

**SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MINAT MASYARAKAT NON MUSLIM MENJADI  
NASABAH BANK SYARIAH DI BANDA ACEH**



**Disusun Oleh:**

**SITI MAWADDAH**

**NIM: 140603086**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2019M / 1440H**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Siti Mawaddah  
NIM : 140603086  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

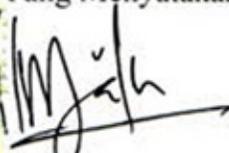
- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 17 Januari 2019

Yang Menyatakan

   
Siti Mawaddah

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah

Dengan Judul:

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non  
Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Banda Aceh**

Disusun Oleh:

Siti Mawaddah  
NIM: 140603086

Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya  
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi  
pada Program Studi Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

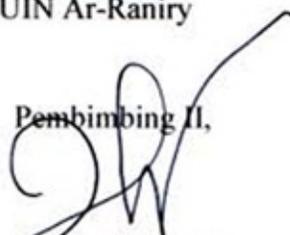
Pembimbing I,



Ayumiati, SE., M.Si

NIP. 19780615 200912 2 002

Pembimbing II,



Safwan, SE., M.Si

NIDN. 1321017801

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc

NIP: 19720907 200003 1 001

**LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL**

**SKRIPSI**

Siti Mawaddah  
NIM: 140603086

Dengan Judul:

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Banda Aceh**

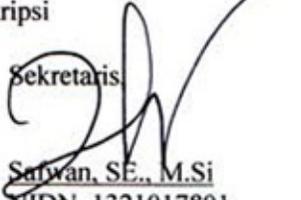
Telah diseminarkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan  
Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata I dalam bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Senin, 4 Februari 2019 M  
29 Jumadil Awal 1440 H

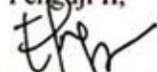
Banda Aceh

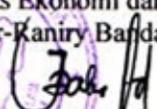
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua  
  
Ayu Riaty, SE., M.Si.  
NIP. 19780615 200912 2 002

Sekretaris  
  
Saifwan, SE., M.Si  
NIDN. 1321017801

Penguji I  
  
Dr. Hafas Furqani, M.Ec  
NIP. 198006252009011009

Penguji II,  
  
Eliana, SE., M.Si

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
  
Dr. Zaki Fuad, M.Ag  
NIP. 19640314 199203 1 003





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922  
Web:[www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email:[library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Siti Mawaddah  
NIM : 140603086  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
E-mail : [sitysisit@gmail.com](mailto:sitysisit@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  .....

Yang berjudul:

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Banda Aceh**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

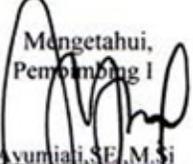
Secara *full text* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 17 Januari 2019

Penulis  
  
Siti Mawaddah  
NIM: 140603086

Mengetahui,  
Pembimbing I  
  
Ayu Miali, SE., M.Si  
NIP.19080615 200912 2 002

Pembimbing II  
  
Safwan, SE., M.Si  
NIDN. 1321017801

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, Shalawat serta salam semoga senantiasa Allah SWT berikan kepada Nabi Muhammad SAW, Keluarga, Para sahabatnya, dan para pengikutnya sampai akhir zaman.

Adapun penulisan skripsi ini diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak menerima saran petunjuk, bimbingan, dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak, khususnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
2. Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc., dan Ayumiati, SE., M.Si, selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan nasehat-nasehat, arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini, serta Mukhlis, S.HI., SE., MH. selaku operator program Studi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry.
3. Muhammad Arifin Ph. D., selaku Ketua Laboratorium dan Akmal Riza, M.Si., selaku Sekretaris Laboratorium.

4. Ayumiati, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Safwan, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan ilmu, arahan dan masukan dengan penuh kesabaran dan keikhlasan dari awal sampai selesainya skripsi ini.
5. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Penguji I dan Eliana, SE., M.Si selaku Penguji II yang telah memberikan masukan yang membangun untuk perbaikan skripsi ini.
6. Cut Dian Fitri, S.E., M.Si., Ak., CA., sebagai Penasihat Akademik yang telah membimbing dan arahan selama perkuliahan, serta seluruh dosen dan staf pengajar program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis. .
7. Bapak tercinta Alm. H.M.Djamil Dadeh dan kepada Mamak tercinta Almh. Hj.Siti Kahfi Ismail, kasih sayang yang begitu dalam membuat penulis dapat merasakan kekuatan cinta hingga saat ini. Dan kepada Abang-abang, kakak-kakak, keponakan dan keluarga besar Alm. H.M.Djamil Dadeh yang telah memberikan kasih sayang serta doa, dan juga menjadi penyemangat bagi penulis.
8. Sahabat-sahabatku tercinta Fina Munadhirah, SE, Eka Mustika, SE, Luwes Anaticia, SE , Amrina Nazli, SE, Ulya Thahirah, SE, Fiqi Caesar, SE yang senantiasa menemani,

serta perhatian dan semangat yang kalian berikan selama ini.

9. Teman-temanku tersayang Alvi Naslia, SE, Indah Mawar, SE, Nurasyifa Tunnisa, SE, dan Fatin Fathariyah, SE yang telah menemani hari-hari belajar dimasa perkuliahan dan memberikan semangat hingga dapat diselesaikannya penulisan skripsi ini. Dan juga kepada teman-teman seperjuangan di Program Studi Perbankan Syariah, yang selalu ada untuk memberikan bantuan dan semangat serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Bantuan itu semua dipulangkan kepada Allah SWT untuk memberikan ganjaran dan pahala yang setimpal. Dalam penyusunan skripsi ini penulis berupaya semaksimal mungkin agar skripsi ini menjadi sempurna. Namun penulis menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk menjadikan skripsi ini lebih baik.

*Amin Ya Rabbal 'Alamin.*

Banda Aceh, 17 Januari 2019

Penulis,

Siti Mawaddah

**TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN**  
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K  
Nomor: 158 Tahun1987–Nomor: 0543 b/u/1987

**1. Konsonan**

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidakdilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

### 3. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
يَ / َ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ / ِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ / ُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

### 4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة) hidup

*Ta marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. *Ta marbutah* (ة) mati

*Ta marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	: <i>al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah</i>
طَلْحَةُ	: <i>Talḥah</i>

### **Catatan:**

#### **Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr ; Beirut, bukan Bayrut ; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

## ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Siti Mawaddah  
NIM : 140603086  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : S1 Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banda Aceh  
Tanggal Sidang : 4 Februari 2019  
Tebal Skripsi : 104 halaman  
Pembimbing I : Ayumiati, SE., M.Si.  
Pembimbing II : Safwan SE., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh reputasi, *profit sharing*, dan produk terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah di Banda Aceh. Metode penelitian yang digunakan penelitian kuantitatif dan jenis penelitian adalah penelitian lapangan dengan menggunakan skala *likert*. Sampel penelitian ini masyarakat non muslim Banda Aceh sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik *insidental sampling*. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi, *profit sharing*, dan produk secara bersama-sama (uji F) memiliki pengaruh yang positif terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah di Banda Aceh. Berdasarkan uji T: (1) Reputasi berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim secara signifikan (2) *Profit Sharing* berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim secara signifikan (3) Produk berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim secara signifikan. Variabel yang paling dominan adalah Reputasi

**Kata Kunci:** Reputasi, *Profit Sharing*, Produk, Minat Masyarakat Non Muslim

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL KEASLIAN</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL KEASLIAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>HALAMAN TRANSLITERASI</b> .....	x
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	10
2.1 Pengertian Perbankan Syariah .....	10
2.2 Minat .....	13
2.3 Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banda Aceh .....	14
2.4 Temuan Penelitian Terkait .....	19
2.5 Kerangka Berfikir .....	21
2.6 Pengembangan Hipotesis .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	23
3.1 Jenis Penelitian .....	23
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	23
3.3 Tempat Penelitian .....	23

3.4 Populasi dan Sampel.....	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.6 Skala Pengukuran .....	25
3.7 Operasional Variabel Penelitian .....	26
3.8 Metode Analisis Data .....	27
3.9 Pengujian Hipotesis .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.2 Karakteristik Responden .....	36
4.3 Statistik Deskriptif.....	38
4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	45
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	47
4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	50
4.7 Hasil Uji Ketetapan Model .....	52
4.8 Pembahasan .....	57
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penduduk Aceh Berdasarkan Agama .....	5
Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional .....	12
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	36
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif .....	38
Tabel 4.3 Interpretasi Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden.....	39
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Persepsi Responden Terhadap Minat.....	40
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Persepsi Responden Terhadap Reputasi.....	41
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Persepsi Responden Terhadap <i>Profit Sharing</i> .....	43
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Persepsi Responden Terhadap Produk.....	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas .....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	47
Tabel 4.10 Uji Kolmogorov-Smirnov.....	48
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas .....	50
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan .....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial.....	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi .....	56

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	21
Gambar 4.1 Grafik Pengujian Heterokedstisitas .....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	70
Lampiran 2 Data Nasabah .....	74
Lampiran 3 Hasil Output SPSS .....	81
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup .....	86

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang. Dalam sejarah perekonomian umat Islam, pembiayaan yang dilakukan dengan akad yang sesuai syariah telah menjadi bagian dari tradisi umat Islam sejak zaman Rasulullah SAW. Praktik-praktik seperti menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan bisnis, serta melakukan pengiriman uang, telah lazim dilakukan sejak zaman Rasulullah SAW. Maka, fungsi-fungsi utama perbankan modern, yaitu menerima deposit, menyalurkan dana dan melakukan transfer dana telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat Islam, bahkan sejak zaman Rasulullah SAW (Adiwarman, 2007)

Perkembangan pesat perbankan syariah terutama sejak ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional tentang perbankan melalui Undang-Undang No.7 tahun 1992 tentang perbankan yang kemudian menjadi Undang-undang No.10 tahun 1998 yang menyebutkan pada pasal 1 poin ke-2 bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan

taraf hidup rakyat banyak. Kemudian dikeluarkan hukum yang terbaru yaitu Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka perkembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan mendorong pertumbuhan secara lebih pesat lagi.

Perkembangan bank syariah di Eropa yang sebagian besar masyarakatnya non muslim mengalami pertumbuhan pesat, terutama Inggris yang menjadi pelopor bahkan memosisikan diri untuk menjadi pusat keuangan Islam. Laporan yang dibuat oleh *Internasional Finansial Services London* mengungkapkan bahwa perbankan Islam di Inggris pada saat ini sudah lebih besar dari pada Pakistan (Sjahdeini, 2014).

Perbankan syariah terbukti lebih bisa memberi keuntungan kepada nasabah karena dalam operasionalnya lebih hati-hati tidak mengandalkan spekulasi yang justru bisa mendatangkan risiko fatal bagi nasabah. Sistem perbankan syariah itu tidak hanya cocok untuk umat Islam saja, tetapi juga diperlukan untuk seluruh masyarakat termasuk masyarakat yang non muslim (Apriyantini, 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 saja umat Islam, tetapi juga non-muslim

karena perbankan syariah bersifat universal. Layaknya sebuah produk barang, perbankan syariah mulai diminati oleh semua kalangan konsumen baik muslim maupun non-muslim di Indonesia. Konsumen mempunyai alasan tertentu atau faktor-faktor yang mempengaruhi mereka untuk mengambil keputusan dalam menetapkan pilihan pada bank syariah (Apriyantini, 2014).

Perilaku konsumen yaitu tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Jadi, pemahaman masyarakat non muslim tentang perbankan syariah terhadap minat menabung diperkirakan dipengaruhi oleh perilaku dari masyarakat itu sendiri (Mangkunegara, 2002:4).

Banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat non muslim memilih menggunakan bank syariah, salah satunya seperti reputasi. Suatu bank yang mempunyai reputasi yang baik akan dipercaya oleh nasabahnya. Sebuah bank dipandang mempunyai reputasi apabila bank itu diakui dan dipercayai sebagai perusahaan jasa dengan nama baiknya di mata masyarakat (Maryani, 2005:23).

*Brand image* memegang peranan penting dalam mengembangkan sebuah merek yang menyangkut reputasi dari kredibilitas, sehingga konsumen menjadikannya sebagai pedoman untuk mencoba dan menggunakan produk atau jasa sehingga menimbulkan pengalaman tertentu. *Brand image* merupakan

bentuk tertentu dari suatu jejak makna yang tertinggal di benak konsumen. Konsumen yang memiliki citra yang baik terhadap suatu merek akan memungkinkan untuk melakukan proses pembelian (Maryani, 2005).

