengan nasabah</li> </ul>
Pelayanan	Pemenuhan kebutuhan dan keinginan anggota serta ketetapan dalam penyampaian yang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Transgible atau wujud penampilan</li> <li>2. Responsiveness</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teknologi peralatan yang muktamir</li> <li>• Sifat ramah karyawan dalam</li> </ul>

	mengimbangi harapan anggota	atau daya tanggap	melayani nasabah <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempunyai kemampuan yang baik dalam menyampaikan informasi</li> <li>• Karyawan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat</li> </ul>
<i>Religius Stimuli</i>	Faktor pengetahuan dan pengalaman keberagamaan yang mendorong seseorang melakukan suatu tindakan ekonomi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemahaman produk</li> <li>2. Ketaatan terhadap agama</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk sesuai dengan keinginan</li> <li>• Taat terhadap aturan agama</li> <li>• Kinerja perusahaan sesuai dengan prinsip agama</li> </ul>
Reputasi	Persepsi kualitas berkaitan dengan nama dan akan mempengaruhi konsumen serta menyediakan jaminan bila ada kendala – kendala kecil di	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nama baik bank</li> <li>2. Keberadaanya terhadap agama</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Popularitas</li> <li>• Citra bank</li> <li>• Jaringan perusahaan</li> </ul>

	perusahaan		
<i>Profit Sharing</i>	Profit sharing dalam kamus ekonoidiartikan sebagai pembagian laba	NisbaMh bagi hasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nisbah / lesepakatan</li> <li>• Keuntungan yang diperoleh dari pihak bank</li> </ul>
Promosi	Promosi merupakan cara untuk memberitahukan kepada masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iklan</li> <li>2. Promosi penjualan</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media yang digunakan dalam promosi</li> <li>• Sasaran atau konsumen yang dituju</li> <li>• Pemberian insentif (dorongan dan semangat kepada nasabah agar segera membeli produk)</li> <li>• Hadiah</li> </ul>
Minat Nasabah	Kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dari dalam individu sendiri</li> <li>2. Informasi yang didapat dari teman atau saudara</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dengan memperhatikan variabel – variabel yang ada nasabah berminat menjadi nasabah di</li> </ul>

			bank syariah • Saran kepada orang lain agar menjadi nasabah di bank syariah
--	--	--	---

### G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama yang harus dilakukan dalam penelitian. Instrument pengumpulan data ini yaitu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dan fakta penelitian. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiono, 2008).

#### 1. Metode Angket

Teknik pengumpulan data dengan menyusun daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diajukan kepada responden sampel yang akan diteliti. Pertanyaan yang diambil terdiri dari masing – masing indikator variabel. Baik variabel independen maupun variabel dependen. Penyebaran angket ini dilakukan secara langsung kepada responden, yang bertujuan untuk lebih efisien menjangkau jumlah sampel dan mudah member penjelasan berkenaan dengan pengisian angket.

Instrument yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 point. (Jannah, 2006). Jawaban responden berupa pilihan dari 5 Alternatif, diantaranya:

NO	KATEGORI	POINT
1	SANGAT SETUJU (SS)	5
2	SETUJU (S)	4
3	NETRAL (N)	3
4	TIDAK SETUJU (TS)	2
5	SANGAT TIDAK SETUJU (STS)	1

## 2. Metode Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden (Suliyanto, Metode Riset Bisnis, 2009). Peneliti melakukan wawancara langsung kepada karyawan BPRS Gunung Slamet Cilacap dan Nasabah Non Muslim di BPRS Gunung Slamet Cilacap.

## 3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan data sekunder yang telah tersedia dalam perpustakaan, dari instansi yang diteliti atau dari tempat lain yang dijamin keberadaannya.

## 4. Metode Observasi

Menurut Nur Kencana dan Sumartanana, Observasi adalah suatu cara untuk mengadakan penelitian dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung dan sistematis. Data – data yang diperoleh dalam observasi itu dicatat dalam suatu catatan observasi (Taniredja, 2011).

## H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Teknik analisis data yang dilakukan peneliti menggunakan statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiono, 2008)

### 1. Uji Validitas

Validitas yaitu ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur (Priyatno, 2008). Data dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada angket mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Uji validitas ini bermaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Menurut Acok (2013) langkah – langkah menguji validitas instrument penelitian dengan menggunakan teknik analisis butir adalah sebagai berikut:

- 1) Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur
- 2) Melakukan uji coba atas instrument yang telah disusun pada sejumlah responden
- 3) Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban
- 4) Menghitung korelasi antara masing – masing pernyataan dengan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi

*Produk Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum_{i=1} x_i y_i - (\sum x_i) (\sum y_i)}{\sqrt{[n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2] [n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}}$$

Keerangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi (r hitung)

$\sum x$  = Skor variabel independen

- $\Sigma y$  = Skor variabel dependen  
 $\Sigma xy$  = Hasil kali skor butir dengan skor total  
 $n$  = Jumlah responden

- 5) Menguji taraf signifikan item – item pernyataan yakni untuk menentukan valid tidaknya item – item pernyataan tersebut. kriteria validitas dapat ditentukan dengan melihat nilai *Pearson Correlation* dan *Sig. (2-tailed)*

Dasar pengambilan keputusan: (Kuncoro, 2013)

- 1) Jika  $r$  hitung positif serta  $r$  hitung  $> r$  tabel, maka butir atau variabel tersebut valid. Namun jika  $r$  hitung positif serta  $r$  hitung  $< r$  tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.
- 2) Jika  $r$  hitung  $> r$  tabel, tetapi bertanda negatif, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan perhitungan komputasi program *SPSS v20*. Karena program ini mudah untuk diaplikasikan serta system manajemen data pada lingkungan grafis menggunakan menu – menu deskriptif dan kotak – kotak dialog yang sederhana sehingga mudah dipelajari.

## 2. Uji Realibilitas

Realibilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. (Taniredja, 2011)

Rumus realibilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach* dengan rumus:

$$r_i = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right\}$$

Dimana:

$r_i$  = Koefisien *alpha cronbach*

- $k$  = Banyaknya item  
 $\sum S_i^2$  = Jumlah Varians item  
 $St^2$  = Varians total

Sedangkan rumus untuk varian total dan varian item adalah:

$$St^2 = \frac{\sum X_t^2}{n} - \frac{(\sum X_t)^2}{n^2}$$

$$St^2 = \frac{JK_i}{N} - \frac{JK_s}{n^2}$$

Dimana:

JKi = Jumlah kuadrat seluruh skor item

JKs = Jumlah kuadrat subyek

Untuk mengetahui instrument yang diuji reliable atau tidak, dilakukan dengan cara membandingkan nilai koefisien alpha dengan r tabel pada  $n-2$ ;  $\alpha 0,1$ . Jika koefisien alpha  $>$  r tabel ( $n-2$ ;  $\alpha 0,1$ ) berarti instrumen reliable; dan jika koefisien alpha  $\leq$  r tabel ( $n-2$ ;  $\alpha 0,1$ ) berarti instrument tidak realibel (Isna, 2012).

### 3. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

Supaya mendapatkan regresi yang baik harus memenuhi asumsi – asumsi yang disyaratkan untuk memenuhi uji asumsi normalitas, bebas dari multikolinieritas dan uji autokorelasi serta heterokedastisitas.

#### a. Uji Normalitis

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terkait dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2005).

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini digunakan untuk mengetahui ade atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik

multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi (Priyatno, 2008).

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing – masing variabel bebas saling mempengaruhi (Umar, 2000). Syarat yang harus dipenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Model pengujian yang digunakan yaitu pengujian uji *Durbin-Watson* (uji DW). Nilai uji Statistik *Durbin-Watson* berkisar antara 0 dan 4. Sebagai pedoman umum, bila nilai uji statistik *Durbin-Watson*  $< 1$  atau  $> 3$ , maka *residuals* atau *error* dari model regresi berganda terjadi autokorelasi.

d. Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedasitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Umar, 2000).

4. Uji Analisa Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisa ini digunakan untuk mengetahui apakah masing – masing variabel independen berhubungan positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

Rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Dimana:

Y = Minat Nasabah

$X_3$  = Religius Stimuli

a = Konstanta Interception

$X_4$  = Profit Sharing

b = Koefisien Regresi	$X_5 =$ Reputasi
$X_1 =$ Lokasi	$X_6 =$ Promosi
$X_2 =$ Pelayanan	e = error

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

#### 5. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama – Sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. (Priyatno, 2008).

F hitung bisa dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$f_{hitung} = \frac{R^2 / (k-1)}{(1-R^2) / (n-k)}$$

Keterangan:

$R^2 =$  Koefisien Determinasi

n = Ukuran sampel

k = Banyaknya variabel penelitian

perumusan hipotesis:

$H_0 : b = 0$  (tidak ada pengaruh yang signifikan antara lokasi, pelayanan, religius stimuli, reputasi, profit sharing, promosi terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah)

$H_a :$  paling sedikit terdapat satu koefisien  $b \neq 0$

Kriteria pengujian hipotesis:

$H_0$  diterima apabila F hitung  $\leq$  F tabel

$H_0$  ditolak apabila F hitung  $>$  F tabel.

#### 6. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Priyatno, 2008).

Rumus t hitung dalam analisis regresi yaitu:

$$t_{hitung} = \frac{(b_i - 0)}{s}$$

Keterangan:

$b_i$  = Suatu parameter

S = Standar variabel.

Perumusan hipotesis:

$H_0 : b_i = 0$  (tidak ada pengaruh variabel lokasi, pelayanan, religius stimuli, reputasi, profit sharing, dan promosi yang signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah)

$H_a : b_i \neq 0$  (terdapat pengaruh variabel lokasi, pelayanan, religius stimuli, reputasi, profit sharing, dan promosi yang signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah).

Kriteria pengujian hipotesis:

Dengan menggunakan derajat (n-k) tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan  $\alpha = 0,05$  maka:

$H_0$  diterima apabila  $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

$H_0$  ditolak apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum BPRS Gunung Slamet Cilacap**

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Gunung Slamet Cilacap adalah salah satu BPRS yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, BPRS kedua yang berdiri di Kota Cilacap. Pendirian BPRS Gunung Slamet Cilacap diprakarsai oleh putra daerah yang berkeinginan untuk mengembangkan usaha ekonomi masyarakat kecil-mikro di wilayah Cilacap berdasarkan prinsip syariah.

Dari serangkaian diskusi dan pengkajian yang cukup lama oleh pemrakarsa akhirnya disepakati satu pilihan yang dinilai strategis. Melalui Bank Pembiayaan Rakyat Syariah ini diharapkan akan dapat semakin memperluas dan menjadi komplemen layanan transaksi perbankan secara syariah bagi masyarakat yang tidak terakses oleh bank umum syariah, khususnya kalangan masyarakat pengusaha kecil-mikro, sebagaimana dikehendaki oleh undang – undang nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan dan peraturan Bank Indonesia yang secara khusus mengatur tentang BPR Syariah (Dokemen BPRS Gunung Slamet Cilacap).

Pendirian BPRS Gunung Slamet Cilacap bertujuan tidak semata – mata berorientasi mencari keuntungan financial disektor perbankan, melainkan terutama menjalankan dakwah dibidang ekonomi secara syariah yang berpihak kepada rakyat kecil agar kemampuan usaha dan ekonominya dapat tumbuh dan berkembang berdasarkan prinsip syariah Islam.

Fasilitas serta konsultasi pendirian BPRS Gunung Slamet Cilacap diberikan oleh lembaga konsultan di Semarang (PNM). Konsultasi yang diberikan meliputi penyelenggaraan Pelatihan Dasar Perbankan Syariah bagi calon pemegang saham, pelatihan teknis bagi calon pengelola, penyusun draf Standar Operasi, serta pengadaan hardware dan softwarena.

Pendirian BPR Syariah Gunung Slamet Cilacap memilih badan hukum Perseroan Terbatas, proses pengurusan legalitasnya adalah sebagai berikut:

1. Akta Pendirian: Akta nomor 12 Tanggal 11 Maret 2009, diubah dengan Akta nomor 50 Tanggal 27 Agustus 2010, kemudian diubah lagi dengan Akta nomor 32 Tanggal 17 Mei 2010 dihadapan Naimah, SH, MH Notaris di Cilacap.
2. Pengesahan Hukum HAM: AHU-59214.AH.01.02. Tahun 2009 diperoleh pada Tanggal 03 Desember 2009.
3. Ijin Prinsip dari Bank Indonesia No. 11/144/DPhS, diperoleh pada Tanggal 20 Januari 2009.
4. Ijin Operasi dengan Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/2/KEP.GBI/DpG/2010 Tanggal 13 Januari 2010, yang salinannya diperoleh pada Tanggal 19 Januari 2010.