Pengelolaan perbankan syariah yang berprinsip syariah Islam terbukti bisa lebih adil dan memberikan keuntungan bagi nasabah, hal ini karena perbankan syariah dalam operasionalnya tidak menggunakan prinsip bunga melainkan prinsip *profit sharing* (bagi hasil). Dengan prinsip bagi hasil maka perbankan syariah berpijak pada sektor riil dan hal ini mengakibatkan bank syariah lebih tahan terhadap dampak krisis. Saat bank syariah lebih bertahan terhadap dampak krisis maka dana *funding* dari nasabah akan tetap terjaga keamanannya. Bagi hasil diartikan sebagai distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan (Muhammad, 2002:101). Faktor bagi hasil dalam penelitian yang dilakukan oleh Siti Sarah (2017) merupakan faktor yang paling dominan yang diberikan oleh bank BCA syariah.

Kemudian faktor lainnya adalah produk. Menurut Kotler (2011), produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk di bank syariah berbeda dengan produk di bank konvensional, dimana bank syariah produk financing seperti, tabungan, deposito, giro ataupun produk financing harus sesuai dengan akad-akad yang berprinsip syariah dan undang-undang

syariah. Pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yupitri dan Raina (2012), terdapat pengaruh signifikan antara produk dan minat masyarakat non muslim menabung di bank syariah. Jadi hasil statistik menunjukkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Pada tahun 2015 jumlah total penduduk di Kota Banda Aceh sebanyak 250,303 jiwa (Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh) dan keseluruhan jumlah penduduk provinsi Aceh sebanyak 5,090,122 jiwa (ppid.acehprov.go.id). Berikut adalah tabel hasil sensus yang dilakukan oleh Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID-Aceh) pada tahun 2015 mengenai jumlah pemeluk agama, dapat dilihat pada Tabel 1.1, yaitu:

**Tabel 1.1**  
**Penduduk Aceh berdasarkan Agama**

<b>AGAMA</b>	<b>JUMLAH PENDUDUK</b>
Islam	5,013,152
Kristen	64,015
Hindu	4,447
Budha	172
Khatolik	8,336
<b>TOTAL</b>	<b>76,970</b>

Sumber data: Dirjen Kependudukan dan Pencatatan Sipil

Serta jumlah Dengan total penduduk non muslim sebanyak 76,970 jiwa, maka minat untuk menjadi nasabah perbankan syariah semakin besar peluangnya. Hal tersebut menggambarkan selain pasar nasabah muslim, bank syariah juga berpotensi melakukan

ekspansi ke masyarakat non muslim demi kelangsungan dan tetap aktifnya bank syariah itu sendiri. Tidak adanya larangan pada masyarakat non muslim untuk menabung di bank syariah, sistem bank bebas bunga atau disebut dengan bank syariah memang tidak khusus diperuntukkan kepada masyarakat muslim saja, namun sesuai dengan landasan Islam yang *Rahmatan Lil'alamin* yaitu didirikan untuk melayani masyarakat banyak tanpa membedakan keyakinan yang dianut (Muhammad, 2002)

Kondisi diatas menarik apabila dikaitkan dengan minat nasabah non muslim yang memilih menjadi nasabah di bank syariah. Perbankan syariah bukan hanya menjadi kebutuhan masyarakat Indonesia tapi juga telah menjadi kecenderungan dunia Internasional, termasuk negara-negara non muslim, seperti Inggris dan beberapa negara Eropa, China, India, dan Singapura (Machmudah, 2009).

Aceh adalah provinsi berstatus serambi mekkah tentunya juga ikut mempengaruhi dan mendorong non muslim untuk bertransaksi pada perbankan syariah. Aceh dikenal dengan kota syariat Islam serta karakteristik syariat islami ini melekat dalam lingkungan kehidupan masyarakat Aceh sehari-hari, termasuk dalam bidang ekonomi (Yasir dan Jalilah, 2016).

Berdasarkan masalah diatas maka penulis tertarik dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banda Aceh”**

## 1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah faktor reputasi berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah ?
2. Apakah faktor *profit sharing* berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah ?
3. Apakah faktor produk berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah ?
4. Apakah faktor reputasi, *profit sharing*, dan produk secara simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui apakah faktor reputasi berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah ?
2. Untuk mengetahui apakah faktor *profit sharing* berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah ?
3. Untuk mengetahui apakah faktor produk berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah ?

4. Untuk mengetahui apakah faktor reputasi, *profit sharing*, dan produk secara simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah ?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

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.

### **1.5 Sistematika Pembahasan**

Agar pembahasan penelitian ini sesuai dengan tujuannya, maka penulisan penelitian ini terbagi dalam 5 (lima) bab garis besar isi sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**, pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

**BAB II LANDASAN TEORI**, dalam bab ini menguraikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan pengembangan hipotesis.

**BAB III METODE PENELITIAN**, dalam bab ini diuraikan tentang jenis penelitian dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, metode analisis data, variabel penelitian, dan pengujian hipotesis.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**, dalam bab ini akan diuraikan obyek umum penelitian, hasil analisis dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V PENUTUP**, dalam bab ini merupakan bab penutup dari penelitian ini yang berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang kemudian di akhiri dengan daftar pustaka serta lampiran-lampiran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pengertian Perbankan Syariah**

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, yaitu mengacu pada ketentuan Al-Qur'an dan Hadist. Dalam kegiatannya bank syariah tidak membebankan bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah atau yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (*akad*) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariah Islam (Ismail, 2011).

Undang-undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Bank syariah ialah bank yang berasaskan pada asas kemitraan, keadilan, transparansi dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah (Muhammad, 2014). Berdasarkan pengertian tersebut, bermuamalat secara Islam itu adalah terbebas dari hal yang berkaitan dengan praktik bunga (*riba*), kegiatan spekulasi (*maisir*), ketidak jelasan

(*gharar*), dan terbebas dari perkara yang tidak sah (*bathil*). Allah SWT berfirman Surat An-nisaa: 29, yaitu :

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”*(QS. An-nisaa(4):29).

Bank syariah memiliki karakteristik tertentu yang membedakannya dengan bank konvensional, salah satu karakteristik dari perbankan syariah adalah *profit sharing* (bagi hasil) yang menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat bisnis. Apabila pada bank konvensional menggunakan praktik bunga, maka di perbankan syariah menggunakan praktik *profit sharing* (bagi hasil) baik untung ataupun rugi sesuai dengan kesepakatan awal antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola dana (*mudharib*).

### **2.1.1 Tujuan Perbankan Syariah**

Bank syariah memiliki beberapa tujuan 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 berpikir 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

### 2.1.2 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank syariah memiliki perbedaan operasional dengan bank konvensional dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga keuangan. Hal yang cukup mendasar untuk membedakan antara bank konvensional dengan bank syariah adalah pada aspek kepemilikan komoditi yang dibiayai dalam kerangka jual beli dan sewa. Begitu pula peranan bank syariah dalam proses investasi saat bank syariah dapat bertindak sebagai pemilik saham (Ascarya 2013:2). Perbedaan bank konvensional dan bank syariah dapat dilihat dalam tabel 2.1 berikut:

**Tabel 2.1**

#### **Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional**

<b>Bank Syariah</b>	<b>Bank Konvensional</b>
Berorientasi pada kepentingan publik	Berorientasi pada kepentingan pribadi
Dalam pelayanan tidak bebas nilai (bersdasarkan prinsip Islam)	Senantiasa bersifat bebas nilai (materialistis)
Uang dianggap sebagai alat tukar	Uang dianggap sebagai barang komoditi
Investasi yang dilakukan relatif terbatas (halal)	Investasi yang dilakukan relatif luas (haram dan halal)
Hubungan dengan nasabah berbentuk kemitraan	Hubungan dengan nasabah berbentuk kreditur-debitur
Dalam operasinya menggunakan sistem bagi hasil, jual-beli atau sewa	Dalam operasinya menggunakan sistem bunga
Aktifitasnya tidak hanya berorientasi untuk mencapai keuntungan saja tetapi juga untuk mencapai falah	Aktifitasnya hanya berorientasi untuk mencapai keuntungan saja
Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah (DPS)	Penghimpunan dan penyaluran dana tidak berdasarkan fatwa

## 2.2 Minat

Minat yaitu suatu kecenderungan yang berhubungan dengan perasaan terutama perasaan senang terhadap suatu hal yang dianggapnya berharga atau sesuai dengan kebutuhan dan memberikan kepuasan tersendiri. Jika sesuatu tersebut dianggap cocok dengan kebutuhan atau menyenangkan baginya maka sesuatu tersebut akan dilakukannya (Rifai, 2017).

Ketika seseorang memutuskan untuk menggunakan suatu produk, maka akan timbul minat baik disebabkan dari segi kebutuhan, keinginan atau faktor lingkungan. Seseorang akan melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan karena memiliki minat yang diinginkan, maka dalam pengambilan keputusan, memilih suatu produk sangat dipengaruhi oleh minat masyarakat. Karena masyarakat adalah pengguna yang menggunakan setiap jasa yang ditawarkan oleh bank untuk kepentingan pribadi.

Minat terhadap sesuatu tidak dapat diukur secara langsung maka faktor yang menyebabkan timbulnya minat diangkat untuk mengungkapkan minat seseorang (Yasir dan Jalillah, 2016). Abdul Rahman Shaleh (2009) mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi minat dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu yang bersumber dari dalam diri individu seperti pengalaman dan kepribadian dan yang berasal dari luar yaitu mencakup lingkungan keluarga dan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, indikator minat dalam penelitian ini adalah keinginan dari dalam individu dan informasi yang disampaikan oleh teman atau keluarga

## **2.3 Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banda Aceh**

### **2.3.1 Reputasi**

Reputasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah nama baik. Pandangan yang paling dominan menunjukkan bahwa sikap terhadap merek yaitu reputasi atau penyedia jasa merupakan evaluasi keseluruhan jangka panjang dibanding kepuasan. Reputasi bank diartikan sebagai bangunan sosial yang mengayomi suatu hubungan, kepercayaan yang akhirnya akan menciptakan *brand imange* bagi suatu perusahaan. Reputasi yang baik dalam sebuah perusahaan bank akan menimbulkan kepercayaan bagi nasabahnya (Machmudah, 2009).

Menurut Keller dalam Ferrinadewi (2008) *brand imange* adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut. Sedangkan menurut Mukherjee dan Nathdalam penelitian Andika (2015) reputasi merupakan kualitas dan karakter yang dapat dilihat atau dinilai secara umum oleh masyarakat.

Beberapa bagian yang terdapat dalam reputasi adalah sebagai berikut:

- a. Kompetensi inti

Kemampuan perusahaan yang mempunyai nilai strategis dan menjadi keahlian untuk mewujudkan misi perusahaan atau yang memberikan kontribusi keuntungan bagi perusahaan

b. Kredibilitas

Kualitas, kapabilitas, atau kekuatan untuk memberikan kepercayaan

c. Nama baik

Tidak hanya nama, tetapi nama baik yaitu sesuatu yang perlu dipertahankan dan dijaga. Apabila sekali ternoda dan tercemar nama baik maka akan sangat sulit memperbaikinya.

Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yasir Yusuf dan Jalillah (2016) yang berjudul “Persepsi Etnis Tiongha dalam Meningkatkan Minat terhadap Perbankan Syariah di Banda Aceh” menyatakan bahwa pada indikator *brand imange* para responden mengetahui salah satu diantara merek-merek perbankan syariah seperti Bank Muamalat, Bank Aceh Syariah, Bank Syariah Mandiri, Bank Mega Syariah, BRI Syariah, dan BNI syariah. Jadi dapat dikatakan reputasi merupakan syarat dari merek yang sangat kuat. Karena konsep reputasi tercipta dari persepsi konsumen yang menjadikannya lebih penting daripada keadaan sesungguhnya.

### **2.3.2 Profit Sharing**

*Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan sebagai pembagian laba. *Profit sharing* (bagi hasil) diartikan sebagai distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan (Muhammad, 2002). Dalam dunia perbankan, bagi hasil (*profit sharing*) adalah merupakan suatu sistem yang meliputi tata

cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana (*shahibul mal*) dengan pengelola dana (*mudharib*) (Antonio, 2001).

Prinsip bagi hasil pada perbankan syariah mengakibatkan bank syariah lebih mampu bertahan terhadap dampak krisis. Dikarenakan bank syariah tidak mudah dipengaruhi dengan gejolak moneter. Penentuan harga bagi hasil didasarkan dengan kesepakatan antara pihak bank dan nasabah penyimpan dana sesuai dengan jenis simpanan dan jangka waktunya yang akan menentukan besar atau kecilnya porsi bagi hasil yang akan diterima penyimpan. Dengan dilepasnya keterkaitan dengan suku bunga yang berlaku, maka dilepaskannya keterkaitan dengan tingkat suku bunga luar negeri (Wibowo dan Widodo, 2005:53). Prinsip bagi hasil juga lebih menguntungkan bagi pengusaha pemodal kecil karena tidak menghadapi tingginya bunga yang harus dibayarkan pada pihak bank.

Menurut pengamat perbankan dan investasi Elvyn G. Masassya dalam penelitian Machmudah (2009), bertransaksi di bank syariah tidak hanya bagi masyarakat muslim saja tetapi juga non muslim. Hal ini dikarenakan karena *profit sharing* yang diterapkan memberikan peluang mendapatkan hasil investasi yang lebih besar dibandingkan dengan bank konvensional.

Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Machmudah (2009) yang mengatakan bahwa *profit sharing* merupakan faktor dominan terhadap minat non muslim menjadi nasabah di bank syariah. Hasil ini juga selaras dengan penelitian

yang dilakukan oleh Sarah (2017) yang mengatakan bahwa variabel bagi hasil merupakan faktor yang paling dominan terhadap minat non muslim menjadi nasabah bank syariah.

### **2.3.4 Produk**

Menurut Kotler (2011), Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut Simorangkir dalam Dendawijaya (2005) produk perbankan adalah instrumen yang dibuat dan dijual oleh pihak bank. Produk yang dibeli oleh bank sangat banyak jumlahnya karena bank dapat menciptakan berbagai jenis produk sesuai dengan keinginan nasabah.

Produk yang terdapat di bank syariah juga terbebas dari adanya *riba* yang dimana hal itu diharamkan, tidak hanya beragama Islam tetapi juga agama lain. Dalam agama Kristen, pelarangan keras atas *riba* sudah berlaku sejak lama. Larangan *riba* dalam agama Kristen terdapat dalam perjanjian lama dan perjanjian baru. Di India kuno hukum yang berdasarkan Weda, kitab suci tertua agama Hindu mengutuk *riba* sebagai sebuah dosa besar dan melarang operasi bunga (Algaoud dan Lewis, 2004).

Produk yang ada di bank syariah tentu berbeda dengan yang ada di bank konvensional. Produk-produk di bank syariah harus menonjolkan sisi syariah yang ada, karena apabila sama saja dengan produk di bank konvensional maka tidak ada nilai jual yang membedakan kedua bank tersebut. Adapun kaitannya dengan

akuntansi ialah di bank syariah terdapat akad-akad yang digunakan dalam produk-produknya, semakin banyak akad yang digunakan maka semakin banyak metode akuntansi yang digunakan untuk pencatatan atas transaksi yang dilakukan.

Secara garis besar pengembangan produk di bank syariah dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

1. Produk penghimpun dana (*funding*) yang dikategorikan berupa *wadi'ah* dan prinsip *mudharabah*
2. Produk penyaluran dana (*financing*) yang dikategorikan berupa prinsip jual beli (*ba'i*), prinsip sewa (*ijarah*), prinsip bagi hasil dan pembiayaan dengan akad pelengkap
3. Produk jasa perbankan yang dikategorikan berupa jual beli valuta asing (*sharf*) dan sewa (*ijarah*)

Menurut Yupitri dan Sari (2012) dalam keputusan menjadi nasabah bank yang sangat diperhatikan adalah produk yang ditawarkan oleh pihak bank tersebut. Kemudian produk yang ditawarkan memiliki hubungan yang sangat kuat pada keputusan nasabah non muslim untuk menjadi nasabah bank syariah. Hal ini didukung oleh penelitian Agung Anugerah (2018) dalam penelitiannya mengatakan bahwa variabel produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan bank syariah. Artinya semakin bagus dan semakin menarik produk yang ditawarkan oleh bank syariah maka ketertarikan nasabah untuk menggunakan produk tersebut semakin meningkat.

## 2.4 Temuan Penelitian Terkait

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dengan yang akan dilakukan. Berikut ini peneliti akan merangkum hasil dari penelitian yang sudah pernah dilakukan.

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama & Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Randy Andika, 2015	Pengaruh Lokasi, Pelayanan, <i>Religius Stimulti</i> , <i>Profit Sharing</i> , dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Wilayah Jakarta Timur)	Lokasi, Pelayanan, <i>Religius Stimulti</i> , <i>Profit Sharing</i> , dan Promosi mempengaruhi minat nasabah non muslim secara parsial (uji T) dan secara simultan (uji F)	Variabel penelitian, waktu, dan tempat penelitian
2	Fithri Tyas Hapsari & Irfan Syauqi Beik, 2014	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta	Lokasi, keuntungan administratif, promosi, stimulan <i>religi</i> dan produk berpengaruh secara signifikan terhadap nasabah non muslim dalam menggunakan jasa bank syariah. Hanya pelayanan yang tidak berpengaruh signifikan.	Variabel penelitian, waktu, dan tempat penelitian

Tabel 2.2 - Lanjutan

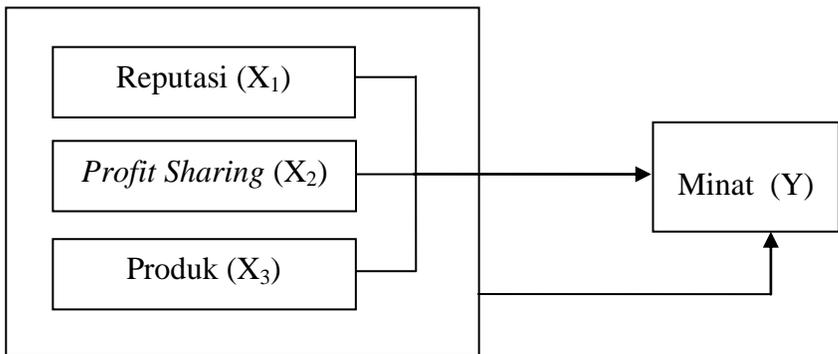
No	Nama & Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
3	M. Yasir Yusuf dan Jalilah, 2016	Persepsi Etnis Tionghoa Dalam Meningkatkan Minat Terhadap Perbankan Syariah Di Banda Aceh.	Variabel Individu, Objek dan Lingkungan memiliki koefisien korelasi yang erat terhadap minat terhadap perbankan syariah. Variabel yang paling signifikan adalah variabel lingkungan.	Variabel penelitian, dan waktu penelitian
4	Evi Yupiter dan Raina Linda Sari, 2012	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan	Fasilitas Pelayanan berpengaruh terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri, sedangkan faktor promosi dan produk berpengaruh kuat terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri	Variabel penelitian, waktu, dan tempat penelitian
5	Rifa'atul Machmudah, 2009	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang).	Variabel <i>profit sharing</i> merupakan variabel paling dominan mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang.	Variabel penelitian, waktu, dan tempat penelitian

Sumber : Data Primer, 2018 (diolah)

Penelitian ini bermaksud untuk melanjutkan penelitian sebelumnya. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang minat nasabah non muslim terhadap perbankan syariah.

## 2.5 Kerangka Berfikir

Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, peneliti mengategorikan faktor-faktor yang menjadikan minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah adalah faktor Reputasi, faktor *Profit Sharing* dan faktor Produk. Maka kerangka berfikirnya sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikiran**

## 2.6 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah

penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2013). Maka hipotesis penelitiannya adalah :

1.  $H_0$  : Reputasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah non muslim pada bank syariah  
 $H_a$  : Reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah non muslim pada bank syariah
2.  $H_0$  : *Profit sharing* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah non muslim pada bank syariah  
 $H_a$  : *Profit sharing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah non muslim pada bank syariah
3.  $H_0$  : Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah non muslim pada bank syariah  
 $H_a$  : Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah non muslim pada bank syariah
4.  $H_0$  : Reputasi, *Profit Sharing* dan Produk secara simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah non muslim pada bank syariah  
 $H_a$  : Reputasi, *Profit Sharing* dan Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah non muslim pada bank syariah

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016:13).

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer

- a. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti seperti wawancara, kuesioner dan observasi. Data primer dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang nanti disebarakan kepada masyarakat non muslim tentang beberapa variabel yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

#### **3.3 Tempat Penelitian**

Tempat penelitian berada di kota Banda Aceh, objek penelitiannya adalah masyarakat non muslim.

#### **3.4 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian (Meleong, 2013). Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai

kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Meleong, 2013). Untuk menentukan ukuran sampel, penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability sampling* dengan teknik pengambilan sampel yaitu *Insidental sampling*. Teknik *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan seseorang yang dipandang layak dijadikan sebagai sumber data (Sugiyono, 2016:144).

Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang, tidak ada rumus untuk menentukan jumlah sampel dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui. Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2016:154), ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30-500 sampel. Maka dari itu jumlah sampel penelitian ini telah mencukupi dari jumlah tersebut. Dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang maka akan diperoleh data dan informasi yang tepat serta dapat memberikan gambaran yang sebenarnya tentang masalah atau fenomena yang diteliti.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan prosedur sistematis untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

#### a. Penelitian Lapangan (*field research*).

Kuesioner merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut (Umar, 2009). Kuesioner akan diberikan kepada masyarakat non muslim tentang beberapa variabel yang diteliti sesuai dengan kebutuhan penelitian.

### 3.6 Skala Pengukuran

Bentuk angket ini berupa pertanyaan dan setiap jawaban diberi bobot nilai menggunakan Skala Likert. Skala Likert yaitu didesain untuk menelaah pernyataan pada skala lima-titik serta seberapa kuat subjek sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju (Sekaran dan Bougie, 2017:30). Kelima dimensi diatas dinilai dengan menggunakan lima katagori pengukuran, yaitu:

STS : Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

TS : Tidak Setuju diberi skor 2

N : Netral diberi skor 3

S : Setuju diberi skor 4

SS : Sangat Setuju diberi skor 5

### 3.7 Operasional Variabel Penelitian

Variabel adalah konsep yang dapat diukur yang sifatnya sudah diberi nilai dalam bentuk bilangan atau konsep yang mempunyai dua nilai atau lebih suatu rangkaian. Nilai suatu variabel dapat dinyatakan dengan angka atau kata-kata (Hasan, 2009).

Bedasarkan objek penelitian dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas atau X (*Independent Variable*) dan variabel terikat atau Y (*Dependent Variable*). Defenisi untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Independen* (X)

Variabel *independen* adalah yang mempengaruhi variabel *dependen*, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Sekaran, 2006). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel reputasi, *profit sharing* dan produk.

2. Variabel *Dependen* (Y)

Variabel *dependen* merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (*independen*) (Sugiyono, 2013: 39). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan minat nasabah sebagai variabel *dependen*.

Peneliti akan melihat pengaruh dari kedua variabel tersebut, yaitu variabel *independen* promosi, lokasi dan pelayanan dengan

variabel *dependen* minat nasabah non muslim bertransaksi di bank syariah.

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Variabel Independen				
1	Reputasi (X <sub>1</sub> )	Reputasi adalah nama baik suatu perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bank syariah dikenal dikalangan masyarakat</li> <li>2. Karyawan yang berkualitas</li> <li>3. Bank syariah memiliki nama baik Jaringan yang dimiliki oleh bank</li> </ol>	Likert
2	<i>Profit Sharing</i> (X <sub>2</sub> )	<i>Profit sharing</i> adalah sebagai sistem pembagian keuntungan yang didapat dari suatu usaha.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nisbah bagi hasil yang menguntungkan</li> <li>2. Bagi hasil yang adil dan transparan</li> </ol>	Likert
3	Produk (X <sub>3</sub> )	Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas produk</li> <li>2. Sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen</li> <li>3. Produk yang beragam</li> </ol>	Likert
Variabel Dependen				
1	Minat (Y)	Keinginan seseorang terhadap sesuatu yang disukainya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keinginan dari dalam individu.</li> <li>2. Keinginan dari informasi yang disampaikan keluarga atau teman.</li> </ol>	

### 3.8 Metode Analisis Data

Analisis data yaitu suatu metode analisis dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul

sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013:199). Untuk mendukung hasil dari penelitian ini, maka pengolahan data penelitian ini menggunakan perangkat lunak komputer dengan aplikasi *Microsoft Office* dan program *SPSS Versi 21.0*.