## **B. Visi Misi BPRS Gunung Slamet Cilacap**

### **1. Visi**

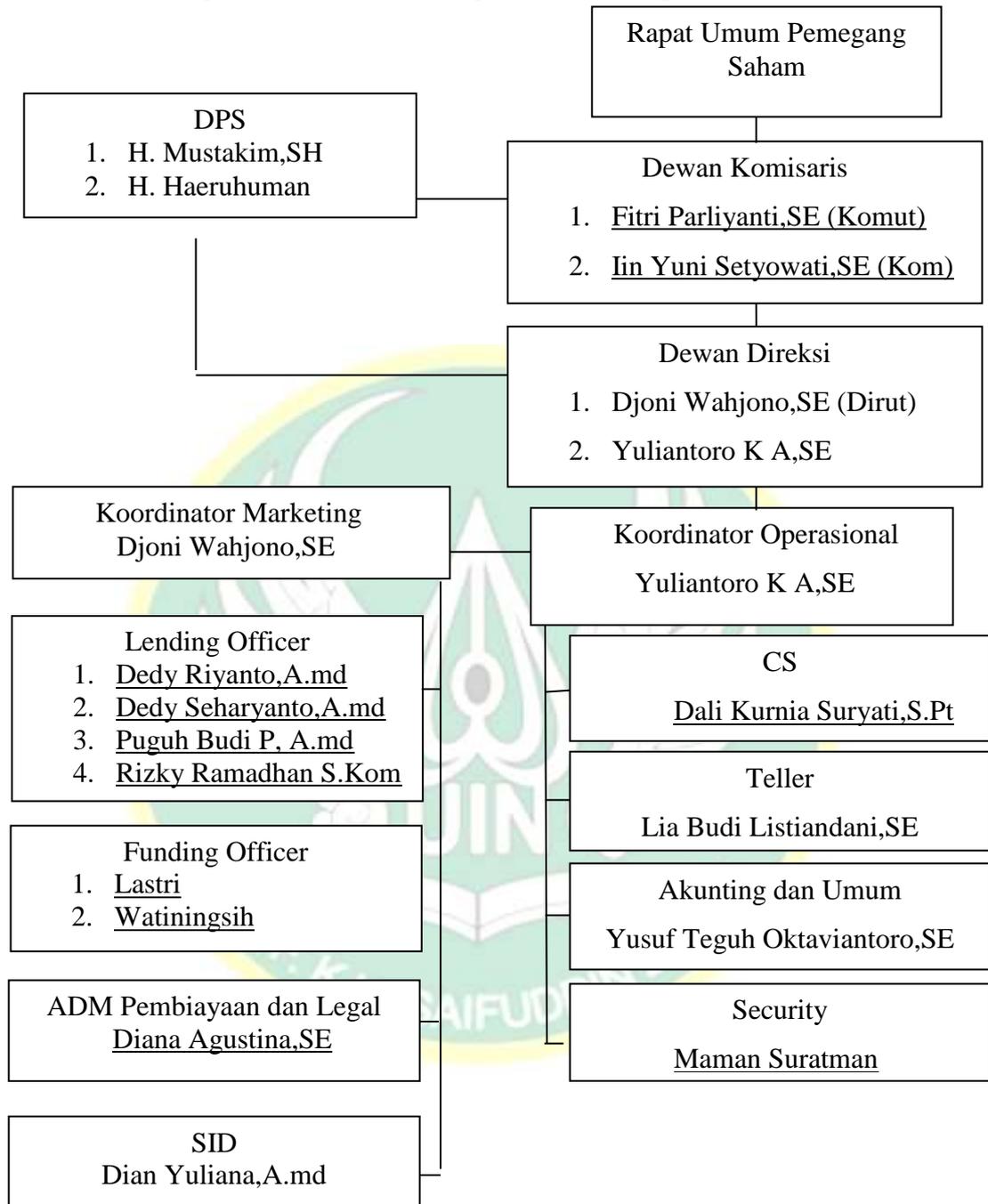
Menjadi BPR Syariah yang Sehat, Amanah, dan Bermanfaat.

### **2. Misi**

Misi PT.BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang Banyumas ada dua

- a. Menjalankan kegiatan operasional perbankan syariah secara professional.
- b. Menjalani kerjasama kemitraan atas dasar kemaslahatan

### C. Struktur Organisasi BPRS Gunung Slamet Cilacap



## D. Produk BPRS Gunung Slamet Cilacap

### 1. Produk Penghimpunan Dana (Funding)

BPRS Gunung Slamet Cilacap memiliki produk-produk penghimpunan dana yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sehingga masyarakat yang menyimpan dananya di BPRS Gunung Slamet Cilacap akan merasa puas dan nyaman ketika menyimpan dananya. Di BPRS Gunung Slamet Cilacap, produk penyimpanan dananya menggunakan dua prinsip, yaitu prinsip titipan dengan akad *Wadiah* dan prinsip kerjasama dengan akad *mudharabah*. Untuk prinsip titipan (*Wadiah*) digunakan pada produk Tabungan iB Insani dan Tabungan iB Pendidikan, dan Sedangkan untuk prinsip bagi hasil (*Mudharabah*) digunakan pada produk Tabungan iB Haji dan Umroh, Tabungan iB Qurban dan Deposito iB (Dokumen BPRS Gunung Slamet Cilacap).

#### Produk Penghimpunan Dana BPRS Gunung Slamet Cilacap



#### a. Simpanan Dengan Prinsip Wadiah

*Wadiah* adalah transaksi penitipan dana atau barang dari pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu. Simpanan wadiah merupakan titipan dana nasabah di Bank Syariah dengan menggunakan akad *wadiah yad dhamanah*,

dimana bank boleh memanfaatkan dana tersebut dan dana nasabah dapat diambil dananya sewaktu – waktu ketika dibutuhkan. Timbal balik yang didapat oleh nasabah yang telah menyimpan dananya dengan prinsip wadiah adalah berupa bonus yang besarnya sesuai dengan kebijakan bank.

Dari sekian produk penghimpunan dana yang ada di BPRS Gunung Slamet Cilacap, yang menggunakan prinsip *Wadiah* adalah produk Tabungan iB Insani dan Tabungan iB Pendidikan.

1) Tabungan iB Insani

Tabungan iB Insani merupakan tabungan yang paling diminati oleh nasabah dari tabungan lainnya. Persyaratan yang mudah dan banyaknya fasilitas yang diberikan menjadikan tabungan iB Insani menjadi produk unggulan di BPRS Gunung Slamet Cilacap. Karena titipan dana (*wadiah*) dapat diambil sewaktu – waktu. Hanya dengan fotocopy kartu identitas dan uang Rp. 20.000,- untuk perorangan sudah dapat membuka Tabungan ini dan untuk setoran selanjutnya minimal dengan Rp. 10.000,-. Sedangkan untuk badan usaha setoran awal untuk membuka rekening tabungan iB Insani ini minimal Rp. 100.000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000,-

2) Tabungan iB Pendidikan

Tabungan iB Pendidikan merupakan tabungan untuk siswa dan santri guna mendorong budaya menabung sejak dini yang diterbitkan dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik. Persyaratannya hanya mengisi kelengkapan aplikasi pembukaan rekening, dan melengkapi dokumen pembukaan rekening. Minimal untuk pembukaan rekening iB Pendidikan sebesar Rp. 10.000,- dan setoran selanjutnya Rp. 5.000,-.

b. Simpanan Dengan Prinsip *Mudharabah*

Simpanan *Mudharabah* merupakan simpanan dana nasabah di Bank Syariah yang bersifat investasi, sehingga nasabah berhak mendapatkan bagi hasil sesuai dengan nisbah atau porsi bagi hasil yang disepakati. Nasabah hanya boleh mengambil dananya ketika sudah jatuh tempo sesuai waktu yang disepakati. Di BPRS Gunung Slamet Cilacap, produk simpanan yang menggunakan prinsip *Mudharabah* adalah Tabungan iB Haji dan Umroh, Tabungan iB Qurban, dan Deposito iB.

1) Tabungan iB Haji dan Umroh

Tabungan Haji dan Umroh BPRS Gunung Slamet Cilacap ini didedikasikan untuk masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat yang ingin melakukan perjalanan ibadah haji dan umroh guna menunaikan rukun islam yang ke-5 dengan prinsip bagi hasil (*Mudharabah al-Muthlaqoh*) dalam bentuk investasi.

Adapun manfaat dari tabungan haji dan umroh BPRS Gunung Slamet Cilacap yakni ketenangan, kenyamanan serta lebih berkah dalam penyempurnaan ibadah karena pengelolaan dana sesuai syariah. Setoran awal untuk produk iB Haji dan Umroh sebesar Rp. 500.000 dan setoran selanjutnya Rp. 100.000,-

2) Tabungan iB Qurban

Tabungan untuk Tabungan yang diperuntukkan bagi umat Islam yang merencanakan Sunnah Nabi untuk berbagi dengan sesama melalui Ibadah Qurban. Tabungan iB Qurban ini hanya boleh diambil pada saat menjelang idul adha saja. Untuk setoran awal sebesar Rp. 100.000,- dan setoran selanjutnya Rp. 20.000,-

3) Deposito iB

Deposito adalah simpanan dana nasabah yang bersifat investasi dan dapat ditarik berdasarkan jangka waktu 3, 6, dan 12 bulan dan dapat diperpanjang secara otomatis. Nasabah berhak

mendapatkan bagi hasil sesuai dengan nisbah atau porsi bagi hasil yang telah disepakati. Deposito iB BPRS Gunung Slamet Cilacap memberikan banyak kemudahan dan fasilitas bagi para nasabah.

Usaha anda dalam megembangkan dana terbaik sewajarnya dikelola dengan cara yang terbaik. Deposito iB BPRS Gunung Slamet Cilacap adalah salah satu jenis simpanan berdasarkan prinsip bagi hasil. Penarikan dilakukan sesuai jangka waktu yang telah ditentukan, namun keuntungan deposito di BPRS Gunung Slamet Cilacap simpanan deposito dapat diambil sewaktu – waktu tanpa adanya finalty. Untuk minimal pembukaan rekening deposito yaitu Rp. 1.000.000,- dengan nisbah 3 bulan sebesar 40%, 6 bulan 45%, dan 12 bulan 47%.

## **2. Produk Penyaluran Dana (*Financing*)**

Penyaluran Dana Bank Syariah kepada para Nasabahnya adalah untuk membiayai berbagai sektor ekonomi, seperti: Sektor Industri, Konstruksi, Perdagangan, Jasa Dunia Usaha, dan Sektor Lainnya. Dari sektor ekonomi tersebut dibagi menjadi berbagai jenis penggunaan dana, seperti modal kerja, investasi, dan konsumtif.

Produk Penyaluran Dana BPRS Gunung Slamet Cilacap meliputi:

### **a. Pembiayaan Murabahah/iB Kepemilikan**

Bank memberikan fasilitas pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang ingin memiliki suatu jenis barang yang menggunakan transaksi jual beli sebesar harga pembelian ditambah margin keuntungan yang disepakati dengan cara pembayaran sesuai kesepakatan (Brosur BPRS Gunung Slamet Cilacap). Dalam memperoleh barang, Bank dapat mewakilkan kepada nasabah untuk mewakili atas nama Bank.

### **b. Pembiayaan Mudharabah/iB Investasi**

Merupakan kerja sama usaha antara pemilik dana (*shahibul maal*) dalam hal ini adalah Bank dengan pihak pengelola dana

(*mudharib*) dalam hal ini nasabah sedangkan keuntungan dibagi sesuai nisbah/bagi hasil yang telah disepakati sebelumnya. Bank tidak ikut dalam pengelolaan usaha nasabah, tetapi memiliki hak dalam pengawasan dan pembinaan usaha yang dibiayai.

c. Pembiayaan Musyarakah/iB Modal Bersama

Merupakan kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan usaha, dimana masing-masing pihak memiliki modal dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung sebesar partisipasi modal. Bank memberikan penyertaan modal, melakukan pengawasan dan pembinaan, sedangkan pengelolaan usaha diserahkan kepada nasabah.

d. Pembiayaan Qardh/iB Dana Talangan

Merupakan pinjaman untuk kebutuhan yang mendesak. Dalam jangka pendek dengan kewajiban mengembalikan pokok pinjaman sesuai kesepakatan. Nasabah diperbolehkan memberikan jasa tanpa diperjanjikan di awal akad.

e. Pembiayaan Multijasa/iB Manfaat

Merupakan perjanjian sewa-menyewa atas manfaat suatu barang atau jasa antara pemilik obyek sewa dengan penyewa untuk mendapatkan imbalan berupa sewa atau upah bagi pemilik obyek sewa. Bank menguasai hak/manfaat atas suatu objek sewa yang diinginkan nasabah dan menyewakan kepada nasabah dengan pembayaran sesuai kesepakatan.