### **3.8.1 Uji Instrumen Penelitian**

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Dan sebelum kuesioner digunakan, harus terlebih dahulu di uji kualitasnya. Selain itu pengujian tersebut dilakukan untuk meyakinkan bahwa kuesioner yang akan disusun benar-benar baik dan dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Dalam melakukan pengujiannya, maka dapat menggunakan dua alat uji yaitu sebagai berikut:

#### **1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur (Jogiyanto, 2010). Kuesioner akan dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji ini dilakukan untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner dan mendefinisikan suatu variabel (Noor, 2011). Item pernyataan dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dimana  $r_{tabel}$  mempunyai df sebesar  $N = 100$  dan alpha 5 %.

#### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah koefisien keandalan yang

menunjukkan seberapa baiknya item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner (Noor, 2011:165).

Teknik yang digunakan dari uji reliabilitas adalah teknik *Alpha Cronbach* sebesar 0,60. Apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar dari 0,60 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan andal (*reliabel*) atau menunjukkan tidak adanya internal konsistensi.

### **3.8.2 Uji Asumsi Klasik**

Uji ini digunakan untuk melihat ada tidaknya penyimpangan model klasik yaitu dengan cara pengujian normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

#### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2012).

#### **2. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu dengan adanya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi (Priyatno, 2008:39).

Uji multikolinieritas dapat dilihat dengan besarnya nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan pedoman jika nilai VIF dibawah 10 dan *tolerance value* diatas 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas, tidak heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas ditandai dengan adanya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka akan terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghazali, 2011:139).

#### **3.8.3 Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan variabel independen reputasi ( $X_1$ ), *profit sharing* ( $X_2$ ), produk ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen minat masyarakat non muslim menjadi nasabah di bank syariah (Y). Analisis ini untuk menguji apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen, maka perlu diuji koefisiensi. Dalam menjawab

analisisnya akan dipecahkan dengan bantuan program SPSS.  
Bentuk umum analisis regresi berganda :

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Dimana :

Y	=	Minat masyarakat non muslim
a	=	Nilai Konstanta
X <sub>1</sub>	=	Variabel Reputasi
X <sub>2</sub>	=	Variabel <i>Profit Sharing</i>
X <sub>3</sub>	=	Variabel Produk
b <sub>1-3</sub>	=	Koefisien Regresi
e	=	error term

#### 3.8.4 Uji Ketetapan Model

Uji ketepatan model merupakan uji kecocokan antara hasil pengamatan frekuensi yang diperoleh berdasarkan nilai harapannya atau uji yang digunakan untuk melihat garis regresi kecocokan data.

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

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak (Priyatno, 2008).

Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi atau nilai probabilitas dari hasil perhitungan, apakah nilai

signifikansi tersebut lebih besar atau lebih kecil dari nilai standar statistik yaitu 0,05 dengan ketentuan:

- a. Jika nilai signifikansi  $< 0.05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini berarti bahwa semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- b. Jika nilai signifikansi  $> 0.05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, ini berarti bahwa semua variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

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

Uji T bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi  $T_{hitung}$  dengan ketentuan:

- a. Jika  $Sig < 0.05$  atau  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, ini berarti semua variabel independen bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial
- b. Jika  $Sig > 0.05$  atau  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, ini berarti semua variabel independen bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.

## 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah alat untuk mengukur seberapa

jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Priyatno, 2008). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 atau 1. Apabila nilai adalah nol maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila nilai mendekati satu, maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

### **3.9 Pengujian Hipotesis**

Pengolahan data peneliti menggunakan aplikasi pengolahan data yaitu *SPSS Statistic 21.0*. SPSS singkatan dari *Statistical Package for the Sosial Sciences* yang berupa program komputer untuk olah data statistik secara tepat dan cepat. Tiap uji yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan SPSS yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji ketetapan model.

Dalam perhitungan statistik, alat analisis yang sering digunakan adalah SPSS, karena dapat menganalisa data menginterpretasikan hasil dari analisis tersebut, sehingga dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Awal Kelahiran Perbankan Syariah**

Kelahiran perbankan syariah dilandasi dengan dua gerakan *renaissance* Islam modern: *neorevivalis* dan *modernis*. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan belandaskan etika adalah sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist.

Awal penerapan sistem *profit* dan *loss sharing* tercatat di Malaysia dan Pakistan sekitar tahun 1940-an, yaitu adanya upaya mengelola dana jamaah haji secara syariah. Selanjutnya adalah *Islamic Rural Bank* di desa Mit Ghamr pada tahun 1963 di Kairo, Mesir (Antonio, 2001:18).

Hingga akhir 1999 tercatat lebih dari dua rtus lembaga keuangan islam yang beroperasi diseluruh dunia, baik di negara-negara berpenduduk musim atau di Eropa, Autralia ataupun Amerika. Suatu hal yang harus dicatat adalah banyak nama besar dalam dunia keuangan Internasional seperti Citibank, Jardine Flemming, ANZ, Chase Chemical Bank, dan lain-lain telah membuka cabang dan *subsidiories* yang berdasarkan syariah.

##### **4.1.2 Perkembangan Bank Syariah di Indonesia**

Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada tahun 1983, BI memberikan kebebasan kepada bank-bank untuk menetapkan suku bunga.

Pemerintah berharap dengan kebijakan deregulasi perbankan maka akan tercipta kondisi dunia perbankan yang lebih efisien dan kuat dalam menopang perekonomian (ojk.go.id). pada tahun tersebut, pemerintah Indonesia pernah menerapkan “sistem bagi hasil” dalam pengkreditan yang berupa konsep dari perbankan syariah.

Pada tahun 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia. Pada tanggal 18-20 Agustus 1990 MUI menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI di Jakarta 22-25 Agustus 1990, yang menghasilkan amanat bagi pembentukan kelompok kerja pendirian bank Islam di Indonesia. Kelompok kerja tersebut yaitu Tim Perbankan MUI dengan diberi tugas melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak yang terkait (ojk.go.id).

Pada akhir tahun 2013, fungsi pengaturan dan pengawasan perbankan berpindah dari Bank Indonesia ke Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Maka pengawasan dan pengaturan perbankan syariah juga beralih ke OJK. OJK selaku otoritas sektor jasa keuangan terus menyempurnakan visi dan strategi kebijakan pengembangan sektor keuangan syariah yang telah tertuang dalam *Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019* yang diluncurkan pada Pasar Rakyat Syariah 2014. *Roadmap* ini diharapkan menjadi panduan arah pengembangan yang berisi

inisiatif-inisiatif strategis untuk mencapai sasaran pengembangan yang ditetapkan.

## 4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan ciri-ciri responden dalam penelitian ini. Adapun yang menjadi karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, agama, dan pekerjaan. Berdasarkan hasil penelitian, penulis kemudian mengidentifikasi karakteristik responden seperti terlihat pada Tabel 4.1. berikut ini:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden**

No.	Uraian	Frekuensi	Persentase
1.	Jenis Kelamin:		
	▪ Laki-laki	59	59,0
	▪ Perempuan	41	41,0
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>
2.	Usia:		
	▪ 20-29 tahun	11	11,0
	▪ 30-39 tahun	27	27,0
	▪ 40-49 tahun	41	41,0
	▪ > 50 tahun	21	21,0
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>
3.	Agama:		
	▪ Katolik	21	21,0
	▪ Protestan	6	6,0
	▪ Buddha	37	37,0
	▪ Hindu	34	34,0
	▪ Kong Hu Cu	2	2,0
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>
4.	Pekerjaan:		
	▪ Pedagang/Pengusaha	69	69,0
	▪ Pegawai Swasta	18	18,0
	▪ PNS/BUMN	11	11,0
	▪ Lainnya	2	2,0
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Data Primer, 2019 (diolah)

Hasil penelitian dengan 100 responden yang mengisi kuesioner merupakan masyarakat non muslim kota Banda Aceh. Berdasarkan jenis kelamin responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki yakni berjumlah 59 orang dengan persentase 59%, sedangkan responden perempuan berjumlah 41 orang dengan persentase 41%.

Berdasarkan usia responden dapat dijelaskan bahwa responden dengan usia 20 s/d 29 tahun berjumlah 11 orang dengan persentase 11%, responden dengan usia 30 s/d 39 tahun berjumlah 27 orang dengan persentase 27%, responden dengan usia 40 s/d 49 tahun berjumlah 41 orang dengan persentase 41%, dan responden dengan usia lebih dari 50 tahun berjumlah 21 orang dengan persentase 21%. Dari sisi usia, persentase paling tinggi terdapat pada responden dengan usia 40 s/d 49 tahun yaitu 41%.

Berdasarkan agama responden, agama Katolik berjumlah 21 orang dengan persentase 21%, agama Protestan berjumlah 6 orang dengan persentase 6%, agama Buddha berjumlah 37 orang dengan persentase 37%, agama Hindu berjumlah 34 orang dengan persentase 34%, dan agama Kong Hu Cu berjumlah 2 orang dengan persentase 2%. Dari sisi agama, persentase paling tinggi terdapat pada responden yang beragama Buddha dengan persentase 37%.

Berdasarkan pekerjaan responden, responden dengan pekerjaan pengusaha berjumlah 69 orang dengan persentase 69%, responden dengan pekerjaan pegawai swasta berjumlah 18 orang dengan persentase 18%, responden dengan pekerjaan PNS/BUMN

berjumlah 11 orang dengan presentase 11%, dan responden dengan pekerjaan lainnya berjumlah 2 orang dengan presentase 2%. Dari sisi pekerjaan, persentase paling tinggi terdapat pada responden dengan pekerjaan pengusaha yaitu 69%.

### 4.3 Statistik Deskriptif

Deskripsi data memberikan gambaran atau deskripsi mengenai karakteristik data variabel yang digunakan dalam penelitian. Adapun fungsi deskripsi data adalah untuk mengetahui nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, standar deviasi dan jumlah data yang dianalisis. Tabel 4.2 menunjukkan nilai statistik deskriptif dari masing-masing variabel.

**Tabel 4.2**

#### **Statistik Deskriptif**

	<b>N</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
Reputasi ( $X_1$ )	100	2.75	5.00	4.1025	.45518
Profit Sharing ( $X_2$ )	100	2.00	5.00	4.0175	.51032
Produk ( $X_3$ )	100	2.00	5.00	4.1600	.50817
Minat (Y)	100	3.00	5.00	4.4639	.48316
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa nilai minimum dan maksimum untuk reputasi adalah sebesar 2,75 dan 5,00 dengan nilai rata-rata sebesar 4,10 serta standar deviasi sebesar 0,455. Nilai minimum dan maksimum untuk *profit sharing* adalah sebesar 2,00 dan 5,00 dengan nilai rata-rata sebesar 4,01 serta standar deviasi sebesar 0,510. Nilai minimum dan maksimum untuk produk adalah

sebesar 2,00 dan 5,00 dengan nilai rata-rata sebesar 4,16 serta standar deviasi sebesar 0,508 dan nilai minimum dan maksimum untuk minat beli adalah sebesar 3,00 dan 5,00 dengan nilai rata-rata sebesar 4,46 serta standar deviasi sebesar 0,483

### 4.3.1 Analisis Frekuensi Responden

Jawaban seluruh responden yang berjumlah 100 orang dianalisis untuk melihat jumlah (frekuensi) atas jawaban yang diberikan. Dari 15 pertanyaan yang diajukan menghasilkan skor rata-rata (*mean*) untuk masing-masing variabel dan dapat diinterpretasikan berdasarkan panjang kelas sebagaimana dikemukakan Sudjana (2005:47). Interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden dapat dilihat dalam Tabel 4.3.

**Tabel 4.3**  
**Interpretasi Nilai Rata-rata Tanggapan Responden**

Nilai	Keterangan
1,00 – 1,79	Sangat tidak baik
1,80 – 2,59	Tidak baik
2,60 – 3,39	Kurang baik
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Sangat baik

Sumber: Sudjana (2005:47)

#### 1. Persepsi Responden terhadap Minat

Persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban yang berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya jawaban responden terhadap

item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.4 berikut.

**Tabel 4.4**

**Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap Minat**

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5	Rata- rata
1.	Saya berminat menggunakan jasa bank syariah karena keinginan diri sendiri			3	28	69	4,66
2.	Saya mendapat dorongan dari pihak lain (keluarga atau teman) untuk menggunakan bank syariah.			5	39	56	4,51
3.	Saya akan mengajak saudara/teman untuk melakukan transaksi di perbankan syariah			10	58	32	4,22
Total		0	0	18	125	157	
Persentase		0%	0%	6%	41.7%	52.3%	
Rata-rata Minat beli							4,46

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019 (N=100)

Tabel 4.4 menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel penelitian yang berkaitan dengan minat beli. Secara keseluruhan jawaban responden, tidak ada responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju dan Tidak Setuju terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Sementara itu 6% dari responden menjawab Netral, 41.7% dari responden menjawab Setuju, dan 52.3% dari responden menjawab Sangat Setuju. Dapat

dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab setuju untuk variabel minat beli dengan nilai rata-rata adalah 4,46. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggapan seluruh responden terhadap variabel minat beli adalah “Sangat Baik”.

## 2. Persepsi Responden terhadap Reputasi

Persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban yang berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya jawaban responden terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.5 berikut.

**Tabel 4.5**

### **Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap Reputasi**

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5	Rata- rata
1.	Bank syariah dikenal dikalangan masyarakat non muslim			6	42	52	4,46
2.	Menurut saya bank syariah memiliki karyawan yang berkualitas			9	56	35	4,26
3.	Menurut saya bank syariah mempunyai reputasi yang baik			22	61	17	3,95

**Tabel 4.5 - Lanjutan**

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5	Rata- rata
4.	Menurut saya jaringan perusahaan bank syariah sudah cukup banyak		7	22	61	10	3,74
Total		0	7	59	220	114	
Persentase		0%	1.8%	14.8%	55%	28.5%	
Rata-rata Minat beli							4,10

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019 (N=100)

Tabel 4.5 menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel penelitian yang berkaitan dengan reputasi. Secara keseluruhan jawaban responden, tidak ada responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Sementara itu 1.8% dari responden menjawab Tidak Setuju, 14.8% dari responden menjawab Netral, 55% dari responden menjawab Setuju, dan 28.5% dari responden menjawab Sangat Setuju. Dapat dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab setuju untuk variabel reputasi dengan nilai rata-rata skor variabel reputasi adalah 4,10. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggapan seluruh responden terhadap variabel reputasi adalah “Baik”.

### **3. Persepsi Responden terhadap *Profit sharing***

Persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban yang berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya jawaban responden terhadap item

pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.6 berikut.

**Tabel 4.6**

**Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap *Profit sharing***

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5	Rata- rata
1.	Menurut saya bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah menguntungkan		1	7	51	41	4,32
2.	Menurut saya bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah adil atau sesuai kesepakatan	1	4	14	61	20	3,95
3.	Menurut saya sistem bagi hasil perbankan syariah tidak mengandung riba atau bunga		1	18	63	18	3,98
4.	Sistem bagi hasil yang transparan sehingga saya tertarik bertransaksi di bank syariah		1	26	63	10	3,82
Total		1	9	92	295	103	
Persentase		0.3%	1.8 %	16.3 %	59.5 %	22.3 %	
Rata-rata Minat beli							4,07

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019 (N=100)

Tabel 4.6 menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel penelitian yang berkaitan dengan *profit sharing*. Secara keseluruhan jawaban responden, 0.3% yang menjawab Sangat Tidak Setuju terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Sementara itu 1.8% dari responden menjawab Tidak Setuju, 16.3% dari responden menjawab Netral, 59.5% dari responden menjawab Setuju, dan 22.3% dari responden menjawab Sangat Setuju. Dapat dijelaskan bahwa rata-rata responden

menjawab setuju untuk variabel *profit sharing* dengan nilai rata-rata skor adalah 4,07. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggapan seluruh responden terhadap variabel *profit sharing* adalah “Baik”.

#### 4. Persepsi Responden terhadap Produk

Persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban yang berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya jawaban responden terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden yang disajikan pada Tabel 4.7 berikut.

**Tabel 4.7**

#### Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap Produk

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5	Rata- rata
1.	Menurut saya produk bank syariah mudah dipahami		2	5	46	47	4,38
2.	Menurut saya produk di bank syariah sangat beragam		2	7	58	33	4,22
3.	Menurut saya produk yang terdapat di bank syariah sesuai dengan kebutuhan/keinginan saya		2	15	64	19	4,00
4.	Menurut saya produk pembiayaan bank syariah lebih unggul dari bank konvensional		2	17	56	25	4,04
Total		0	8	44	224	124	
Persentase		0%	2%	11%	56%	31%	
Rata-rata Minat beli							4,16

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019 (N=100)

Tabel 4.7 menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel penelitian yang berkaitan dengan produk. Secara keseluruhan jawaban responden, tidak responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Sementara itu 2% dari responden menjawab Tidak Setuju, 11% dari responden menjawab Netral, 56% dari responden menjawab Setuju, dan 31% dari responden menjawab Sangat Setuju. Dapat dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab setuju untuk variabel produk dengan nilai rata-rata adalah 4,16. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggapan seluruh responden terhadap variabel produk adalah “Baik”.

#### **4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian**

##### **4.4.1 Hasil Uji Validitas**

Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik, yaitu dengan menggunakan uji *pearson correlation*. Pertanyaan dinyatakan valid jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Hasil mengenai uji validitas dapat dilihat pada Tabel 4.8 berikut.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas**

Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1 1	0,347	0,196	<b>Valid</b>
X1 2	0,374		<b>Valid</b>
X1 3	0,477		<b>Valid</b>
X1 4	0,346	0,196	<b>Valid</b>
X2 1	0,617		<b>Valid</b>
X2 2	0,613		<b>Valid</b>
X2 3	0,511	0,196	<b>Valid</b>
X2 4	0,485		<b>Valid</b>
X3 1	0,611		<b>Valid</b>
X3 2	0,573	0,196	<b>Valid</b>
X3 3	0,563		<b>Valid</b>
X3 4	0,509		<b>Valid</b>
Y1	0,747	0,196	<b>Valid</b>
Y2	0,672		<b>Valid</b>
Y3	0,693		<b>Valid</b>

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari masing-masing variabel dinyatakan valid karena memiliki hubungan yang positif terhadap total skor konstruk. Hubungan positif ini terjadi karena masing-masing pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ .

#### **4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengetahui reliabel atau tidak suatu variabel dilakukan uji statistik

dengan melihat nilai *cronbach alpha*. Kriteria yang digunakan adalah:

- Jika nilai *cronbach alpha*  $> 0,6$  maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.
- Jika nilai *cronbach alpha*  $< 0,6$  maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.

Nilai *cronbach alpha* untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Reputasi (X <sub>1</sub> )	4	0,659	<b>Reliabel</b>
<i>Profit sharing</i> (X <sub>2</sub> )	4	0,760	<b>Reliabel</b>
Produk (X <sub>3</sub> )	4	0,754	<b>Reliabel</b>
Minat (Y)	3	0,774	<b>Reliabel</b>

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha*, reputasi (X<sub>1</sub>) sebesar 0.659, *profit sharing* (X<sub>2</sub>) sebesar 0.760, dan produk (X<sub>3</sub>) sebesar 0.754 dan variabel minat beli (Y) sebesar 0.774. Nilai *Cronbach Alpha* setiap variabel lebih besar dari 0,6, artinya bahwa seluruh variabel yang diteliti adalah reliabel.

## 4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

### 4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi dengan normal atau tidak. Model regresi yang baik

adalah model regresi yang memiliki nilai residual terdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan uji kolmogorov-smirnov yaitu jika nilai hasil uji kolmogorov-smirnov  $>$  dibandingkan taraf signifikansi 0,05. Hasil pengujian kolmogorov-smirnov dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut.

**Tabel 4.10**  
**Uji Kolmogorov-Smirnov**

		Unstandardized ed Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99261430
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.052
	Negative	-.097
Kolmogorov-Smirnov Z		.971
Asymp. Sig. (2-tailed)		.303

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

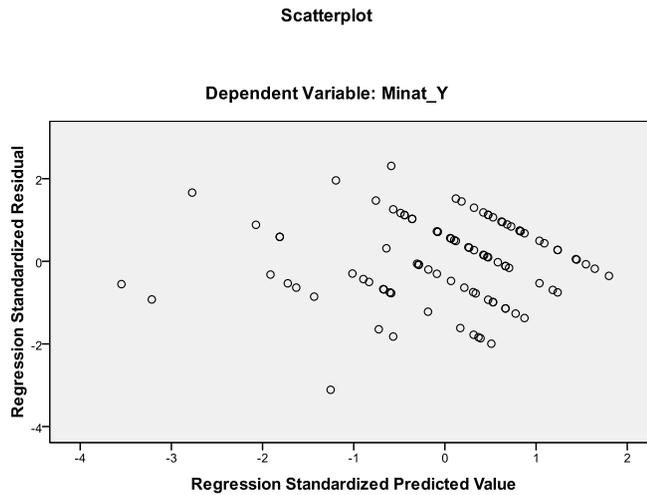
Berdasarkan Tabel 4.10 diperoleh nilai signifikansi untuk uji Kolmogorov-Smirnov sebesar  $0,303 > 0,05$  yang dilihat pada tabel Asymp Sig. (2-tailed) berarti bahwa sebaran data berdistribusi normal. Kesimpulan yang diperoleh adalah data penelitian berdistribusi normal sehingga penelitian dapat dilanjutkan pada tahapan analisis regresi.

#### 4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada

atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Model regresi penelitian yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Gambar 4.1**  
**Grafik Pengujian Heteroskedastisitas**



Berdasarkan pengujian pada gambar 4.1, terlihat bahwa titik-titik data menyebar acak diatas maupun dibawah atau di sekitar angka nol dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Dengan demikian, model yang diajukan dalam penelitian ini terbebas dari gejala Heteroskedastisitas.

#### 4.5.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Uji multikolonieritas dilakukan dengan melihat nilai VIF. Jika nilai  $VIF < 10$  atau besar *toleransi*  $> 0,1$  (10%), maka

tidak terjadi masalah multikolinieritas. Hasil perhitungan data diperoleh nilai VIF sebagai berikut.

**Tabel 4.11**  
**Uji Multikolinieritas**

<b>Variabel</b>	<b>VIF</b>	<b>Tolerance</b>	<b>Keterangan</b>
Reputasi	1,008	0,992	Tidak terjadi gejala multikolonieritas
<i>Profit sharing</i>	1,313	0,762	Tidak terjadi gejala multikolonieritas
Produk	1,320	0,758	Tidak terjadi gejala multikolonieritas

Sumber: Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa semua nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas yaitu korelasi antar variabel bebas.

#### **4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Hasil analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui variabel bebas yang dapat menentukan variabel terikat, dalam penelitian ini variabel bebas adalah variabel reputasi, *profit sharing*, dan produk sedangkan variabel terikat adalah minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Berdasarkan pengolahan data analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan SPSS sebagaimana diasajikan pada Tabel 4.12 berikut.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Odel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.157	1,226		-.128	.898
Reputasi (X1)	.385	.054	.484	7.128	.000
Profit Sharing (X2)	.226	.055	.319	4.117	.000
Produk (X3)	.216	.055	.303	3.908	.000

Sumber: Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui model regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,157 + 0,385X_1 + 0,226X_2 + 0,216X_3 + e$$

Adapun interpretasi dari model regresi tersebut adalah sebagai berikut.

1. Koefisien regresi dari variabel reputasi adalah sebesar 0,385, angka ini menunjukkan bahwa apabila reputasi dinaikkan sebesar 100%, maka minat beli akan naik sebesar 38,5%. Hal ini berarti bahwa reputasi mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli.
2. Koefisien regresi dari variabel *profit sharing* adalah sebesar 0,226, angka ini menunjukkan bahwa apabila *profit sharing* dinaikkan sebesar 100%, maka minat beli akan naik sebesar

22,6%. Hal ini berarti bahwa *profit sharing* mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli.