Syarat-syarat untuk bisa mendapatkan produk pembiayaan di BPRS Gunung Slamet Cilacap adalah sebagai berikut (Dokumen BPRS Gunung Slamet Cilacap):

Mengisi formulir permohonan pembiayaan yang berisi tentang:

a. Data pribadi pemohon

- 1) Nama pemohon
- 2) Nama suami / istri pemohon

- 3) Alamat sesuai KTP
  - 4) No. Telepon
  - 5) No. KTP / KK
  - 6) Nama Gadis Ibu Kandung Pemohon
- b. Data pekerjaan dan usaha
- 1) Bidang usaha
  - 2) Lama usaha
- c. Jumlah dan Tujuan penggunaan
- 1) Jumlah Permohonan
  - 2) Jangka Waktu
  - 3) Penggunaan
- d. Data penghasilan
- 1) Penghasilan pemohon dari usaha
  - 2) Sumber pembayaran kembali
- e. Tanda tangan pemohon (Suami/istri dan penjamin suami/ istri)
- f. Data penjamin suami/istri (jika jaminan bukan atas nama sendiri)
- Data Pendukung
- a. Legalitas pribadi
- 1) Foto copy KTP suami/istri terbaru masing-masing 2 lembar.
  - 2) Foto copy KK 2 lembar.
  - 3) Foto copy akta nikah/keterangan cerai 2 lembar.
  - 4) Foto copy keterangan kematian jika janda/duda 2 lembar.
  - 5) Foto copy KTP penjamin suami/istri terbaru masing-masing lembar.
  - 6) Foto copy KK penjamin 2 lembar.
  - 7) Foto copy akta nikah 2 lembar.
  - 8) Khusus pegawai/karyawan : Fotocopy Slip Gaji/Keterangan Penghasilan, Fotocopy SK Pengangkatan Pertama dan Terakhir, Taspen, Surat Keterangan Masa Kerja (Bagi Swasta), Surat Kuasa Potong Gaji, Surat Rekomendasi Pimpinan.

## b. Legalitas Usaha

AD, AKTA, SIUP, NPWP, TDP (jika ada).

## c. Legalitas jaminan

- 1) Foto copy Sertifikat HGB, Hak milik dilampiri dengan bukti pembayaran PBB terakhir sebanyak 2 lembar.
- 2) Foto copy BPKB, STNK, Kwitansi kosong yang ditanda tangani oleh pemilik /nama di STNK sebanyak 3 lembar (salah satu bermaterai).
- 3) Kuitansi pembelian dan surat pernyataan kepemilikan jika jaminan bukan atas nama sendiri.
- 4) Surat keterangan gaji/pegawai dari instansi terkait

### E. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah non muslim di BPRS Gunung Slamet Cilacap sebanyak 70 nasabah. Dari hasil penelitian melalui kuesioner terdapat karakteristik responden, yaitu berdasarkan jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, umur dan agama. Untuk memperjelas karakteristik responden maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

#### Hasil Data Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Jumlah	Prosentase
1	Jenis Kelamin		
	1. Laki – Laki	46	46%
	2. Perempuan	24	24%
	<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>70%</b>
2	Umur		
	1. 17 – 29 tahun	8	8%
	2. 30 – 40 tahun	38	38%
	3. >40 tahun	24	24%
	<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>70%</b>
3	Pekerjaan		
	1. PNS	11	11%
	2. Pegawai Swasta	23	23%

	3. Wiraswasta	16	16%
	4. Pelajar/Mahasiswa	0	0%
	5. Lainnya	20	20%
	<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>70%</b>
4	Pendidikan Terakhir		
	1. SMA	21	21%
	2. Diploma	9	9%
	3. Sarjana	27	27%
	4. Lainnya	13	13%
	<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>70%</b>
5	Agama		
	1. Hindu	4	4
	2. Kristen	42	42
	3. Budha	12	12
	4. Konghucu	12	12
	<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>70%</b>

*Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2022*

Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin laki – laki sebanyak 46 orang atau 46% selebihnya perempuan sebanyak 24 orang atau 24%. Responden merupakan nasabah non muslim BPRS Gunung Slamet Cilacap.

Untuk responden berdasarkan umur maka dapat diketahui responden dengan umur 17 – 29 tahun sebanyak 8 orang atau 8%, responden dengan umur 30 – 40 tahun sebanyak 38 orang atau 38%, dan untuk responden dengan  $\leq 40$  tahun sebanyak 24 orang atau 24%. Hal ini menunjukkan bahwa responden tertinggi dengan umur 30 – 40 tahun.

Untuk responden berdasarkan pekerjaan maka dapat diketahui responden dengan pekerjaan sebagai PNS sebanyak 11 orang atau 11%, responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 23 orang atau 23%. Responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 16 orang atau 16%. Responden dengan pekerjaan sebagai pelajar atau masih mahasiswa masih belum ada atau 0. Responden dengan pekerjaan lainnya terdapat 20 orang atau 20%. Hal ini menunjukkan bahwa latar belakang responden berbeda – beda dan sebagian besar responden dilator belakang sebagai pegawai swasta.

Untuk responden berdasarkan pendidikan maka dapat diketahui responden dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 21 orang atau 21%. Responden dengan tingkat pendidikan Diploma sebanyak 9 orang atau 9%. Responden dengan tingkat pendidikan S1 sebanyak 27 orang atau 27%. Dan responden dengan pilihan lainnya sebanyak 13 orang atau 13%. Hal ini menunjukkan bahwa setiap responden memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda – beda dan sebagian besar responden berlatar belakang pendidikan S1.

Responden berdasarkan agama yang dipeluknya dapat diketahui responden dengan pemeluk agama Hindu sebanyak 4 orang atau 4%. Responden dengan pemeluk agama Kristen sebanyak 42 orang atau 42%. Responden dengan pemeluk agama Budha sebanyak 12 orang atau 12%. Dan responden dengan pemeluk agama KongHuCu sebanyak 12 orang atau 12%. Hal ini menunjukkan bahwa setiap responden memeluk agama yang berbeda – beda dan sebagian besar responden memeluk agama Kristen.

## **F. Pengembangan Instrumen**

Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut mengenai faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah syariah di BPRS Gunung Slamet Cilacap maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada data sebagai berikut:

### **1. Uji Validitas Variabel X**

Berdasarkan hasil kuesioner fasilitas yang tercantum dalam lampiran, maka selanjutnya penulis melakukan uji validitas dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 20 yang hasil outputnya dapat dilihat pada lampiran. Dasar pengambilan keputusan uji validitas menurut Sujarweni (2015:160) yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid

- b. Jika nilai  $r$  hitung  $\leq r$  tabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dinyatakan tidak valid.
- c. Data yang tidak valid sebaiknya dibuang dan tidak dipergunakan sebagai perhitungan lebih lanjut, agar hasil penulisan menjadi lebih baik.

Nilai  $r$  hitung dapat dilihat pada kolom skor total dan baris pearson correlation pada setiap nomor item soal. Nilai  $r$  tabel yaitu 0,2352 (Diperoleh dengan memperhatikan nilai  $n = 70$ . Nilai  $df = n - 2 = 68$ ; serta melihat nilai  $\alpha = 0,05$ )

Maka berikut ini merupakan hasil uji validitas variabel X (Lokasi) berdasarkan keputusan uji validitas melalui SPSS versi 20:

**Tabel 4.2**

**Hasil Uji Validitas  $X_1$  (Lokasi BPRS Gunung Slamet Cilacap)**

No.	Pertanyaan	$R_{Hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
1	Lokasi Bank Syariah strategis karena berada dipusat pemerintah	0,742	0,2352	Valid
2	Bank Syariah Terletak didekat kantor lain	0,702	0,2352	Valid
3	Bank Syariah dekat dengan pusat perbelanjaan	0,639	0,2352	Valid
4	Bank Syariah dekat dengan Nasabah	0,723	0,2352	Valid

*Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS v20, 2022*

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item 4 soal dinyatakan **Valid**. Oleh karena itu, seluruh item soal kuesioner mengenai kerjasama tim tersebut dapat dipergunakan sebagai perhitungan lebih lanjut.

**Tabel 4.3****Hasil Uji Validitas  $X_2$  (Pelayanan BPRS Gunung Slamet Cilacap)**

No.	Pertanyaan	$R_{Hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
1	Bank Syariah memiliki Teknologi Peralatan yang mutakhir	0,703	0,2352	Valid
2	Sikap ramah yang diberikan karyawan kepada nasabah Bank Syariah dalam melayani nasabahnya sudah baik	0,665	0,2352	Valid
3	Karyawan Bank Syariah mempunyai kemampuan baik dalam menyampaikan informasi kepada nasabah	0,723	0,2352	Valid
4	Karyawan Bank Syariah memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabahnya.	0,764	0,2352	Valid

*Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS v20, 2022*

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item 4 soal dinyatakan **Valid**. Oleh karena itu, seluruh item soal kuesioner mengenai kerjasama tim tersebut dapat dipergunakan sebagai perhitungan lebih lanjut.

**Tabel 4.4****Hasil Uji Validitas  $X_3$  (Religius Stimuli BPRS Gunung Slamet Cilacap)**

No.	Pertanyaan	$R_{Hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
1	Produk yang ada pada Bank Syariah sudah sesuai dengan keinginan saudara	0,757	0,2352	Valid
2	Saudara menggunakan bank syariah karena taat terhadap agama	0,797	0,2352	Valid
3	Kinerja Bank Syariah sudah sesuai dengan prinsip – prinsip agama (syariah) yang ada	0,711	0,2352	Valid

*Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS v20, 2022*

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item 4 soal dinyatakan **Valid**. Oleh karena itu, seluruh item soal

kuesioner mengenai kerjasama tim tersebut dapat dipergunakan sebagai perhitungan lebih lanjut.

**Tabel 4.5**

**Hasil Uji Validitas  $X_4$  (Reputasi BPRS Gunung Slamet Cilacap)**

No.	Pertanyaan	$R_{Hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
1	Bank Syariah populer dikalangan masyarakat	0,772	0,2352	Valid
2	Bank Syariah memiliki citra yang baik	0,808	0,2352	Valid
3	Jaringan perusahaan yang dimiliki Bank Syariah sudah cukup banyak	0,780	0,2352	Valid

*Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS v20, 2022*

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item 4 soal dinyatakan **Valid**. Oleh karena itu, seluruh item soal kuesioner mengenai kerjasama tim tersebut dapat dipergunakan sebagai perhitungan lebih lanjut.

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji Validitas  $X_5$  (Profit Sharing BPRS Gunung Slamet Cilacap)**

No.	Pertanyaan	$R_{Hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
1	Nisbah/kesepakatan bagi hasil yang telah ditetapkan oleh Bank Syariah dimuka sesuai dengan keinginan nasabah	0,851	0,2352	Valid
2	Keuntungan yang diperoleh Bank Syariah berpengaruh terhadap pembagian bagi hasil yang akan diterima nasabah	0,845	0,2352	Valid

*Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS v20, 2022*

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item 4 soal dinyatakan **Valid**. Oleh karena itu, seluruh item soal kuesioner mengenai kerjasama tim tersebut dapat dipergunakan sebagai perhitungan lebih lanjut.

**Tabel 4.7****Hasil Uji Validitas X<sub>6</sub> (Promosi BPRS Gunung Slamet Cilacap)**

No.	Pertanyaan	R <sub>Hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan promosi memudahkan saudara untuk memahami Bank Syariah	0,692	0,2352	Valid
2	Bank Syariah ditujukan untuk berbagai macam lapisan masyarakat	0,770	0,2352	Valid
3	Pemberian insentif agar membeli produk yang diberikan oleh bank syariah telah membuat para nasabah tertarik	0,709	0,2352	Valid
4	Bank syariah sering memberikan hadiah kepada nasabah yang loyal	0,734	0,2352	Valid

*Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS v20, 2022*

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item 4 soal dinyatakan **Valid**. Oleh karena itu, seluruh item soal kuesioner mengenai kerjasama tim tersebut dapat dipergunakan sebagai perhitungan lebih lanjut.

## 2. Uji Validitas Variabel Y

Berdasarkan hasil kuesioner fasilitas yang tercantum dalam lampiran, maka selanjutnya penulis melakukan uji validitas dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 20 yang hasil outputnya dapat dilihat pada lampiran. Dasar pengambilan keputusan uji validitas menurut Sujarweni (2015:160) yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid
- b. Jika nilai  $r$  hitung  $\leq$   $r$  tabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dinyatakan tidak valid.

- c. Data yang tidak valid sebaiknya dibuang dan tidak dipergunakan sebagai perhitungan lebih lanjut, agar hasil penulisan menjadi lebih baik.