3. Koefisien regresi dari variabel produk adalah sebesar 0,216 angka ini menunjukkan bahwa apabila produk dinaikkan sebesar 100%, maka minat beli akan naik sebesar 21,6%. Hal ini berarti bahwa produk mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli.

Dari model matematis diatas dapat dilihat bahwa variabel yang paling mempengaruhi minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah adalah variabel reputasi dengan koefisien sebesar 0,385.

## **4.7 Hasil Uji Ketetapan Model**

### **4.7.1 Hasil Uji F (Uji Simultan)**

Uji F digunakan untuk menguji apakah pengaruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan Uji F adalah:

1. Jika nilai  $\text{sig} > 0.05$  atau  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, ini menyatakan bahwa semua variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen
2. Jika nilai  $\text{sig} < 0.05$  atau  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini menyatakan bahwa semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011:99).

Untuk menguji hipotesis ini dapat dilihat hasil uji statistik berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS pada Tabel 4.13 berikut.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Simultan**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	116.705	3	38.902	41.001	.000 <sup>a</sup>
Residual	91.085	96	.949		
Total	207.790	99			

Sumber: Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan Tabel 4.13 diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 41.001 lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2,70, hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini berarti variabel reputasi, *profit sharing*, dan produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah di bank syariah.

#### 4.7.2 Hasil Uji T (Uji Parsial)

Uji T dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan Uji T adalah:

1. Jika nilai  $sig < 0.05$  atau  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, ini berarti semua variabel independen bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.

2. Jika nilai  $\text{sig} > 0.05$  atau  $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, ini berarti semua variabel independen bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.

Untuk menguji hipotesis parsial dapat dilihat hasil uji statistik berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS sebagaimana diasajikan pada Tabel 4.14 berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Parsial**

Odel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.157	1,226		-.128	.898
Reputasi (X1)	.385	.054	.484	7.128	.000
Profit Sharing (X2)	.226	.055	.319	4.117	.000
Produk (X3)	.216	.055	.303	3.908	.000

Sumber: Data Primer Diolah 2019

Adapun interpretasi dari model regresi tersebut adalah sebagai berikut.

1. Pengaruh reputasi terhadap minat masyarakat non muslim  
Dapat dilihat dari Tabel 4.14 variabel reputasi mempunyai nilai  $T_{\text{hitung}}$  sebesar 7,128 lebih besar dari  $T_{\text{tabel}}$  sebesar 1,985 dan  $\text{sig}$  sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa reputasi secara parsial berpengaruh terhadap variabel minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Andika (2015) yang menyatakan bahwa variabel reputasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah di bank syariah.

2. Pengaruh *profit sharing* terhadap minat masyarakat non muslim

Dapat dilihat dari Tabel 4.14 variabel *profit sharing* mempunyai nilai  $T_{hitung}$  sebesar 4,117 lebih besar dari  $T_{tabel}$  sebesar 1,985 dan sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa *profit sharing* secara parsial berpengaruh terhadap variabel minat masyarakat non muslim menjadi nasabah di bank syariah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rifa'atul Machmudah (2009) yang menyatakan bahwa variabel *profit sharing* terdapat pengaruh positif secara parsial terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah di bank syariah.

3. Pengaruh produk terhadap minat masyarakat non muslim

Dapat dilihat dari Tabel 4.14 variabel produk mempunyai nilai  $T_{hitung}$  sebesar 3,908 lebih besar dari  $T_{tabel}$  sebesar 1,985 dan sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa produk

secara parsial berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah di bank syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rangkuti (2018) yang menyatakan bahwa variabel produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah di bank syariah.

#### 4.7.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.749 <sup>a</sup>	.562	.548	.974

Sumber: Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0,562 atau 56,2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel reputasi, *profit sharing*, dan produk mampu menjelaskan variabel minat sebesar 56,2%, sementara sisanya 43,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

## 4.8 Pembahasan

### 4.8.1 Pengaruh Reputasi, *Profit Sharing*, dan Produk terhadap Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah

Hasil analisis regresi menghasilkan urutan besarnya pengaruh variabel-variabel independen yang berbeda. Ini terlihat dari besarnya koefisien regresi dari terbesar pengaruhnya sampai yang terkecil adalah reputasi (0,385), *profit sharing* (0,226) dan produk (0,216). Semua variabel secara parsial berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah di bank syariah dengan dilakukan uji T secara parsial.

Pengaruh paling dominan adalah variabel reputasi. Hal ini menandakan bahwa diantara ketiga variabel independen yang diuji pengaruh, variabel reputasi yang memberikan kontribusi paling besar yaitu 0,385 atau 38,5% dalam mempengaruhi minat masyarakat non muslim menjadi nasabah di bank syariah. Hal ini menandakan bahwa reputasi bank syariah dikalangan masyarakat non muslim memiliki citra yang baik, sehingga masyarakat non muslim tertarik untuk bertransaksi di bank syariah.

Hasil uji koefisien determinasi berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0,562 atau 56,2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel reputasi, *profit sharing*, dan produk mampu menjelaskan variabel minat sebesar 56,2%, sementara sisanya 43,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Sedangkan dari hasil uji F ini adalah variabel reputasi, *profit sharing*, dan produk secara simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim. Kesimpulan ini didapat dari Tabel 4.13 dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 41.001 yang lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,70.

#### **4.8.2 Pengaruh Reputasi terhadap Minat Masyarakat Non Muslim**

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel reputasi secara parsial berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim, kesimpulan ini didapat dari Tabel 4.14 dengan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 7,128 yang lebih besar dari nilai  $T_{tabel}$  1,985. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Reputasi bank syariah sangat baik dimata masyarakat non muslim. Bagi nasabah sebuah reputasi masih dianggap sangat penting dalam membuat keputusan menjadi nasabah di bank syariah, karena apabila sebuah bank memiliki reputasi atau citra yang buruk maka nasabah tidak tertarik untuk berkontribusi dengan bank tersebut.

Hasil penelitian ini didukung oleh Rifa'atul Machmudah (2009), yang menyatakan bahwa variabel reputasi mempunyai pengaruh sebesar 12,2 dalam membangkitkan minat nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang.

### **4.8.3 Pengaruh *Profit Sharing* terhadap Minat Masyarakat Non Muslim**

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel *profit sharing* secara parsial berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim, kesimpulan ini didapat dari Tabel 4.14 dengan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 4,117 yang lebih besar dari nilai  $T_{tabel}$  1,985. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Menurut Elvyn G. Masassya selaku pengamat perbankan dan investasi, beliau menyatakan nasabah di bank syariah tidak hanya terdiri dari masyarakat muslim, melainkan non muslim. Hal ini disebabkan karena metode *profit sharing* yang diterapkan oleh bank membuka peluang mendapatkan hasil investasi lebih besar dibandingkan bunga di bank konvensional (Wibowo dan Hedy, 2005:88).

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian Rifa'atul Machmudah (2009), yang menyatakan bahwa pengaruh yang paling dominan adalah variabel *profit sharing* dengan memberikan kontribusi paling besar yaitu sebesar 23,7 dalam mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang. Semakin tinggi *profit sharing* yang diberikan oleh bank kepada nasabah maka minat menjadi nasabah di bank syariah semakin tinggi.

#### **4.8.4 Pengaruh Produk terhadap Minat Minat Masyarakat Non Muslim**

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel produk secara parsial berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim, kesimpulan ini didapat dari Tabel 4.14 dengan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 3,908 yang lebih besar dari nilai  $T_{tabel}$  1,985.

Perbedaan produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dengan konvensional membuat masyarakat non muslim tertarik untuk bertransaksi di perbankan syariah, seperti yang diketahui perbedaan tersebut terletak pada bank syariah produk *financing* seperti tabungan, giro, deposito ataupun produk *financing* harus sesuai dengan akad yang ada dalam syariat Islam. Selain itu produk dari perbankan syariah juga terbebas dari riba yang dimana hal itu diharamkan tidak hanya di agama Islam melainkan agama lain juga sama. Dalam kristen, pelanggaran keras riba telah berlaku sejak lama.

Menurut Yupitri dan Sari (2012), dalam keputusan menjadi nasabah bank sangat diperhatikan yaitu produk yang ditawarkan oleh bank tersebut. Produk yang ditawarkan memiliki hubungan yang sangat kuat dengan pengambilan keputusan masyarakat non muslim untuk menggunakan bank syariah tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian Pancariko (2015), yang menyatakan variabel produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah non muslim untuk menggunakan bank syariah. Hasil penelitian ini juga selaras dengan hasil penelitian Wijaya (2017),

yang menyatakan bahwa hasil variabel produk memiliki pengaruh signifikan yang kuat yaitu sebesar 2,493 terhadap minat bertransaksi nasabah non muslim di perbankan syariah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil pengolahan data dan analisis data dalam penelitian tentang “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banda Aceh”, dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden masyarakat non muslim di Banda Aceh maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Reputasi berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  atau  $7,128 > 1,985$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Variabel *profit sharing* berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  atau  $4,117 > 1,985$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
3. Variabel produk berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  atau  $3,908 > 1,985$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
4. Dari hasil uji simultan atau uji F diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 41.001 dengan  $T_{tabel}$  sebesar 2,70 atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel reputasi, variabel *profit sharing*, dan variabel produk secara simultan atau secara

bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah di Banda Aceh.

## **5.2 Saran**

Dalam penelitian ini tentunya masih ditemukan banyak kekurangan, baik keterbatasan waktu, keterbatasan data, dan keterbatasan penulisan dari peneliti sendiri. Agar memperoleh hasil yang lebih bagus dan lebih mendalam maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi pihak bank perbankan syariah hendaknya lebih inovatif mensosialisasikan lagi tentang pengetahuan definisi perbankan syariah yang lebih luas kepada masyarakat khususnya masyarakat non muslim agar pasar perbankan syariah lebih merata dikalangan masyarakat. Seperti mengadakan seminar terbuka, mengiklankan di semua media yang ada, baik media cetak atau televisi sehingga tertanam pemahaman yang benar dan detail mengenai sistem perbankan syariah, istilah, instrumen dan produk-produknya. Kemudian menambah cabang kantor dan layanan ATM perbankan syariah sehingga memudahkan nasabah maupun masyarakat dan dapat mengakses serta mengetahui lebih dalam lagi tentang perbankan syariah
2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambah faktor-faktor dan variabel lain, dan dalam kuesioner penelitian ini masih kurang sempurna dalam menggali suatu informasi

dari responden, maka dari itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat membuat pertanyaan yang lebih baik lagi dan akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim, Adiwarman. (2007). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Algaoud, L. M., & Lewis, M. K. (2004). *Perbankan Syariah: Prinsip, Praktik, dan Prospek*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Alqur'an Pro. (2011, 2 Juni). *Terjemahan Makna Surat An-Nisaa 4 ayat 29*. Diperoleh 10 Januari 2018. <https://alquran.pro/terjemahan-makna-surat-an-nisaa-4-ayat-29>
- Andika, Randy. (2015). *Pengaruh Lokasi, Pelayanan, Religius Stimuli, Reputasi, Profit Sharing (Bagi Hasil), dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Wilayah Jakarta Timur)*
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001). *Bank Syariah Dari teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press
- Anugerah, A.A. (2018). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non Muslim untuk Menggunakan Bank Syariah*
- Apriyantini, Marlina Ayu. (2014). *Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang YOS Sudarso Yogyakarta*
- Ascarya,(2013). *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh, *Jumlah Penduduk Kota Banda Aceh 2015*. Diperoleh 2 Juni 2018. Dari <https://aceh.bps.go.id/dynamictable/2017/09/08/189/proyek-si-jumlah-penduduk-aceh-menurut-kabupate-kota-2006-2017.html>

- Dendawijaya, Lukman. (2005). *Manajemen Perbankan*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Effendy, M. H. (2010). Pengaruh Kompetensi, Independensi, dan Motivasi Terhadap Kualitas Audit Aparat Inspektorat Dalam Pengawasan Keuangan Daerah. *Skripsi*: Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro
- Hartono, Jogiyanto. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPF
- Hasan. (2009). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Indonesia. *Undang-Undang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*. UU No.10 Tahun 1998. LN. No. 182 Tahun 1998
- Indonesia. *Undang-Undang Perbankan Syariah*. UU. No. 21 Tahun 2008. LN. NO. 94 Tahun 2008. TLN. No. 4867
- Ismail (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 14. Jakarta: Indeks
- Lukman, Dendawijaya. (2005). *Manajemen Perbankan*. Bogor: Ghalia Indonesia

- Machmudah, Rifa'atul. (2009). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah DI Bank Syariah (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)*
- Mangkunegara, A.A Anwar Prabu. (2002). *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi. Bandung: PT Refika Aditama.
- Maryani, Iis. (2005). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Mandiri.*
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Muhammad, M. Ag. (2002). *Manajemen Bank Syariah.* Yogyakarta: AMPYKPN
- Muhammad. (2014). *Manajemen Dana Bank Syariah.* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah.* Jakarta: Kencana
- Otoritas Jasa Keuangan. *Bank Syariah.* Diperoleh 12 Januari 2019. Dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Syariah.aspx>
- Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi. (2011-2018). *Jumlah Penduduk Aceh Berdasarkan Agama.* Diperoleh 18 Desember 2017. Dari <https://ppid.acehprov.go.id/v2/dip/download/766/Jumlah%20Penduduk%20Aceh%20Berdasarkan%20Agama%20Semester%20I%202015.pdf>
- Priyatno, Dwi. (2008). *Mandiri Belajar SPSS Untuk Analisis Data dan Uji Statistik.* Edisi 1, Jakarta: Mediakom

- Rangkuti, Suci Nadhilah. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Medan.*
- Rifai, Nur. (2017). *Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Surakarta.*
- S. Uyanto, Stanislaus. (2006). *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sarah, Siti. (2017). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Bank BCA syariah Cabang Jatinegara.*
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis.* Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma dan Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian.* Jakarta: Salemba Empat.
- Shaleh, Abdul Rahman. (2009). *Psikologi Suatu Pengantar.* Jakarta : Kencana
- Sjahdeini, Sutan Remy. (2014). *Syariah Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya.* Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika.* Edisi ke-6. Bandung: Tarsito
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian & Pengembangan,* Bandung: Alfabeta.

- Umar, Husein. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Umar, Husein. (2009). *Metode Penelitian untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Edisi 2. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Wibowo, Edy dan Untung Hendy Widodo. (2005). *Mengapa Memilih Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Wijaya, Rizky Marstianti. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Masyarakat Non Muslim di Bank Syariah (Studi Pada BNI Syariah KC Tanjung Karang Bandar Lampung)*.
- Yupitri, Evi dan Raina Linda Sari. (2012). “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1, No. 1, Desember: 4660*
- Yusuf Anas. (2009). *Managemen Pembelajaran dan Instruksi Pendidikan*. Jogja: IRCIsod
- Yusuf, Muhammad Yasir dan Jalilah. (2016). Persepsi Etnis Tionghoa Dalam Meningkatkan Minat Terhadap Perbankan Syariah Di Banda Aceh. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah Volume 4, Nomor 2, 2016, hal 195 – 210*

## Lampiran 1 Kuesioner Penelitian



### UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM DARUSSALAM BANDA ACEH

#### Responden Yth,

Saya Siti Mawaddah (140603086), mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Kuesioner ini disusun dalam rangka penelitian sebagai syarat kelulusan yang mengenai tentang **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banda Aceh”**.

Mengingat pentingnya data ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk dapat mengisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan hanya digunakan untuk penelitian dan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan waktu Bapak/Ibu/Saudara(i) saya ucapkan terimakasih.

---

#### Bagian I

Pertanyaan pada bagian I merupakan pertanyaan yang berhubungan dengan data atau identitas responden. Berikan tanda centang (✓) pada pilihan yang sesuai dengan jawaban anda.

1. Jenis Kelamin:

Laki-laki

Perempuan

## 2. Usia:

 20 - 29 tahun 40 - 49 tahun 30 – 39 tahun > 50

## 3. Agama:

 Katolik Hindu Protestan Kong Hu Cu Buddha

## 4. Pekerjaan:

 Pedagang/Pengusaha PNS/ BUMN Pegawai Swasta Lainnya (*sebutkan*)**Bagian II**

Pertanyaan pada bagian II yaitu pertanyaan yang berkaitan dengan Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat non muslim menjadi nasabah di bank syariah di Banda Aceh. Oleh karena itu, dimohon untuk Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk memberikan tanda centang (√) pada salah satu kolom jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.

## Keterangan:

1. STS :Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
<b>Reputasi (X<sub>1</sub>)</b>						
1.	Bank syariah dikenal dikalangan masyarakat non muslim					
2.	Menurut saya bank syariah memiliki karyawan yang berkualitas					
3.	Menurut saya bank syariah mempunyai reputasi yang baik					
4.	Menurut saya jaringan perusahaan bank syariah sudah cukup banyak					
<b>Profit Sharing (X<sub>2</sub>)</b>						
1.	Menurut saya bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah menguntungkan					
2.	Menurut saya bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah adil atau sesuai kesepakatan					
3.	Menurut saya sistem bagi hasil perbankan syariah tidak mengandung riba atau bunga					
4.	Sistem bagi hasil yang transparan sehingga saya tertarik bertransaksi di bank syariah					

<b>Produk (X<sub>3</sub>)</b>					
1.	Menurut saya produk bank syariah mudah dipahami				
2.	Menurut saya produk di bank syariah sangat beragam				
3.	Menurut saya produk yang terdapat di bank syariah sesuai dengan kebutuhan/keinginan saya				
4.	Menurut saya produk pembiayaan bank syariah lebih unggul dari bank konvensional				
<b>Minat (Y)</b>					
1.	Saya berminat menggunakan jasa bank syariah karena keinginan diri sendiri				
2.	Saya mendapat dorongan dari pihak lain (keluarga atau teman) untuk menggunakan bank syariah.				
3.	Saya akan mengajak saudara/teman untuk melakukan transaksi di perbankan syariah				

**Lampiran 2**  
**Data Nasabah**

No	Reputasi (X1)						Profit Sharing (X2)					
	1	2	3	4	Total	Mean	1	2	3	4	Total	Mean
1	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
2	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
3	4	4	4	3	15	3,75	5	5	5	5	20	5,00
4	4	5	4	4	17	4,25	4	3	3	3	13	3,25
5	5	4	4	4	17	4,25	4	3	3	3	13	3,25
6	5	5	4	4	18	4,50	5	4	4	4	17	4,25
7	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	4	17	4,25
8	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	4	17	4,25
9	5	4	4	4	17	4,25	4	4	4	4	16	4,00
10	5	4	4	4	17	4,25	4	4	4	4	16	4,00
11	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
12	4	4	4	3	15	3,75	4	4	4	4	16	4,00
13	4	4	4	4	16	4,00	5	5	5	4	19	4,75
14	4	4	3	3	14	3,50	3	2	5	3	13	3,25
15	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	3	15	3,75
16	4	4	4	3	15	3,75	4	3	3	3	13	3,25
17	5	4	4	4	17	4,25	4	4	4	4	16	4,00
18	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	4	17	4,25
19	5	4	4	4	17	4,25	5	4	4	4	17	4,25
20	4	4	3	3	14	3,50	5	4	4	4	17	4,25
21	5	5	4	4	18	4,50	5	5	5	4	19	4,75
22	4	4	4	4	16	4,00	4	5	5	4	18	4,50
23	5	5	4	4	18	4,50	4	5	5	4	18	4,50
24	5	4	4	4	17	4,25	5	4	4	4	17	4,25
25	5	4	4	4	17	4,25	4	4	4	4	16	4,00
26	5	4	4	4	17	4,25	3	3	3	3	12	3,00
27	5	4	4	4	17	4,25	4	4	4	3	15	3,75
28	5	5	4	4	18	4,50	4	5	5	4	18	4,50
29	5	4	4	4	17	4,25	5	4	4	4	17	4,25

No	Reputasi (X1)						Profit Sharing (X2)					
	1	2	3	4	Total	Mean	1	2	3	4	Total	Mean
30	4	4	3	3	14	3,50	3	3	3	3	12	3,00
31	4	3	3	3	13	3,25	5	5	5	4	19	4,75
32	4	4	4	4	16	4,00	5	3	3	3	14	3,50
33	4	4	4	4	16	4,00	5	1	5	5	16	4,00
34	3	3	3	3	12	3,00	3	2	5	5	15	3,75
35	3	3	3	2	11	2,75	5	4	4	4	17	4,25
36	3	3	3	2	11	2,75	4	5	5	5	19	4,75
37	3	3	3	3	12	3,00	3	3	3	5	14	3,50
38	4	4	4	3	15	3,75	4	4	4	4	16	4,00
39	5	4	4	4	17	4,25	5	2	4	4	15	3,75
40	4	4	4	3	15	3,75	4	5	5	5	19	4,75
41	5	4	3	2	14	3,50	5	4	4	5	18	4,50
42	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	5	18	4,50
43	4	5	4	4	17	4,25	3	3	3	3	12	3,00
44	4	4	3	3	14	3,50	4	4	3	3	14	3,50
45	5	4	4	4	17	4,25	4	4	4	4	16	4,00
46	4	4	5	3	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
47	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	4	16	4,00
48	5	4	5	4	18	4,50	5	5	5	4	19	4,75
49	4	5	4	5	18	4,50	5	4	4	5	18	4,50
50	4	5	5	2	16	4,00	4	4	4	3	15	3,75
51	4	5	5	4	18	4,50	4	5	5	4	18	4,50
52	4	5	4	5	18	4,50	4	4	4	4	16	4,00
53	5	4	5	3	17	4,25	5	4	4	4	17	4,25
54	3	5	3	4	15	3,75	4	4	4	4	16	4,00
55	5	5	4	4	18	4,50	4	4	4	4	16	4,00
56	5	5	4	4	18	4,50	4	4	4	4	16	4,00
57	4	5	3	5	17	4,25	4	4	4	4	16	4,00
58	5	4	5	2	16	4,00	5	5	4	4	18	4,50
59	4	3	5	4	16	4,00	5	4	4	4	17	4,25
60	5	4	4	4	17	4,25	5	5	4	4	18	4,50

No	Reputasi (X1)						Profit Sharing (X2)					
	1	2	3	4	Total	Mean	1	2	3	4	Total	Mean
61	5	5	5	4	19	4,75	4	4	4	4	16	4,00
62	4	5	4	4	17	4,25	5	4	4	4	17	4,25
63	5	4	3	4	16	4,00	5	5	4	4	18	4,50
64	3	4	4	3	14	3,50	5	4	4	4	17	4,25
65	4	3	3	5	15	3,75	4	5	5	5	19	4,75
66	5	5	5	5	20	5,00	4	4	3	3	14	3,50
67	5	5	5	4	19	4,75	4	4	4	3	15	3,75
68	5	4	4	5	18	4,50	4	4	4	3	15	3,75
69	5	5	5	5	20	5,00	4	3	3	3	13	3,25
70	5	5	5	5	20	5,00	4	5	5	4	18	4,50
71	5	5	5	4	19	4,75	5	5	5	4	19	4,75
72	5	4	4	4	17	4,25	5	5	5	4	19	4,75
73	5	5	4	4	18	4,50	5	4	4	4	17	4,25
74	5	5	4	4	18	4,50	5	4	4	4	17	4,25
75	4	3	3	3	13	3,25	4	3	3	3	13	3,25
76	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
77	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	4	17	4,25
78	5	4	4	4	17	4,25	4	4	4	4	16	4,00
79	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	4	17	4,25
80	4	4	4	3	15	3,75	5	4	4	4	17	4,25
81	4	4	3	3	14	3,50	4	4	3	3	14	3,50
82	5	5	4	4	18	4,50	5	4	4	4	17	4,25
83	5	5	4	4	18	4,50	4	4	4	4	16	4,00
84	5	4	3	4	16	4,00	5	4	4	4	17	4,25
85	5	5	4	4	18	4,50	5	5	4	4	18	4,50
86	5	5	4	4	18	4,50	5	5	4	4	18	4,50
87	5	4	3	4	16	4,00	2	2	2	2	8	2,00
88	5	5	4	5	19	4,75	4	4	4	3	15	3,75
89	5	5	5	2	17	4,25	5	4	4	4	17	4,25
90	5	5	5	4	19	4,75	5	4	4	4	17	4,25
91	5	5	3	4	17	4,25	4	4	4	4	16	4,00