Nilai  $r$  hitung dapat dilihat pada kolom skor total dan baris pearson correlation pada setiap nomor item soal. Nilai  $r$  tabel yaitu 0,2352 (Diperoleh dengan memperhatikan nilai  $n = 70$ . Nilai  $df = n - 2 = 68$ ; serta melihat nilai  $\alpha = 0,05$ )

Maka berikut ini merupakan hasil uji validitas variabel  $Y$  berdasarkan keputusan uji validitas melalui SPSS versi 20:

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Validitas  $Y$  (Minat Nasabah BPRS Gunung Slamet Cilacap)**

No.	Pertanyaan	$R_{Hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
1	nasabah berminat menjadi nasabah di bank syariah	0,583	0,2352	Valid
2	Saran kepada orang lain agar menjadi nasabah di bank syariah	0,705	0,2352	Valid
3	Minat nasabah dengan kemauan sendiri tanpa ada paksaan	0,575	0,2352	Valid
4	Minat nasabah selalu mengajak orang lain menjadi nasabah di bank syariah	0,650	0,2352	Valid
5	Minat nasabah di dasari tidak dengan paksaan orang lain	0,709	0,2352	Valid

*Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS v20, 2022*

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item 4 soal dinyatakan **Valid**. Oleh karena itu, seluruh item soal kuesioner mengenai kerjasama tim tersebut dapat dipergunakan sebagai perhitungan lebih lanjut.

### 3. Uji Realibilitas Variabel $X$

Penulis juga melakukan uji reliabilitas dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan (dalam hal ini yaitu kuesioner) dapat diandalkan dan tetap konsisten jika

pengukuran tersebut diulang. Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas yang digunakan menurut Sujarweni (2015:172) yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai Cronbach's Alpha  $>0,60$ . Maka item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai Cronbach's Alpha  $<0,60$ . Maka item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dinyatakan tidak reliabel.

Berikut ini adalah hasil uji realibitas dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha melalui aplikasi SPSS versi 20:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Realibitas Lokasi BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_1$ )**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,655	4

Dengan melihat tabel 4.9, dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$  maka item dalam kuesioner variabel  $X_1$  dinyatakan Realiabel.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Realibitas Pelayanan BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_2$ )**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,677	4

Dengan melihat tabel 4.10, dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$  maka item dalam kuesioner variabel  $X_2$  dinyatakan Realiabel.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Realibitas Religius Stimuli BPRS Gunung Slamet Cilacap (X<sub>3</sub>)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,622	3

Dengan melihat tabel 4.11, dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka item dalam kuesioner variabel X<sub>3</sub> dinyatakan Realiabel.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Realibitas Reputasi BPRS Gunung Slamet Cilacap (X<sub>4</sub>)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,693	3

Dengan melihat tabel 4.12, dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka item dalam kuesioner variabel X<sub>4</sub> dinyatakan Realiabel

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Realibitas Profit Sharing BPRS Gunung Slamet Cilacap (X<sub>5</sub>)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,609	2

Dengan melihat tabel 4.13, dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka item dalam kuesioner variabel X<sub>5</sub> dinyatakan Realiabel

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Realibitas Promosi BPRS Gunung Slamet Cilacap (X<sub>6</sub>)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,701	4

Dengan melihat tabel 4.14, dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka item dalam kuesioner variabel X<sub>6</sub> dinyatakan Realiabel

#### 4. Uji Realibitas Variabel X

Penulis juga melakukan uji reliabilitas dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan (dalam hal ini yaitu kuesioner) dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas yang digunakan menurut Sujarweni (2015:172) yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai Cronbach's Alpha >0,60. Maka item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai Cronbach's Alpha <0,60. Maka item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dinyatakan tidak reliabel.

Berikut ini adalah hasil uji realibitas dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha melalui aplikasi SPSS versi 20:

**Tabel 4.15**

**Hasil Uji Realibitas Minat Nasabah BPRS Gunung Slamet Cilacap**

**(Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,647	2

Dengan melihat tabel 4.6, dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka item dalam kuesioner variabel Y dinyatakan Realiabel.

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen, keduanya terdistribusi secara normal atau tidak. Normalitas data dalam penelitian dapat dilihat dengan cara menghitung nilai signifikansi kolmogorov-smirnov dan memperhatikan titik-titik pada normal p-plot of regression standardized residual dari variabel dependen, dan yang kedua dengan melihat titik-titik pada p-plot. Apa bila mengikuti garis diagonal maka data dinyatakan terdistribusi dengan normal.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogrov Smirnov adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi (sig.) > lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi (sig.) < lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi tidak normal

Dari hasil uji normalitas data dilihat dari tabel di bawah ini:

**Tabel. 4.16**  
**Hasil Uji Normalitas**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.56245870
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.073

	Negative	-.087
Kolmogorov-Smirnov Z		.725
Asymp. Sig. (2-tailed)		.669

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS v20, 2022

Berdasarkan tabel 4.16 diatas bahwa hasil sig sebesar 0,669 > 0,005, maka data dapat dinyatakan normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen yaitu Lokasi, Pelayanan, Religius Stimuli, Reputasi, Profit Sharing, dan Promosi. Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factory (VIF). Jika nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas. Dibawah ini merupakan hasil pengujian multikolinieritas:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Multilinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.107	3.085		2.952	.004		
Lokasi	.208	.092	.178	2.247	.028	.941	1.062
Pelayanan	-.100	.088	-.092	-1.138	.259	.910	1.099
Religius Stimuli	-.070	.114	-.050	-.615	.541	.903	1.108
Reputasi	-.452	.288	-.344	-1.568	.122	.122	8.174
Profit Sharing	1.926	.398	1.061	4.842	.000	.123	8.135
Promosi	.019	.090	.017	.215	.831	.943	1.060

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS v20, 2022

Dari tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai tolerance dari masing-masing variabel independen, yaitu Lokasi (X1) = 0,941, Pelayanan (X2) = 0,910, Religius Stimuli (X4) = 0,903, Reputasi (X4) = 0,122, Profit Sharing (X5) = 0,123, dan Promosi (X6) = 0,934, dari ketiga variabel tersebut memiliki nilai tolerance  $> 0,1$  maka tidak terjadi multikolinieritas. Dilihat dari tabel diatas Variance Inflation Factory (VIF) dari masing-masing variabel independen yaitu, Lokasi (X1) = 1,062, Pelayanan (X2) = 1,099, Religius Stimuli (X4) = 1,108, Reputasi (X4) = 8,174, Profit Sharing (X5) = 8,135, dan Promosi (X6) = 1,060, dengan nilai VIF  $< 10$  sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independen.

### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Autokorelasi timbul karena residual pada satu pengamatan lain pada model regresi. Dalam penelitian ini uji autokorelasi yang digunakan adalah uji Durbin-Watson (uji DW).

**Tabel 4.18**

**Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.793 <sup>a</sup>	.628	.593	1.635	1.997

a. Predictors: (Constant), Promosi, Religius Stimuli, Lokasi, Profit Sharing, Pelayanan, Reputasi

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

*Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS v20, 2022*

Uji autokorelasi yang digunakan adalah uji Durbin-Watson. Berdasarkan tabel 4.18 diatas menunjukkan nilai Durbin-Watson

sebesar 1,997. Bila nilai DW terletak antara batas atas atau Upper Bound ( $du$ ) dan ( $4-du$ ), maka tidak ada autokorelasi. Didapat nilai dari Durbin-Watson untuk  $n= 70$  dan  $k= 3$  diperoleh nilai DW tabel  $dL = 1.5245$ ,  $dU = 1.7028$ . Nilai DW hitung  $1.997 >$  dari batas atas ( $dU$ ), yaitu  $1.7028$  dan kurang dari  $4.000-dU$ ,  $4.000-1.7028=2,2972$  ( $1,7028 < 1,997 < 2,2972$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi.

#### d. Uji Heterokedasitas

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

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji gejser adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi (sig.)  $>$  lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
2. Jika nilai signifikansi (sig.)  $<$  lebih kecil dari 0,05 maka kesimpulannya adaah terjad gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Heteroskadastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.368	1.586		.862	.392
	Lokasi	-.014	.047	-.037	-.295	.769
	Pelayanan	.035	.045	.100	.776	.441

Religius Stimuli	.037	.058	.081	.628	.532
Reputasi	.001	.148	.002	.005	.996
Profit Sharing	.003	.204	.005	.015	.988
Promosi	-.051	.046	-.139	-1.095	.278

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS v20, 2022

Berdasarkan tabel 4.19 diatas menunjukkan bahwa diketahui nilai signifikansi (sig.) untuk variabel Lokasi (X1) = 0,769, Pelayanan (X2) = 0,441, Religius Stimuli (X4) = 0,532, Reputasi (X4) = 0,996, Profit Sharing (X5) = 0,988 dan Promosi (X6) = 0,278,. Dari keenam variabel nilai signifikansi lebih besar dari  $> 0,05$  maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji Glejser (Uji Heteroskedastisitas) dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini.

## 2. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh Lokasi (X1), Pelayanan (X2), Religius Stimuli, Reputasi (X4), Profit Sharing (X5) dan Promosi (X6) secara parsial maupun secara simultan terhadap Minat Nasabah (Y). Perhitungan statistics dalam analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS v20.

**Tabel 4.20**

### Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.107	3.085		2.952	.004
	Lokasi	.208	.092	.178	2.247	.028
	Pelayanan	-.100	.088	-.092	-1.138	.259
	Religius Stimuli	-.070	.114	-.050	-.615	.541

Reputasi	-.452	.288	-.344	-1.568	.122
Profit Sharing	1.926	.398	1.061	4.842	.000
Promosi	.019	.090	.017	.215	.831

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

*Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS v20, 2022*

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.20 dengan menggunakan SPSS v20 menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki pengaruh yang signifikan. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini. Persamaan regresi dari hasil estimasi analisis regresi linier berganda adalah :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

$$Y = 9,107 + 0,208X_1 - 0,100X_2 - 0,070X_3 - 0,452X_4 + 1,926X_5 + 0,019X_6$$

- 1) Konstanta sebesar 9,107 artinya jika pengaruh Lokasi (X1), Pelayanan (X2), Religius Stimuli (X3), Reputasi (X4), Profit Sharing (X5) dan Promosi (X6), sama dengan nol maka nilai Minat Nasabah (Y) sebesar 9,107.
- 2) Koefisien  $\beta_1$  regresi variabel Lokasi (X1) sebesar 0,208, ini dapat diartikan bahwa peningkatan Lokasi (X1) sebesar 1 satuan, maka tingkat Minat Nasabah (Y) juga akan meningkat sebesar 0,208 satuan.
- 3) Koefisien  $\beta_2$  variabel Pelayanan (X2) sebesar -0,100, ini dapat diartikan bahwa tidak ada peningkatan Pelayanan (X2) sebesar 1 satuan, maka tingkat Minat Nasabah (Y) juga akan kurang sebesar -0,100 satuan
- 4) Koefisien  $\beta_3$  variabel Religius Stimuli (X3) sebesar -0,070, ini dapat diartikan bahwa tidak ada peningkatan Religius Stimuli (X3) sebesar 1 satuan, maka tingkat Minat Nasabah (Y) juga akan berkurang sebesar -0,070 satuan.
- 5) Koefisien  $\beta_4$  variabel Reputasi (X4) sebesar -0,452, ini dapat diartikan bahwa tidak ada peningkatan Reputasi (X4) sebesar 1

satuan, maka tingkat Minat Nasabah (Y) juga akan berkurang sebesar -0,452 satuan.

- 6) Koefisien  $\beta_3$  variabel Profit Sharing (X5) sebesar 1,926, ini dapat diartikan bahwa ada peningkatan Profit Sharing (X5) sebesar 1 satuan, maka tingkat Minat Nasabah (Y) juga akan berkurang sebesar 1,926 satuan.
- 7) Koefisien  $\beta_3$  variabel Promosi (X6) sebesar 0,019, ini dapat diartikan bahwa ada peningkatan Promosi (X6) sebesar 1 satuan, maka tingkat Minat Nasabah (Y) juga akan meningkat sebesar 0,019 satuan.

### 3. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel maka digunakan rumus ( $k ; n - k$ ), diketahui nilai  $n = 70$ ,  $k = 3$ , sehingga bila dimasukkan ke rumus menjadi  $3 ; 70 - 3 = 3 ; 67$ . Pada distribusi nilai  $f_{tabel}$  df nya 67 dan 3 sebesar 2,742, maka diperoleh  $F_{tabel}$  sebesar dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	284.823	6	47.471	17.754	.000 <sup>b</sup>
	Residual	168.448	63	2.674		
	Total	453.271	69			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

b. Predictors: (Constant), Promosi, Religius Stimuli, Lokasi, Profit Sharing, Pelayanan, Reputasi  
*Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS v20, 2022*

Hasil data yang tertera pada tabel 4.21 diatas diperoleh nilai F hitung sebesar 17,754 sedangkan untuk nilai Ftabel dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) 0,05 dan diperoleh F tabel sebesar 2,742. Nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  karena  $17,754 > 2,742$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti Lokasi (X1), Pelayanan (X2), Religius Stimuli (X3), Reputasi (X4),

Profit Sharing (X5) dan Promosi (X6) berpengaruh terhadap Minat Nasabah (Y).

#### 4. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial dan individual terhadap variabel terikat. Adapun kriteria yang digunakan dalam menguji statistik t yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk mengetahui nilai  $\alpha = 0,05$ ,  $n = 70$ ,  $k = 3$ , sehingga bila dimasukkan ke rumus menjadi  $0,05/2 ; 70 - 3 - 1 = 0,025 ; 66$ . Pada distribusi nilai  $t_{tabel}$  nya 66 dan 0,025 sebesar 1.997. Berikut adalah hasil perhitungan uji t.

**Tabel 4.22**  
**Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	9.107	3.085		2.952	.004
	Lokasi	.208	.092	.178	2.247	.028
	Pelayanan	-.100	.088	-.092	-1.138	.259
1	Religius Stimuli	-.070	.114	-.050	-.615	.541
	Reputasi	-.452	.288	-.344	-1.568	.122
	Profit Sharing	1.926	.398	1.061	4.842	.000
	Promosi	.019	.090	.017	.215	.831

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS v20, 2022

Dari hasil output SPSS diatas pada tabel 4.22 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Lokasi (X1) terhadap Minat Nasabah (Y) Variabel Lokasi (X1) memiliki  $t_{hitung}$  2,247 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,997 dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil 0,05. Dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, maka terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara

variabel Lokasi BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_1$ ) terhadap Minat Nasabah (Y).

- 2) Pengaruh Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Minat Nasabah (Y) Variabel pelayanan ( $X_2$ ) memiliki  $t_{hitung}$  -1,138 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1,997 dan tingkat signifikansi 0,259 lebih besar 0,05. Dengan demikian  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, maka tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel Pelayanan BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_2$ ) terhadap Minat Nasabah (Y).
- 3) Pengaruh Religius Stimulu ( $X_3$ ) terhadap Minat Nasabah (Y) Variabel Religius Stimulu ( $X_3$ ) memiliki  $t_{hitung}$  -0,0615 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1,997 dan tingkat signifikansi 0,541 lebih besar 0,05. Dengan demikian  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, maka tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel Religius Stimulu BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_3$ ) terhadap Minat Nasabah (Y).
- 4) Pengaruh Reputasi ( $X_4$ ) terhadap Minat Nasabah (Y) Variabel Reputasi ( $X_4$ ) memiliki  $t_{hitung}$  -1,568 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1,997 dan tingkat signifikansi 0,122 lebih besar 0,05. Dengan demikian  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, maka tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel Reputasi BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_4$ ) terhadap Minat Nasabah (Y).
- 5) Pengaruh Profit Sharing ( $X_5$ ) terhadap Minat Nasabah (Y) Variabel Profit Sharing ( $X_5$ ) memiliki  $t_{hitung}$  4,842 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,997 dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil 0,05. Dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, maka terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel Profit Sharing BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_5$ ) terhadap Minat Nasabah (Y).
- 6) Pengaruh Promosi ( $X_6$ ) terhadap Minat Nasabah (Y) Variabel Promosi ( $X_6$ ) memiliki  $t_{hitung}$  0,215 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1,997 dan tingkat signifikansi 0,831 lebih besar 0,05. Dengan demikian  $H_a$  ditolak dan

Ho diterima, maka tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel Promosi ( $X_6$ ) terhadap Minat Nasabah (Y).



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada BPRS Gunung Slamet Cilacap). Dengan jumlah 70 responden, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Lokasi (X1) terhadap Minat Nasabah (Y) Variabel Lokasi (X1) memiliki  $t_{hitung}$  2,247 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,997 dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil 0,05. Dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, maka **terdapat pengaruh signifikan** secara parsial antara variabel Lokasi BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_1$ ) terhadap Minat Nasabah (Y).
2. Pengaruh Pelayanan (X2) terhadap Minat Nasabah (Y) Variabel pelayanan (X2) memiliki  $t_{hitung}$  -1,138 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1,997 dan tingkat signifikansi 0,259 lebih besar 0,05. Dengan demikian  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, maka **tidak terdapat pengaruh** signifikan secara parsial antara variabel Pelayanan BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_2$ ) terhadap Minat Nasabah (Y).
3. Pengaruh Religius Stimulu (X3) terhadap Minat Nasabah (Y) Variabel Religius Stimulu (X3) memiliki  $t_{hitung}$  -0,0615 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1,997 dan tingkat signifikansi 0,541 lebih besar 0,05. Dengan demikian  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, maka **tidak terdapat pengaruh** signifikan secara parsial antara variabel Religius Stimulu BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_3$ ) terhadap Minat Nasabah (Y).
4. Pengaruh Reputasi (X4) terhadap Minat Nasabah (Y) Variabel Reputasi (X4) memiliki  $t_{hitung}$  -1,568 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1,997 dan tingkat signifikansi 0,122 lebih besar 0,05. Dengan demikian  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, maka **tidak terdapat pengaruh** signifikan secara parsial antara variabel Reputasi BPRS Gunung Slamet Cilacap ( $X_4$ ) terhadap Minat Nasabah (Y).

5. Pengaruh Profit Sharing (X5) terhadap Minat Nasabah (Y) Variabel Profit Sharing (X3) memiliki  $t_{hitung}$  4,842 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,997 dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil 0,05. Dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, maka **terdapat pengaruh** signifikan secara parsial antara variabel Profit Sharing BPRS Gunung Slamet Cilacap (X<sub>5</sub>) terhadap Minat Nasabah (Y).
6. Pengaruh Promosi (X6) terhadap Minat Nasabah (Y) Variabel Promosi (X3) memiliki  $t_{hitung}$  0,215 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1,997 dan tingkat signifikansi 0,831 lebih besar 0,05. Dengan demikian  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, maka **tidak terdapat pengaruh** signifikan secara parsial antara variabel Promosi (X<sub>6</sub>) terhadap Minat Nasabah (Y)

Dari kesimpulan hasil analisis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada BPRS Gunung Slamet Cilacap) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi dan Profit Sharing berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah BPRS Gunung Slamet Cilacap sedangkan variabel pelayanan, Religius Stimulu, Reputasi dan Promosi tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah BPRS Gunung Slamet Cilacap.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka beberapa hal yang dapat disarankan adalah sebagai berikut:

1. Bagi BPRS Gunung Slamet Cilacap

BPRS Gunung Slamet Cilacap diharapkan lebih meningkatkan pelayanan yang baik sehingga dapat membantu para nasabah mendapatkan prioritas yang utama, selain itu, BPRS Gunung Slamet Cilacap lebih mengevaluasi yang masih kurang seperti halnya, pelayanan, religius stimulus, reputasi, dan promosi kepada nasabah dan lebih ditingkatkan lagi perihal lokasi yang strategis serta profit sharing kepada para nasabah BPRS Gunung Slamet Cilacap.

## 2. Bagi Para Nasabah

Para Nasabah diharapkan lebih memperhatikan kualitas pelayanan serta lokasi yang strategis khususnya di BPRS Gunung Slamet Cilacap sehingga dapat menarik minat nasabah ke BPRS Gunung Slamet Cilacap.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini, peneliti memilih hanya beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah, maka dari itu penelitian selanjutnya lebih baik agar menggunakan dan menambahkan faktor-faktor lain sehingga penelitian selanjutnya lebih akurat dan maksimal.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, E. S. (2009). *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16,0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Ahmad, T. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Aji, K., Maria M, M., & Heru, S. W. (2016). Pengaruh Kompensasi, Pendidikan dan Pelatihan Terhadap Prestasi Kerja Karyawan PT Woodexindo Semarang. *manajemen, Vol 2 No 2 Maret*, 3.
- Alguad, M. L. (2003). *Perbankan Syariah Prinsip Praktik Prospek*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azmy, A. (2015). Mengembangkan Human Resource Management Yang Strategis Untuk Menunjang Daya Saing Organisasi :Perspektif Manajemen Kinerja (Performance Management) di Bank Syariah. *Binus Business Review*, 78-90.
- Daniel, A. A. (2013). Pengaruh Pelatihan Kerja dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Sucofindo (persero) Surabaya. *ilmu Manajemen, I*, 566.
- Depdikbud. (1994). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Djaslim, S. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Linda Karya.
- Endo, W. K., & Thomas S, K. (2010). Analisis Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja di Kasus pada Karyawan Restoran di Pakuwon food Festival Surabaya. *Manajemen dan Kewirausahaan, XII*, 102.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Haldani, A. (2013). *al-Qur'an terjemah Dwibahasa*. Bandung: Al-Mizan Publishing House.
- Hasan. (2004). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Husain, U. (2008). *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Isna, A. d. (2012). *Analisis Data Kuantitatif Pendahuluan Praktis Untuk Penelitian Sosial*. Purwokerto: STAIN Press.
- Jannah, M. L. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Kadir, A. M. (2003). *Ilmu Islam Terapan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kasmir. (2002). *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?* Jakarta: Erlangga.
- Malayu, H. S. (2002). *Dasar - Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Malayu, S., & Hasibuan. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mangkunegara, A. A. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mangkunegara, P. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Mardani. (2017). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.
- Meleong, J. L. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Muhammad. (2005). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Muhammad. (2011). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mushlich, A., & Sri, I. (2009). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Nasution. (2009). *Metode Research*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Panji, A. (1992). *Psikologi Kerja*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Patricia M, S., & Mandey, S. L. (2014). Pengaruh Pelatihan Kerja, Motivasi, dan

- Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bank Perkreditan Rakyat Dana Raya. *EMBA, II*, 516.
- Priyatni, D. (2008). *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*. Yogyakarta: Mediakom.
- Priyatno, D. (2008). *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*. Yogyakarta: Mediakom.
- Sarwono, J. (2006). *Analisis Data Penelitian Dengan Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sedyana. (1995). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Presko.
- Shaleh, R. A. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Prenada Media.
- Sinamo, & Jansen. (2011). *Delapan Etos Kerja Profesional*. Jakarta: Institut Mahardika.
- Singgih, S. (2010). *Statistik Parametrik: Konsep dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media komputindo.
- Sjahdein, R. S. (2014). *Perbankan Syariah (produk dan aspek - aspek hukumnya)*. Jakarta: Kencana.
- Sondang P, S. (2004). *Teori Motivasi dan Aplikasinya Cet. Ketiga*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Supriyanto, R. d. (2016). *Pengantar STATISTIKA Panduan Praktis Bagi Pengajar Mahasiswa*. Yogyakarta: KALIMEDIA.
- Syaiful, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis - Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Taniredja, T. d. (2011). *Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*. Purwokerto: ALFABETA.
- Tanjung, R. (2011). Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Garuda Plaza Hotel Medan. 8.

Umar, H. (2000). *Research Methods in Finance and Banking*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

*Undang-undang* . (n.d.).

Usman, R. (2002). *Aspek - Aspek Hukum Perbankan Islam Di Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

wati, D. A. (n.d.). Pengaruh Latar Belakang Pendidikan dan Pengalaman Kerja Terhadap Etos Kerja Karyawan PT BPR Syariah Kota Mojokerto. *Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya*.

Wibowo, E. d. (2005). *Mengapa Memilih Bank Syariah?* Bogor: Ghalia Indonesia.

Wibowo, E. d. (n.d.). *Mengapa Memilih Bank Syariah?*

Winardi, J. (2007). *Motivasi dan Pemasaran dalam Manajemen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Zeedy. (2009). *himpunan Undang - Undang dan Peraturan Pemerintah tentang Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Zeedy.



**LAMPIRAN – LAMPIRAN**



Lampiran 1

*Assalamualaikum wr.wb*

Ditengah Kesibukan Bapak/Ibu/Saudara/I selaku nasabah BPRS Gunung Slamet Cilacap, kami memohon ketersediaanya mengisi angket yang tersedia yang digunakan untuk penelitian atau penyusunan skripsi atas nama Rina Endah Stiyowati, mahasiswi Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto dengan judul: ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH NON MUSLIM MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH (Studi Pada BPRS Gunung Slamet Cilacap).

Demikian permohonan kami sampaikan, kurang lebihnya mohon maaf. Atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi angket kami ucapkan trimakasih.

*Wassalamualaikum wr.wb*



Hormat Saya

Rina Endah Stiyowati

Kami memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi pertanyaan berikut dengan cara mengisi titik – titik di bawah ini atau memberi tanda conteng (v) pada kolom yang tersedia.

Nama : \_\_\_\_\_ (boleh diisi/tidak)

Jenis Kelamin :  Laki – laki  Perempuan

Umur :  17-29 Tahun  30-40 Tahun  
 >40 Tahun

Pekerjaan :  PNS  pegawai Swasta  
 Wiraswasta  Pelajar/Mahasiswa  
 Lainnya

Pendidikan Terakhir :  SMA  Sarjana  
 Diploma  Lainnya

Agama :  Hindu  Kristen  
 Budha  Konghucu

Bapak/Ibu/Saudara/i diminta untuk mengisi faktor – faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di BPRS Gunung Slamet Cilacap.

Keterangan: **SS** : **Sangat Setuju**  
**S** : **Setuji**  
**N** : **Netral**  
**TS** : **Tidak Setuju**  
**STS** : **Sangat Tidak Setuju**

A. Lokasi BPRS Gunung Slamet Cilacap

No	Item Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Lokasi Bank Syariah strategis karena berada dipusat pemerintah					
2	Bank Syariah Terletak didekat kantor lain					
3	Bank Syariah dekat dengan pusat perbelanjaan					
4	Bank Syariah dekat dengan Nasabah					

B. Pelayanan BPRS Gunung Slamet Cilacap

No	Item Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Bank Syariah memiliki Teknologi Peralatan yang mutakhir					
2	Sikap ramah yang diberikan karyawan kepada nasabah Bank Syariah dalam melayani nasabahnya sudah baik					
3	Karyawan Bank Syariah mempunyai kemampuan baik dalam menyampaikan informasi kepada nasabah					
4	Karyawan Bank Syariah memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabahnya.					

C. Religius Stimuli BPRS Gunung Slamet Cilacap

No	Item Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk yang ada pada Bank Syariah sudah sesuai dengan keinginan saudara					
2	Saudara menggunakan bank syariah karena taat terhadap agama					
3	Kinerja Bank Syariah sudah sesuai dengan prinsip – prinsip agama (syariah) yang ada					

D. Reputasi BPRS Gunung Slamet Cilacap

No	Item Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Bank Syariah populer dikalangan masyarakat					
2	Bank Syariah memiliki citra yang baik					
3	Jaringan perusahaan yang dimiliki Bank Syariah sudah cukup banyak					

E. Profit Sharing BPRS Gunung Slamet Cilacap

No	Item Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Nisbah/kesepakatan bagi hasil yang telah ditetapkan oleh Bank Syariah dimuka sesuai dengan keinginan nasabah					
2	Keuntungan yang diperoleh Bank Syariah berpengaruh terhadap pembagian bagi hasil yang akan diterima nasabah					

F. Promosi BPRS Gunung Slamet Cilacap

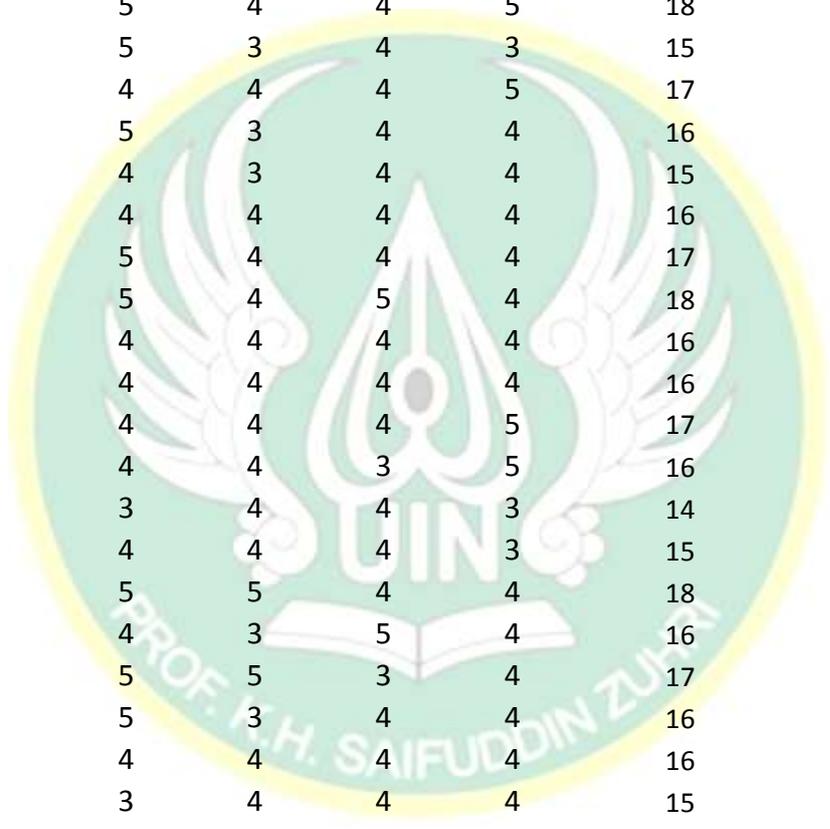
No	Item Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan promosi memudahkan saudara untuk memahami Bank Syariah					
2	Bank Syariah ditujukan untuk berbagai macam lapisan masyarakat					
3	Pemberian insentif agar membeli produk yang diberikan oleh bank syariah telah membuat para nasabah tertarik					
4	Bank syariah sering memberikan hadiah kepada nasabah yang loyal					

Lampiran 2

TABULASI DATA KUESIONER

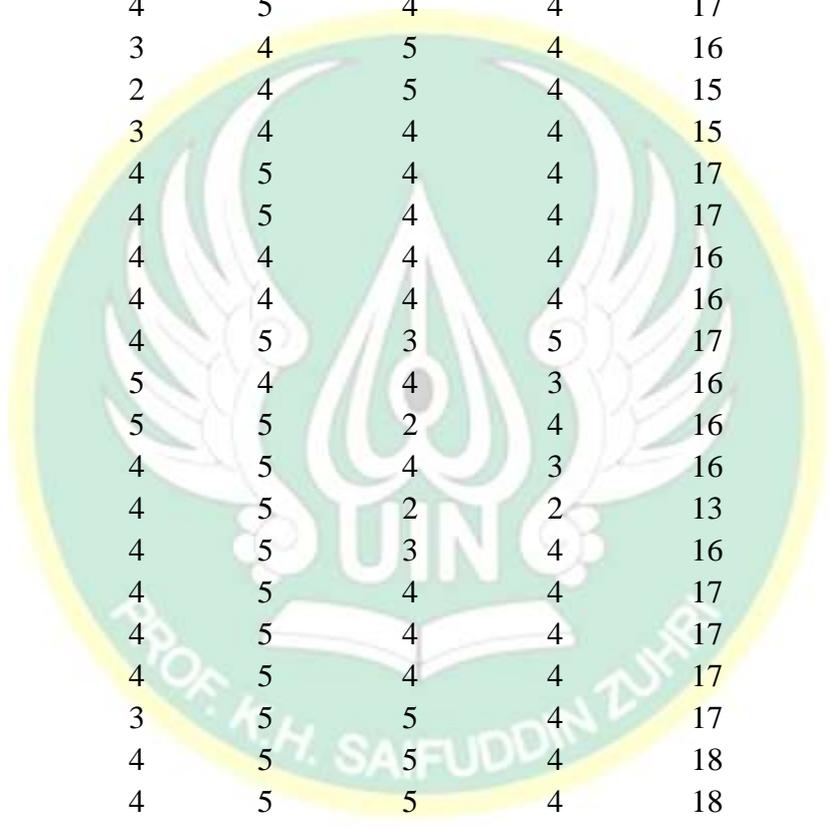
Responden	Lokasi				Total Skor
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
1	4	4	4	3	15
2	5	4	4	4	17
3	5	5	4	4	18
4	4	3	4	3	14
5	5	4	4	3	16
6	3	4	4	5	16
7	4	4	4	4	16
8	5	4	3	3	15
9	4	4	3	3	14
10	5	5	4	4	18
11	4	3	3	5	15
12	4	4	4	4	16
13	5	4	4	4	17
14	3	4	5	4	16
15	4	4	4	3	15
16	5	4	4	4	17
17	5	3	4	4	16
18	5	3	4	4	16
19	4	4	4	4	16
20	5	5	4	4	18
21	5	5	5	3	18
22	4	4	3	4	15
23	4	5	5	5	19
24	5	5	5	4	19
25	5	4	4	4	17
26	3	5	5	4	17
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	5	3	5	4	17
30	4	4	5	4	17
31	5	3	4	4	16
32	5	3	4	4	16
33	4	4	4	3	15
34	4	4	4	5	17
35	4	4	4	3	15

36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	5	17
38	3	4	4	5	16
39	4	4	4	3	15
40	4	5	4	5	18
41	4	5	3	4	16
42	4	4	4	4	16
43	5	5	4	4	18
44	5	4	4	4	17
45	5	4	4	4	17
46	5	4	4	5	18
47	5	3	4	3	15
48	4	4	4	5	17
49	5	3	4	4	16
50	4	3	4	4	15
51	4	4	4	4	16
52	5	4	4	4	17
53	5	4	5	4	18
54	4	4	4	4	16
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	5	17
57	4	4	3	5	16
58	3	4	4	3	14
59	4	4	4	3	15
60	5	5	4	4	18
61	4	3	5	4	16
62	5	5	3	4	17
63	5	3	4	4	16
64	4	4	4	4	16
65	3	4	4	4	15
66	3	3	4	4	14
67	4	4	4	4	16
68	5	5	4	3	17
69	5	4	5	4	18
70	4	4	4	3	15



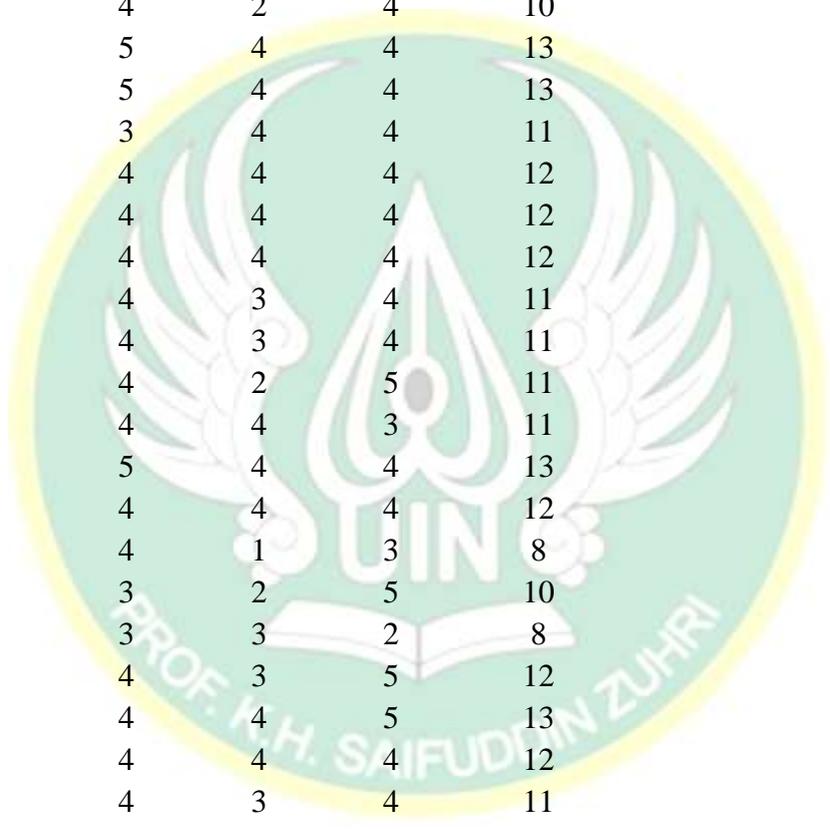
Responden	Pelayanan				Total Skor
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	3	4	5	5	17
2	4	3	5	4	16
3	4	5	5	4	18
4	4	4	5	4	17
5	4	5	4	4	17
6	3	4	4	5	16
7	5	4	5	4	18
8	4	4	5	4	17
9	4	4	4	4	16
10	3	4	4	4	15
11	4	4	3	4	15
12	2	4	3	4	13
13	3	4	5	4	16
14	3	2	2	4	11
15	3	3	3	5	14
16	4	5	2	5	16
17	4	4	3	3	14
18	4	4	2	4	14
19	4	5	3	4	16
20	4	4	4	4	16
21	4	5	4	5	18
22	4	4	4	4	16
23	4	4	3	4	15
24	4	4	5	4	17
25	3	4	5	2	14
26	4	4	5	4	17
27	4	4	5	4	17
28	5	4	4	4	17
29	2	5	4	4	15
30	3	5	5	4	17
31	3	5	4	3	15
32	4	4	5	4	17
33	4	2	5	4	15
34	4	3	4	4	15
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16
37	4	5	4	4	17
38	5	5	4	4	18

39	4	4	4	4	16
40	4	4	4	4	16
41	4	4	4	4	16
42	4	5	4	2	15
43	4	4	3	4	15
44	4	4	5	4	17
45	4	4	5	4	17
46	4	4	5	4	17
47	3	4	5	3	15
48	4	4	5	4	17
49	4	5	4	4	17
50	3	4	5	4	16
51	2	4	5	4	15
52	3	4	4	4	15
53	4	5	4	4	17
54	4	5	4	4	17
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16
57	4	5	3	5	17
58	5	4	4	3	16
59	5	5	2	4	16
60	4	5	4	3	16
61	4	5	2	2	13
62	4	5	3	4	16
63	4	5	4	4	17
64	4	5	4	4	17
65	4	5	4	4	17
66	3	5	5	4	17
67	4	5	5	4	18
68	4	5	5	4	18
69	4	5	4	4	17
70	3	5	4	4	16



Responden	Religius Stimuli			Total Skor
	X3.1	X3.2	X3.3	
1	4	4	5	13
2	4	4	4	12
3	4	3	5	12
4	4	4	5	13
5	3	4	5	12
6	2	3	4	9
7	4	4	4	12
8	4	4	4	12
9	4	4	4	12
10	4	5	4	13
11	5	4	5	14
12	4	4	4	12
13	4	4	4	12
14	4	4	4	12
15	3	3	4	10
16	4	4	3	11
17	4	4	4	12
18	4	3	3	10
19	5	4	3	12
20	5	3	4	12
21	4	4	5	13
22	4	4	4	12
23	3	4	4	11
24	4	4	4	12
25	5	4	5	14
26	4	4	2	10
27	5	1	4	10
28	3	2	5	10
29	4	3	4	11
30	4	3	4	11
31	4	2	5	11
32	4	4	5	13
33	5	4	4	13
34	4	1	4	9
35	4	4	5	13
36	3	4	4	11
37	4	4	4	12
38	4	2	5	11

39	4	4	4	12
40	4	4	5	13
41	4	3	2	9
42	4	4	3	11
43	3	4	2	9
44	4	3	5	12
45	5	4	5	14
46	4	4	5	13
47	4	4	4	12
48	2	3	4	9
49	4	2	4	10
50	5	4	4	13
51	5	4	4	13
52	3	4	4	11
53	4	4	4	12
54	4	4	4	12
55	4	4	4	12
56	4	3	4	11
57	4	3	4	11
58	4	2	5	11
59	4	4	3	11
60	5	4	4	13
61	4	4	4	12
62	4	1	3	8
63	3	2	5	10
64	3	3	2	8
65	4	3	5	12
66	4	4	5	13
67	4	4	4	12
68	4	3	4	11
69	2	4	4	10
70	5	3	4	12



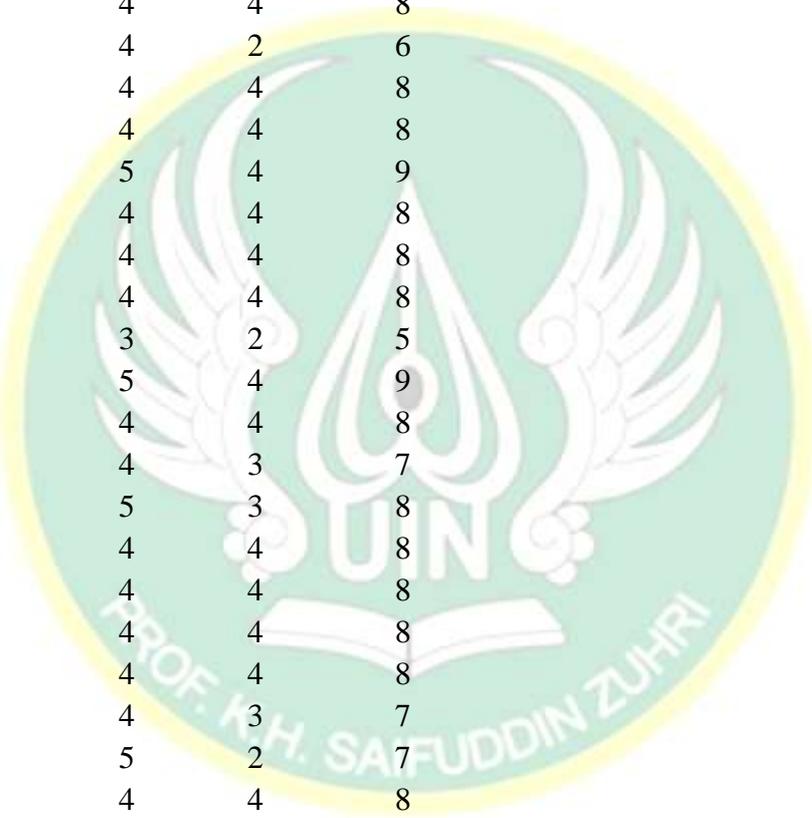
Responden	Reputasi			Total Skor
	X4.2	X4.2	X4.3	
1	5	3	4	12
2	5	3	4	12
3	4	4	3	11
4	4	3	4	11
5	4	4	4	12
6	5	3	3	11
7	5	4	4	13
8	5	4	4	13
9	5	5	4	14
10	4	4	4	12
11	4	3	4	11
12	5	2	4	11
13	4	3	3	10
14	5	4	3	12
15	5	4	4	13
16	5	4	4	13
17	5	4	4	13
18	4	4	4	12
19	4	4	3	11
20	3	4	3	10
21	5	4	4	13
22	5	3	3	11
23	5	4	4	13
24	5	4	4	13
25	5	4	4	13
26	4	4	3	11
27	4	4	4	12
28	5	4	4	13
29	5	5	3	13
30	4	3	4	11
31	3	3	4	10
32	5	4	4	13
33	4	5	4	13
34	4	4	3	11
35	4	4	4	12
36	4	3	4	11
37	5	3	4	12
38	5	4	4	13

39	4	4	4	12
40	5	4	3	12
41	5	4	3	12
42	4	4	3	11
43	4	4	3	11
44	5	4	4	13
45	4	4	3	11
46	4	5	4	13
47	5	4	4	13
48	4	4	4	12
49	4	5	4	13
50	5	5	3	13
51	4	4	3	11
52	4	4	3	11
53	4	4	4	12
54	4	5	3	12
55	5	4	4	13
56	5	5	3	13
57	5	4	4	13
58	4	4	3	11
59	4	5	4	13
60	5	4	3	12
61	5	5	4	14
62	4	4	3	11
63	4	3	4	11
64	5	4	4	13
65	5	3	4	12
66	5	4	3	12
67	4	5	3	12
68	4	4	4	12
69	5	5	3	13
70	4	4	3	11



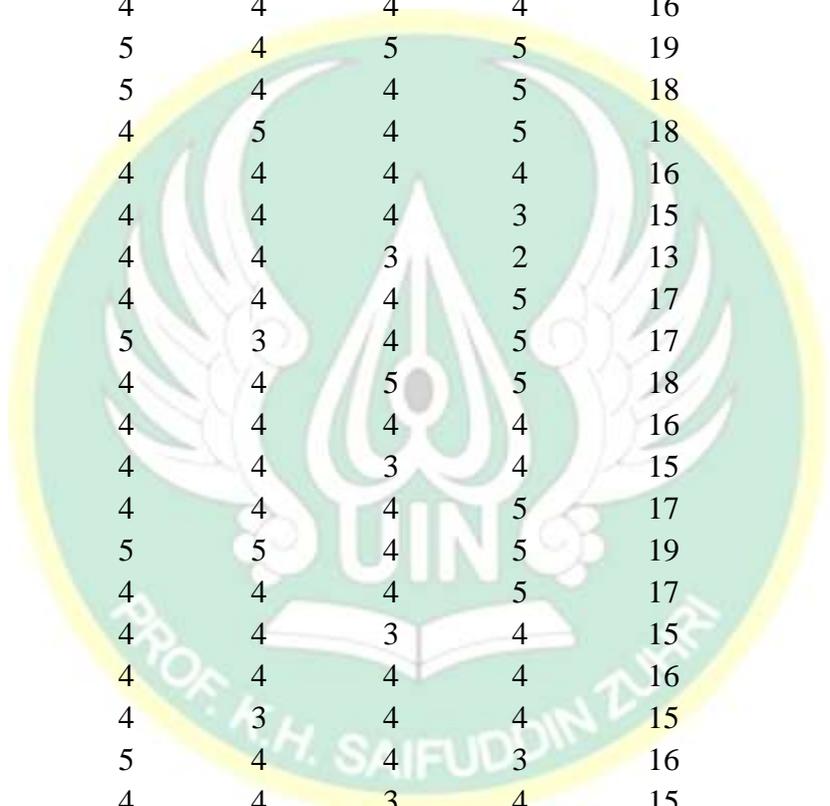
Responden	Profit		Total Skor
	Sharing	X5.2	
1	4	3	7
2	4	3	7
3	5	4	9
4	4	4	8
5	4	3	7
6	5	3	8
7	4	4	8
8	4	3	7
9	4	3	7
10	5	3	8
11	3	3	6
12	4	4	8
13	5	3	8
14	4	3	7
15	4	4	8
16	4	3	7
17	5	3	8
18	4	3	7
19	4	3	7
20	5	4	9
21	4	4	8
22	4	4	8
23	4	4	8
24	4	4	8
25	4	4	8
26	3	4	7
27	2	4	6
28	4	4	8
29	5	4	9
30	4	4	8
31	4	3	7
32	5	3	8
33	4	2	6
34	5	4	9
35	4	4	8
36	4	4	8
37	3	4	7
38	4	4	8

39	4	4	8
40	4	4	8
41	4	4	8
42	3	4	7
43	3	4	7
44	2	4	6
45	4	4	8
46	4	3	7
47	4	4	8
48	5	4	9
49	4	4	8
50	4	2	6
51	4	4	8
52	4	4	8
53	5	4	9
54	4	4	8
55	4	4	8
56	4	4	8
57	3	2	5
58	5	4	9
59	4	4	8
60	4	3	7
61	5	3	8
62	4	4	8
63	4	4	8
64	4	4	8
65	4	4	8
66	4	3	7
67	5	2	7
68	4	4	8
69	5	4	9
70	5	4	9



Responden	Promosi				Total Skor
	X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	
1	5	4	4	5	18
2	5	4	4	5	18
3	5	3	5	5	18
4	5	4	4	4	17
5	5	4	4	5	18
6	5	4	4	5	18
7	5	4	4	4	17
8	4	4	3	5	16
9	5	3	4	5	17
10	4	4	4	5	17
11	4	4	4	5	17
12	4	4	5	4	17
13	4	3	4	4	15
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16
16	4	4	3	5	16
17	4	5	4	5	18
18	4	4	4	5	17
19	4	4	4	4	16
20	4	4	3	5	16
21	4	3	4	5	16
22	4	4	4	5	17
23	4	4	4	4	16
24	4	3	4	4	15
25	4	4	5	4	17
26	4	4	4	3	15
27	4	3	4	5	16
28	4	4	3	4	15
29	4	4	4	4	16
30	5	4	4	4	17
31	4	4	5	4	17
32	4	4	4	5	17
33	5	5	4	4	18
34	4	4	4	4	16
35	5	4	3	5	17
36	4	4	4	5	17
37	5	2	4	5	16
38	4	3	5	5	17

39	4	4	5	4	17
40	5	4	4	4	17
41	4	4	3	4	15
42	4	4	2	5	15
43	5	5	3	4	17
44	5	4	4	4	17
45	4	4	3	5	16
46	4	4	4	5	17
47	4	3	5	5	17
48	4	4	4	5	17
49	4	4	4	4	16
50	5	4	5	5	19
51	5	4	4	5	18
52	4	5	4	5	18
53	4	4	4	4	16
54	4	4	4	3	15
55	4	4	3	2	13
56	4	4	4	5	17
57	5	3	4	5	17
58	4	4	5	5	18
59	4	4	4	4	16
60	4	4	3	4	15
61	4	4	4	5	17
62	5	5	4	5	19
63	4	4	4	5	17
64	4	4	3	4	15
65	4	4	4	4	16
66	4	3	4	4	15
67	5	4	4	3	16
68	4	4	3	4	15
69	4	5	4	4	17
70	4	4	3	4	15



Lampira 3

Hasil Uji Validasi dan Realiabilitas Lokasi

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.504**	,207	.357**	.742**
	Sig. (2-tailed)		,000	,086	,002	,000
	N	70	70	70	70	70
X1.2	Pearson Correlation	.504**	1	,218	.296*	.702**
	Sig. (2-tailed)	,000		,070	,013	,000
	N	70	70	70	70	70
X1.3	Pearson Correlation	,207	,218	1	.357**	.639**
	Sig. (2-tailed)	,086	,070		,002	,000
	N	70	70	70	70	70
X1.4	Pearson Correlation	.357**	.296*	.357**	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	,002	,013	,002		,000
	N	70	70	70	70	70
TOTAL	Pearson Correlation	.742**	.702**	.639**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70	70

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,655	4

## Hasil Uji Validits dan Reliabilitas Pelayanan

### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.324**	.333**	.344**	.703**
	Sig. (2-tailed)		,006	,005	,004	,000
	N	70	70	70	70	70
X2.2	Pearson Correlation	.324**	1	,215	.356**	.665**
	Sig. (2-tailed)	,006		,073	,003	,000
	N	70	70	70	70	70
X2.3	Pearson Correlation	.333**	,215	1	.502**	.723**
	Sig. (2-tailed)	,005	,073		,000	,000
	N	70	70	70	70	70
X2.4	Pearson Correlation	.344**	.356**	.502**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	,004	,003	,000		,000
	N	70	70	70	70	70
TOTAL	Pearson Correlation	.703**	.665**	.723**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70	70

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,677	4

## Uji Validitas dan Realiabilitas Religius Stimuli

### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.460**	.297*	.757**
	Sig. (2-tailed)		,000	,013	,000
	N	70	70	70	70
X3.2	Pearson Correlation	.460**	1	.311**	.797**
	Sig. (2-tailed)	,000		,009	,000
	N	70	70	70	70
X3.3	Pearson Correlation	.297*	.311**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	,013	,009		,000
	N	70	70	70	70
TOTAL	Pearson Correlation	.757**	.797**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70

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

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,622	3

## Uji Validitas dan Reliabilitas Reputasi

### Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	TOTAL
X4.1	Pearson Correlation	1	.438**	.387**	.772**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000
	N	70	70	70	70
X4.2	Pearson Correlation	.438**	1	.462**	.808**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	70	70	70	70
X4.3	Pearson Correlation	.387**	.462**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000
	N	70	70	70	70
TOTAL	Pearson Correlation	.772**	.808**	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,693	3

## Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Profit Sharing

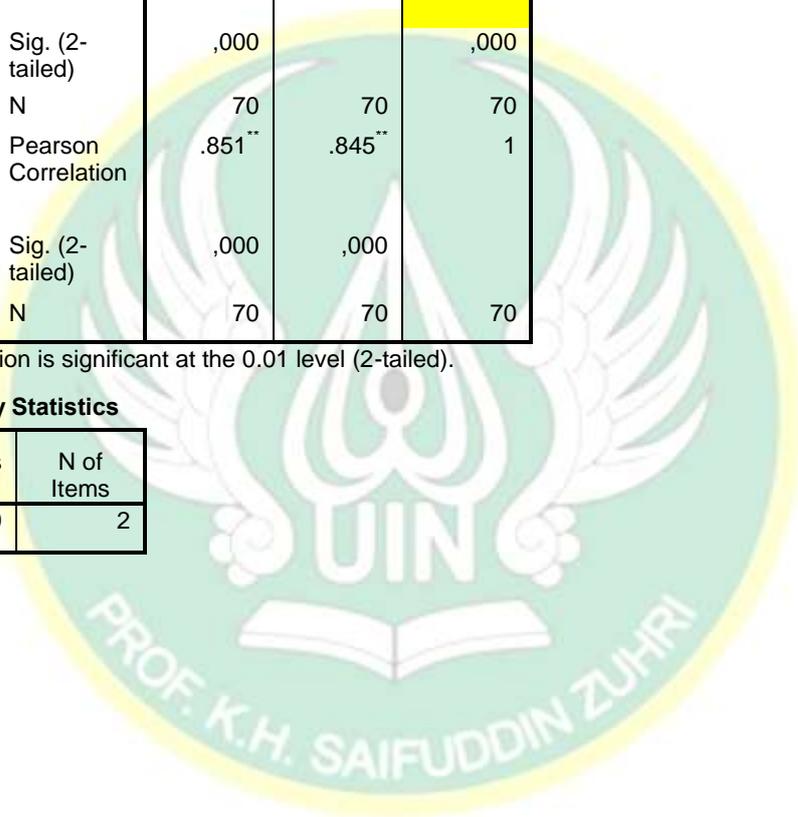
### Correlations

		X5.1	X5.2	TOTAL
X5.1	Pearson Correlation	1	.438**	.851**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	70	70	70
X5.2	Pearson Correlation	.438**	1	.845**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	70	70	70
TOTAL	Pearson Correlation	.851**	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	70	70	70

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,609	2



## Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi

### Correlations

		X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	TOTAL
X6.1	Pearson Correlation	1	.345**	.289*	.350**	.692**
	Sig. (2-tailed)		,003	,015	,003	,000
	N	70	70	70	70	70
X6.2	Pearson Correlation	.345**	1	.445**	.417**	.770**
	Sig. (2-tailed)	,003		,000	,000	,000
	N	70	70	70	70	70
X6.3	Pearson Correlation	.289*	.445**	1	.377**	.709**
	Sig. (2-tailed)	,015	,000		,001	,000
	N	70	70	70	70	70
X6.4	Pearson Correlation	.350**	.417**	.377**	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,001		,000
	N	70	70	70	70	70
TOTAL	Pearson Correlation	.692**	.770**	.709**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70	70

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

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,701	4

## Hasil Validitas dan Reliabilitas Minat Nasabah

### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.438**	.085	.092	.174	.583**
	Sig. (2-tailed)		.000	.485	.449	.151	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y2	Pearson Correlation	.438**	1	.146	.269*	.393**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000		.228	.024	.001	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y3	Pearson Correlation	.085	.146	1	.398**	.322**	.575**
	Sig. (2-tailed)	.485	.228		.001	.007	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y4	Pearson Correlation	.092	.269*	.398**	1	.389**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.449	.024	.001		.001	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y5	Pearson Correlation	.174	.393**	.322**	.389**	1	.709**
	Sig. (2-tailed)	.151	.001	.007	.001		.000
	N	70	70	70	70	70	70
TOTAL	Pearson Correlation	.583**	.705**	.575**	.650**	.709**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70

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

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

Cronbach's Alpha	N of Items
.647	5



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iaipuwokerto.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL**

Nomor: 983/In.17/FEBl.J.PS/PP.009/V/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Rina Endah Stiyowati  
NIM : 1617202033  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Pembimbing : Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E.,  
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada BPRS Gunung Slamet Cilacap)

Pada tanggal 22/04/2021 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS,

dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 26 April 2021  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



**Yoz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.**  
NIP. 19781231 200801 2 027



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF**  
Nomor : 2378/In.17/FEBLJ.PS/PP.009/XII/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto menerangkan bahwa :

N a m a : Rina Endah Stiyowati  
N I M : 1617202033  
Semester : IX  
Jurusan : S-1 Perbankan Syariah

Mahasiswa tersebut benar-benar telah melaksanakan Ujian Komprehensif pada Hari Jumat, tanggal 11 desember 2020 dengan nilai B+

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Purwokerto  
Pada Tanggal : 16 Desember 2020  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah,



**Prof. Sholwa Shafrani, SP., M.Si.**  
NIP. 19781231 200801 2 027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL**

Nama : Rina Endah Stiyowati  
NIM : 1617202033  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Tanggal Seminar : Kamis, 22 April 2021  
Pembimbing : Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E.,  
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada BPRS Gunung Slamet Cilacap)

Catatan:

NO	ASPEK	URAIAN
1	Substansi Materi	1. Untuk di Latar Belakang Masalah Kurang menekankan perilaku nasabah non muslim memutuskan menggunakan jasa perbankan syariah 2. Pembahasan variabel pada latar belakang masalah tidak perlu 3. Melakukan wawancara kepada nasabah non muslim terkait faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menggunakan jasa perbankan syariah
2	Metode Penelitian	-
3	Teknik Penulisan	1. Untuk penelitian kuantitatif tidak perlu menggunakan definisi operasional 2. Tujuan penelitian menyesuaikan rumusan masalah 3. Belum ada hipotesis 4. Penelitian sebelumnya di tulis di dapus
4	Lain-lain	Untuk referensi harus bersumber pada jurnal
5	Saran	-

Purwokerto, 22 April 2021

Penguji



Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT  
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553  
www.uinsaiu.ac.id

### SURAT KETERANGAN

Nomor: B-589/Un.19/K.LPPM/HM.00/6/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Prof. Dr. H. Ansori, M.Ag.  
NIP : 19650407 199203 1 004  
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat  
(LPPM) UIN SAIZU Purwokerto

Menerangkan nama di bawah ini:

Nama : Rina Endah Stiyowati  
NIM : 1617202033  
Fakultas/Prodi : FEBI/PS

Telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-45 Tahun 2020 dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **87 (A)**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 12 Juni 2023  
Kiai LPPM  
  
Prof. Dr. H. Ansori, M.Ag.  
NIP. 19650407 199203 1 004



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Alamat: Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, 628250 Fax: 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

### **SURAT KETERANGAN**

Nomor : 0519/In.17/Lab.FEBI/PP.009/V/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : H. Sochim, Lc., M.Si  
NIP : 19691009 200312 1 001  
Jabatan : Kepala Laboratorium  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)  
Pada Instansi/Lembaga : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

Menerangkan bahwa :

Nama : **Rina Endah Stiyowati**  
NIM : 1617202033  
Jurusan /Prodi : Perbankan Syariah / Perbankan Syariah

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di *BPRS Gunung Slamet KC Ajibarang* pada tanggal 20 Januari s/d 28 Februari Mahasiswa tersebut di atas dinyatakan **Lulus** dengan mendapatkan nilai **A**

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagai pengganti sertifikat belum tercetak dan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Dibuat di : Purwokerto  
Pada Tanggal : 12 Mei 2020

Kepala Laboratorium FEBI

**H. Sochim, Lc., M.Si.**  
NIP. 19691009 200312 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.uinsaizu.ac.id

## **REKOMENDASIMUNAQOSAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.  
NIP : 19920613 201801 2 001  
Jabatan : Koordinator Prodi Perbankan Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : RINA ENDAH STIYOWATI  
NIM : 1617202033  
Semester/ SKS : XIV/ 142 SKS  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Tahun Akademik : 2021/2022

Menerangkan bahwa skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diujikan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian munaqosah dan digunakan sebagaimana mestinya.

Koord. Prodi Perbankan Syariah



**Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.**  
NIP. 19920613 201801 2 001

Dibuat di Purwokerto  
Tanggal 9 Juni 2023  
Dosen Pembimbing



**Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.S.**



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636053, www.iaipurwokerto.ac.id

**REKOMENDASISEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Dengan ini kami Dosen Pembimbing dari mahasiswa:

Nama : Rina Endah Stiyowati  
NIM : 1617202033  
Semester : X  
Prodi : Perbankan Syariah  
Tahun Akademik : 2020/2021  
Judul Proposal Skripsi : Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada BPRS Gunung Slamet Cilacap)

Menerangkan bahwa proposal skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diseminarkan apabila yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik. Kepada pihak-pihak yang terkait dengan seminar ini diharapkan maklum.

Mengetahui,

Kepala Jurusan Perbankan Syariah



Dr. H. Shafiqul Hafriani, S.P., M.Si  
NIP. 197812312008012027

Purwokerto 12 Maret 2021

Dosen Pembimbing

Dr. H. Candra Warsito, M.Si.  
NIP. 197903232011011007

## PANITIA OPAK 2016

### DEWAN EKSEKUTIF MAHASISWA

#### INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PURWOKERTO

Kantor: Gedung Lembaga Kemahasiswaan L-1 Jl. A. Yani No. 40-A Purwokerto Utara



## SERTIFIKAT

NO: 193/A1/Pan.OPAK/IX/2016

*diberikan kepada:*

# RINA ENDAH STIYOWATI

*sebagai*

## P E S E R T A

Dalam Kegiatan Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAK) 2016 yang diselenggarakan oleh Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto Dengan Tema : *"Revitalisasi Pembinaan mahasiswa Mahasiswa Bilingual, Jilami, dan Berbudaya"* Pada Tanggal 29 Agustus - 01 September 2016 di IAIN Purwokerto.

*dengan nilai :*

Kepemimpinan	79	Kehadiran	80	Kedisiplinan	80	Kesopanan	80	Rata-rata	82,4
--------------	----	-----------	----	--------------	----	-----------	----	-----------	------

Ketua Bakti III

Mengetahui,  
Ketua DEMA-I



H. Sugriyanto, Lc., M.S.I.  
NIP. 659740316 100003 1 001

Ketua Panitia

*(Signature)*  
Mohamad Anas  
NIM. 1223204019

Mohamad Naimudin Malikah  
NIM. 1223201207

## SKRIPSI\_RINA ENDAH

### ORIGINALITY REPORT

**20%**  
SIMILARITY INDEX

**16%**  
INTERNET SOURCES

**4%**  
PUBLICATIONS

**13%**  
STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	<a href="https://repository.upstegal.ac.id">repository.upstegal.ac.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="https://digilib.uinkhas.ac.id">digilib.uinkhas.ac.id</a> Internet Source	1%
3	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1%
4	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1%
5	Submitted to Universitas Negeri Medan Student Paper	1%
6	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	1%
7	<a href="https://repository.unpkediri.ac.id">repository.unpkediri.ac.id</a> Internet Source	1%
8	Submitted to UIN Walisongo Student Paper	<1%
9	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar	<1%

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Rina Endah Stiyowati
2. NIM : 1617202033
3. Tempat/Tgl Lahir : Cilacap, 06 April 1997
4. Alamat Rumah : Jl. Kepiting NO. 18 Sikampung, Kroya, Cilacap
5. Nama Ayah : Mochamad Syaebani
6. Nama Ibu : Liyanti

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. SD/MI, Tahun lulus : SD N 4 Sikampung, 2009
  - b. SMP/Mts, Tahun lulus : SMP N 4 Gentasari, 2012
  - c. SMA/MAN, Tahun Lulus : SMA N 2 Gentasari, 2015
  - d. S1, Tahun Masuk : UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2016
2. Pendidikan Non Formal
  - a. Pondok Pesantren al-Hidayah Karang Suci



Purwokerto, 16 Juni 2023

Rina Endah Stiyowati  
1617202033