No	Reputasi (X1)						Profit Sharing (X2)					
	1	2	3	4	Total	Mean	1	2	3	4	Total	Mean
92	5	5	4	2	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00
93	5	3	5	5	18	4,50	4	3	3	3	13	3,25
94	5	5	5	3	18	4,50	4	3	3	3	13	3,25
95	5	4	3	3	15	3,75	3	3	3	3	12	3,00
96	5	5	4	4	18	4,50	4	4	4	3	15	3,75
97	5	5	4	4	18	4,50	5	4	4	3	16	4,00
98	5	4	4	4	17	4,25	4	3	3	3	13	3,25
99	4	4	3	3	14	3,50	4	4	3	3	14	3,50
100	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	4	16	4,00

No	Produk (X3)						Minat (Y)				
	1	2	3	4	Total	Mean	1	2	3	Total	Mean
1	5	4	4	4	17	4,25	5	5	4	14	4,67
2	5	4	4	4	17	4,25	5	4	4	13	4,33
3	4	4	4	5	17	4,25	4	4	4	12	4,00
4	5	4	4	4	17	4,25	5	5	4	14	4,67
5	5	4	4	4	17	4,25	5	5	4	14	4,67
6	3	4	4	4	15	3,75	5	5	4	14	4,67
7	4	4	4	4	16	4,00	5	5	4	14	4,67
8	4	5	4	5	18	4,50	5	5	5	15	5,00
9	5	4	4	4	17	4,25	5	5	4	14	4,67
10	5	4	5	5	19	4,75	5	5	4	14	4,67
11	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	13	4,33
12	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	13	4,33
13	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	13	4,33
14	2	2	2	2	8	2,00	3	3	3	9	3,00
15	5	5	4	5	19	4,75	5	5	4	14	4,67
16	5	5	5	4	19	4,75	4	4	4	12	4,00
17	5	5	5	4	19	4,75	4	5	4	13	4,33
18	4	5	4	4	17	4,25	4	5	5	14	4,67

No	Produk (X3)						Minat (Y)				
	1	2	3	4	Total	Mean	1	2	3	Total	Mean
19	5	5	5	4	19	4,75	4	5	4	13	4,33
20	4	5	4	4	17	4,25	4	4	4	12	4,00
21	5	5	5	3	18	4,50	5	5	5	15	5,00
22	4	4	5	5	18	4,50	5	4	4	13	4,33
23	4	5	3	5	17	4,25	5	5	5	15	5,00
24	4	5	5	5	19	4,75	5	5	5	15	5,00
25	5	5	4	5	19	4,75	5	3	5	13	4,33
26	4	5	4	4	17	4,25	5	5	4	14	4,67
27	5	5	4	4	18	4,50	5	5	4	14	4,67
28	3	4	5	5	17	4,25	5	5	4	14	4,67
29	4	5	3	5	17	4,25	5	4	4	13	4,33
30	3	5	4	5	17	4,25	4	4	3	11	3,67
31	4	4	5	3	16	4,00	4	4	3	11	3,67
32	5	3	5	5	18	4,50	5	4	4	13	4,33
33	5	5	5	5	20	5,00	5	4	3	12	4,00
34	4	4	4	4	16	4,00	4	4	3	11	3,67
35	5	5	5	4	19	4,75	3	3	3	9	3,00
36	5	4	3	4	16	4,00	4	4	3	11	3,67
37	5	4	4	5	18	4,50	4	4	3	11	3,67
38	3	5	5	4	17	4,25	5	5	4	14	4,67
39	4	4	4	5	17	4,25	5	5	4	14	4,67
40	5	5	4	5	19	4,75	5	5	4	14	4,67
41	5	3	5	5	18	4,50	5	4	4	13	4,33
42	5	5	5	3	18	4,50	5	4	4	13	4,33
43	4	4	4	5	17	4,25	4	4	3	11	3,67
44	4	5	4	5	18	4,50	4	4	4	12	4,00
45	4	5	5	5	19	4,75	5	5	4	14	4,67
46	5	5	4	5	19	4,75	5	4	4	13	4,33
47	4	3	4	4	15	3,75	5	5	4	14	4,67
48	5	5	4	5	19	4,75	5	5	5	15	5,00
49	5	4	5	5	19	4,75	5	5	5	15	5,00

No	Produk (X3)						Minat (Y)				
	1	2	3	4	Total	Mean	1	2	3	Total	Mean
50	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	12	4,00
51	5	5	4	4	18	4,50	5	5	5	15	5,00
52	4	4	4	4	16	4,00	5	5	5	15	5,00
53	5	4	4	4	17	4,25	5	5	5	15	5,00
54	4	4	4	5	17	4,25	4	5	5	14	4,67
55	5	5	4	4	18	4,50	5	5	5	15	5,00
56	4	4	4	4	16	4,00	5	5	4	14	4,67
57	4	4	4	4	16	4,00	5	5	4	14	4,67
58	5	5	5	4	19	4,75	5	5	5	15	5,00
59	5	4	4	4	17	4,25	5	5	5	15	5,00
60	5	4	4	4	17	4,25	5	5	5	15	5,00
61	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	13	4,33
62	5	4	4	4	17	4,25	5	5	5	15	5,00
63	5	5	4	4	18	4,50	5	5	5	15	5,00
64	5	4	4	4	17	4,25	5	5	5	15	5,00
65	5	4	4	4	17	4,25	5	5	5	15	5,00
66	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	12	4,00
67	4	4	4	3	15	3,75	4	4	4	12	4,00
68	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	12	4,00
69	5	4	4	4	17	4,25	5	5	4	14	4,67
70	4	4	4	4	16	4,00	5	5	5	15	5,00
71	5	5	4	4	18	4,50	5	5	5	15	5,00
72	5	5	4	4	18	4,50	5	5	5	15	5,00
73	4	4	4	4	16	4,00	5	5	5	15	5,00
74	5	4	4	4	17	4,25	5	5	5	15	5,00
75	3	3	3	3	12	3,00	4	4	4	12	4,00
76	4	3	4	4	15	3,75	5	5	4	14	4,67
77	5	4	5	4	18	4,50	5	5	4	14	4,67
78	5	4	4	5	18	4,50	5	5	4	14	4,67
79	4	3	3	3	13	3,25	4	4	4	12	4,00
80	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	12	4,00

No	Produk (X3)						Minat (Y)				
	1	2	3	4	Total	Mean	1	2	3	Total	Mean
81	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	12	4,00
82	5	4	4	4	17	4,25	5	5	5	15	5,00
83	5	5	4	4	18	4,50	5	5	5	15	5,00
84	4	4	4	4	16	4,00	5	5	4	14	4,67
85	5	5	4	4	18	4,50	5	5	4	14	4,67
86	5	5	4	4	18	4,50	5	5	5	15	5,00
87	2	2	2	2	8	2,00	3	3	3	9	3,00
88	4	4	3	3	14	3,50	4	3	5	12	4,00
89	5	4	4	4	17	4,25	4	5	5	14	4,67
90	5	4	4	4	17	4,25	5	4	5	14	4,67
91	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	13	4,33
92	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	13	4,33
93	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	12	4,00
94	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	12	4,00
95	4	3	3	3	13	3,25	4	4	4	12	4,00
96	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	13	4,33
97	5	4	4	4	17	4,25	5	5	5	15	5,00
98	4	4	4	3	15	3,75	5	5	4	14	4,67
99	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	12	4,00
100	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	13	4,33

**Lampiran 3**  
**Hasil Output SPSS**

**Statistik Deskriptif**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Reputasi	100	2.75	5.00	4.1025	.45518
Profit Sharing	100	2.00	5.00	4.0175	.51032
Produk	100	2.00	5.00	4.1600	.50817
Minat	100	3.00	5.00	4.4639	.48316
Valid N (listwise)	100				

**Statistik Deskriptif variabel Reputasi**

		X11	X12	X13	X14
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.4600	4.2600	3.9500	3.7400

**Statistik Deskriptif variabel *Profit Sharing***  
**Statistics**

		X21	X22	X23	X24
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.3200	3.9500	3.9800	3.8200

**Statistik Deskriptif variabel Produk**  
**Statistics**

		X31	X32	X33	X34
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.3800	4.2200	4.0000	4.0400

**Uji Validitas**

Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X11	0,347	0,198	<b>Valid</b>
X12	0,374		<b>Valid</b>
X13	0,477		<b>Valid</b>
X14	0,346	0,198	<b>Valid</b>
X21	0,617		<b>Valid</b>
X22	0,613		<b>Valid</b>
X23	0,511		<b>Valid</b>
X24	0,485	0,198	<b>Valid</b>
X31	0,611		<b>Valid</b>
X32	0,573		<b>Valid</b>
X33	0,563		<b>Valid</b>
X34	0,509	0,198	<b>Valid</b>
Y1	0,747		<b>Valid</b>
Y2	0,672		<b>Valid</b>
Y3	0,693		<b>Valid</b>

### Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Keterangan
Reputasi (X1)	4	0,659	Reliabel
Profit sharing (X2)	4	0,760	Reliabel
Produk(X5)	4	0,754	Reliabel
Minat (Y)	3	0,774	Reliabel

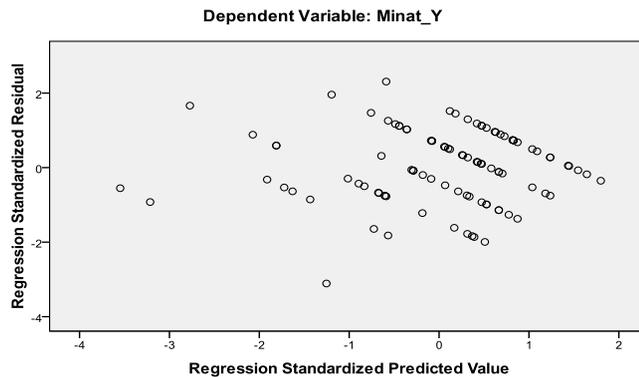
### Uji Multikolinearitas Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-,157	1,226		-,128	,898		
1 X1	,385	,054	,484	7,128	,000	,992	1,008
X2	,226	,055	,319	4,117	,000	,762	1,313
X3	,216	,055	,303	3,908	,000	,758	1,320

a. Dependent Variable: Y

### Uji Heterokedastisitas

Scatterplot



## Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,99261430
Most Extreme Differences	Absolute	,097
	Positive	,052
	Negative	-,097
Kolmogorov-Smirnov Z		,971
Asymp. Sig. (2-tailed)		,303

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Analisis Regresi Berganda

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,157	1,226		-,128	,898
X1	,385	,054	,484	7,128	,000
X2	,226	,055	,319	4,117	,000
X3	,216	,055	,303	3,908	,000

a. Dependent Variable: Y

## Uji simultan (uji F)

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	116.705	3	38.902	41.001	,000 <sup>a</sup>
	Residual	91.085	96	,949		
	Total	207.790	99			

**Uji parsial (uji t)  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error				
			Beta			
1	(Constant)	-,157	1,226	,484	-,128	,898
	X1	,385	,054	,319	7,128	,000
	X2	,226	,055	,303	4,117	,000
	X3	,216	,055		3,908	,000

a. Dependent Variable: Y

**Uji Koefisien Determinasi (uji R square)**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.749 <sup>a</sup>	.562	.548	.974

a. Predictors: (Constant), Produk\_X3, reputasi\_X1, Profit\_sharing\_X2

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### 1. Identitas Diri

Nama : Siti Mawaddah  
 Tempat Tanggal Lahir : Lhokseumawe, 19 Maret 1996  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Agama : Islam  
 Status Perkawinan : Belum Kawin  
 Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh  
 Email : [sitysisit@gmail.com](mailto:sitysisit@gmail.com)

### 2. Riwayat Pendidikan

Tahun 2000-2001 : TK Yapena Lhokseumawe  
 Tahun 2002-2008 : MIN Model Banda Aceh  
 Tahun 2008-2011 : SMP Negeri 2 Banda Aceh  
 Tahun 2011-2014 : SMA Negeri 3 Banda Aceh  
 Tahun 2014-2018 : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah