



**DETERMINAN KEPUTUSAN NONMUSLIM
MENJADI NASABAH DI PT. BSI SYARIAH
KCP RANTAUPRAPAT**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

OLEH

WINDA SARI SIREGAR

NIM. 16 4010 0060

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2020



**DETERMINAN KEPUTUSAN NONMUSLIM
MENJADI NASABAH DI PT. BANK
SYARIAH INDONESIA KCP
RANTAUPRAPAT**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

OLEH

WINDA SARI SIREGAR

NIM. 16 4010 0060

PEMBIMBING I

Drs. Kamaluddin, M.Ag.
NIP. 19651102 199103 1 001

PEMBIMBING II

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 19841130 201801 2 001

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2022



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. WINDA SARI SIREGAR
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 10 Februari 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. WINDA SARI SIREGAR yang berjudul "Determinan Keputusan Nonmuslim Menjadi Nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Rantauprapat", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Drs. Kamaluddin, M.Ag.
NIP. 19651102 199103 1 001

PEMBIMBING II

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 19841130 201801 2 001

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Winda Sari Siregar**
NIM : **16 401 00060**
Fakultas/Prodi : **Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah**
Judul Skripsi : **Determinan Keputusan Nonmuslim Menjadi Nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Rantauprapat.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 10 Februari 2022

Saya yang Menyatakan,



WINDA SARI SIREGAR
NIM. 16 401 00060

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Winda Sari Siregar
NIM : 16 401 00060
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Determinan Keputusan Nonmuslim Menjadi Nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Rantauprapat.”**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 20 Februari 2022

Yang menyatakan,



**WINDA SARI SIREGAR
NIM. 16 401 00060**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 SihitangPadangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : WINDA SARI SIREGAR
NIM : 16 401 00060
FAKULTAS/JURUSAN : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Determinan Keputusan Nonmuslim Menjadi Nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Rantauprapat

Ketua,

Dr. Darwis Harahap, SHL., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

Sekretaris,

Sarmiana Batubara, M.A
NIP. 19860327 201903 2 012

Anggota

Dr. Darwis Harahap, SHL., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

Sarmiana Batubara, M.A
NIP. 19860327 201903 2 012

Muhammad Isa, M.M
NIP. 19800605 201101 1 003

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130 201801 2 001

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis, 28 April 2022
Pukul : 09.00 WIB s/d 12.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus / 71,75 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,46
Predikat : SANGAT MEMUASKAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIKINDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sibitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN KEPUTUSAN NONMUSLIM
MENJADI NASABAH DI PT. BANK SYARIAH
INDONESIA KCP RANTAUPRAPAT.

NAMA : WINDA SARI SIREGAR
NIM : 16 401 00060

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 20 Juni 2022
Dekan,



Dr. Dedy Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Winda Sari Siregar
Nim : 16 401 00060
Judul Skripsi : Determinan Keputusan Nonmuslim Menjadi Nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Rantauprapat.

Keputusan nasabah merupakan pilihan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Agar pihak manajemen dapat mengenal nasabah dan mengerti akan keinginan nasabah pada saat ini dan masa yang akan datang. Oleh karena itu keunggulan pesaing terutama berasal dari kemampuan suatu bank untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya. Namun pada kenyataannya walaupun pelayanan bank sudah cukup baik belum tentu keputusan non-muslim menjadi nasabah tercapai. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah ada pengaruh pelayanan, promosi, dan religiusitas terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah baik secara parsial maupun simultan.

Teori pada penelitian ini meliputi pengertian pelayanan, promosi, dan religiusitas serta keputusan nonmuslim menjadi nasabah. Teori penelitian ini juga mencakup tentang hubungan antara pelayanan, promosi, dan religiusitas serta keputusan nonmuslim menjadi nasabah dalam perspektif Islam.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan angket dengan jumlah sampel 92 nasabah. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS V 23. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji linearitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil uji-t bahwa variabel pelayanan tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah. Sedangkan variabel religiusitas mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah. Berdasarkan uji-F dapat diketahui secara simultan variabel pelayanan, promosi dan religiusitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah.

Kata Kunci: Pelayanan, Promosi, Religiusitas, Keputusan Nonmuslim

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum WarahmatullahiWabarakatuh

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian “**Determinan Keputusan Nonmuslim Menjadi Nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Rantauprapat**”. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S. HI., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, M.A., selaku Ketua Prodi Jurusan Perbankan Syariah dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd., selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., selaku pembimbing I dan Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, MM selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
6. Teristimewa keluarga tercinta Ayahanda tercinta Wagino Siregar dan Ibunda tercinta Erna Harahap beserta ketiga saudara/i peneliti yakni Novita Sari Siregar, Ratna Sari Siregar, dan Dinda Sari Siregar. Tidak lupa juga untuk sahabat setia Winda Sari Siregar, yang paling berjasa dalam hidup peneliti. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi

ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

7. Untuk keluarga besar Sahrul Siregar yang telah banyak memberikan pengalaman, dorongan serta masukkannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk sahabat peneliti yaitu Lili Tiomalini Siregar, Nova Khairani Pulungan, Misbahul Hayati Siregar, Amaria Daulay, Novita Sari Batubara, Febriani Siregar, Ida Sari Ritonga, Nur Ainun Ritonga, Husna Hidayati, Rahayu Atika, yang merupakan sahabat seperjuangan semasa Kuliah, yang selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan karya ini dan rekan-rekan Perbankan Syariah 2, angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarabbal alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini

masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, April 2022
Peneliti

WINDA SARI SIREGAR
NIM. 16 401 00060

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ža	ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— و	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....يْ	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...اُ...اِ...اِو...	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
اِ...اِو...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
اِو...	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk *tamar butah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

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

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu اَل. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara

kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga.

Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Kata pengantar	ii
Pedoman Transliterasi Arab-Latin	vi
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	6
D. Definisi Operasional Variabel.....	7
E. Rumusam Masalah.....	8
F. Tujuan Penelitian	8
G. Kegunaan Penelitian	9
H. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Kerangka Teori.....	12
1. Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	12
2. Perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional	13
3. Keputusan Nasabah	14
4. Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah	18
5. Pelayanan	20
6. Promosi	25
7. Religius Stimuli.....	29
8. Nasabah Nonmuslim	33
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Pikir	36
D. Hipotesis.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	38
B. Jenis Penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel	38
1. Populasi	38
2. Sampel.....	39
D. Sumber Data.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41

F. Teknis Analisis Data	44
G. Uji Asumsi Klasik	45
H. Regresi Linear Berganda.....	47
I. Uji Hipotesis.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	51
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	51
1. Sejarah Perusahaan.....	51
2. Visi dan Misi.....	53
B. Hasil Analisis Data.....	53
1. Hasil Uji Validitas.....	53
2. Hasil Uji Reabilitas	57
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	58
a. Hasil Uji Normalitas	58
b. Hasil Uji Linearitas	60
c. Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
d. Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
4. Hasil Regresi Linear Berganda	64
5. Hasil Uji Hipotesis	66
a. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted Rsquare).....	66
b. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	67
c. Hasil Uji Signifikansi F.....	69
C. Pembahasan Analisis Data	70
D. Keterbatasan Penelitian.....	75
BAB V PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	77

Daftar Pustaka

Daftar Riwayat Hidup

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Perkembangan Nasabah Muslim dan Nonmuslim pada PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.....	5
Tabel I.2 Definisi Operasional Variabel	7
Tabel II.1 Perbandingan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional	14
Tabel II.2 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel III.1 Skala Likert	42
Tabel III.2 Kisi-kisi Angket	43
Tabel IV.1 Hasil Uji Validasi Pelayanan	54
Tabel IV.2 Hasil Uji Validasi Promosi	55
Tabel IV.3 Hasil Uji Validasi Religiusitas.....	56
Tabel IV.4 . Hasil Uji Validasi Keputusan Nasabah.....	57
Tabel IV.5 Hasil Uji Reabilitas	58
Tabel IV.6 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel IV.7 Hasil Uji Linieritas Pelayanan	60
Tabel IV.8 Hasil Uji Linieritas Promosi	60
Tabel IV.9 Hasil Uji Linieritas Religiusitas.....	61
Tabel IV.10 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel IV.11 Hasil Regresi Linear Berganda.....	64
Tabel IV.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
Tabel IV.13 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	68
Tabel IV.14 Hasil Uji Signifikansi (Uji f)	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Berpikir	36
Gambar IV.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan hadits. Adapun bank yang dalam beroperasi sesuai dengan prinsip syariat Islam adalah bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariat Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara islam. Strategi perkembangan bank syariah diarahkan untuk menciptakan sistem perbankan syariah yang sehat dan dapat berperan sebagai lembaga intermediasi secara optimal.¹

Lembaga perbankan merupakan salah satu instrumen penting dalam sistem ekonomi modern. Tidak satu pun negara modern yang menjalankan ekonominya tanpa melibatkan lembaga perbankan. Sumber dana yang didapatkan harus sesuai dengan syariah dan alokasi investasi yang dilakukan bertujuan untuk menumbuhkan ekonomi dan sosial masyarakat serta melakukan jasa-jasa perbankan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Dari definisi tersebut jelas, bahwa perbankan syariah tidak hanya semata-mata mencari keuntungan dalam operasionalnya, tetapi terdapat nilai-nilai sosial

¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm.228.

kemasyarakatan yang ingin dicapai. Jadi bank tidak hanya berfungsi mengejar keuntungan person atau kelompok, tetapi lebih dari itu, bank harus mempunyai komitmen dan usaha pada peningkatan kualitas ekonomi pada masyarakat umum.

Keputusan nasabah merupakan pilihan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Agar pihak manajemen dapat mengenal nasabah dan mengerti akan keinginan nasabah pada saat ini dan masa yang akan datang. Oleh karena itu keunggulan pesaing pada bisnis ini terutama berasal dari kemampuan suatu bank untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau nasabahnya. Agar produk yang ditawarkan oleh bank dapat diterima oleh nasabah, maka bank harus memberikan nilai yang lebih kepada nasabah dengan memberikan produk yang berkualitas sesuai dengan harapan konsumen.²

Dalam menunjukkan produk yang dimiliki bank juga harus memberikan informasi kepada masyarakat melalui promosi. Promosi dapat dilakukan bank harus memberikan informasi yang tepat dimana komunikasi berperan penting, dalam hal ini promosi menjadi suatu yang berharga. Komunikasi merupakan karakter yang penting dalam membangun hubungan, dengan diadakan promosi maka masyarakat mengetahui apa saja yang

² Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT. Rmaja Rosdakary, 2002), 15.

diberikan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung. Oleh karena itu bank harus dapat memanfaatkan dengan benar media promosi seperti iklan, media cetak atau elektronik, promosi langsung atau mengadakan *event/acara* yang tersedia.

Faktor penentu kualitas pelayanan konsumen, terdiri dari kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), empati (*emphaty*), dan berwujud (*tangible*).³ Fasilitas pelayanan yang diberikan PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat untuk memberikan kenyamanan, kemudahan dan keamanan bagi nasabah PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat berupa pelayanan dari karyawan yang cepat, tepat, dan ramah kemudian dengan memberikan *ATM, phone banking, SMS banking, internet banking dan mobile banking* adalah layanan perbankan 24 jam agar mempermudah nasabah PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat melakukan transaksi.

Promosi menurut A. Hamdani merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.⁴

³ Handi Irawan, *Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), hlm. 73.

⁴ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: PT. Buku Seru, 2012), 154.

Sistem perbankan syariah dijalankan atas dasar filosofi religiusitas, landasan keadilan, dan orientasi falah. Ajaran-ajaran agama atau religius yang telah dipahami dapat menjadi pendorong seseorang dalam melakukan berbagai aktivitas, termasuk kegiatan ekonomi. Keberagamaan (religiusitas) diwujudkan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk praktik perbankan yang merupakan bagian dari kegiatan muamalah.

Faktor yang memengaruhi nasabah dalam menggunakan jasa Bank Syariah adalah diinvestasikan pada pekerjaan yang halal dan berkah, pelayanan yang cepat dan efisien, sikap dan perilaku karyawan yang ramah dan sopan, adanya jaminan keamanan dana nasabah, produk yang beragam, pelayanan yang mudah dan tidak berbelit-belit, bangunan dan ruangan Bank yang bersih dan nyaman, promosi dari Bank, dan adanya dorongan dari pihak lain.

Salah satu bank syariah yang mempunyai nasabah nonmuslim adalah PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat. Hasil wawancara di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat dengan ibu Santi Handayani menyatakan bahwa terdapat nasabah nonmuslim di bank tersebut dimana setiap tahunnya jumlah nasabahnya terus bertambah. Hal ini menarik untuk diketahui dan diteliti, faktor apa yang menyebabkan nonmuslim bersedia menjadi nasabah bank syariah.⁵ Dan sedangkan wawancara dari nasabah nonmuslim menyatakan

⁵ Wawancara Dengan Karyawan BSI Syariah Kcp Rantau Prapat, Santi Handayani, 03 Desember 2020.

bahwasanya di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat pelayanan jauh lebih bagus dan karyawan-karyawan di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat lebih ramah-ramah dan sopan santun dalam melayani nasabah.⁶ Kemudian wawancara dari nasabah muslim menyatakan bahwa di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat terdapat promo-promo yang menarik yang sering diadakan di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.⁷

Tabel I.1

Perkembangan Nasabah Muslim dan Nonmuslim pada PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat

Tahun	Nasabah Muslim	Nasabah Nonmuslim
2017	650 Orang	450 Orang
2018	950 Orang	300 Orang
2019	1000 Orang	350 Orang
Jumlah	2600 Orang	1100 Orang

Sumber: PT. Bank BSI Syariah KCP Rantauprapat

Dari tabel di atas dapat dilihat perkembangan nasabah muslim dan nonmuslim pada bank BSI Syariah KCP Rantauprapat, ini menunjukkan bahwa ada minat nasabah nonmuslim menjadi nasabah di bank BSI Syariah KCP Rantauprapat, yang dibuktikan dengan persentase tiap tahun jumlah nasabah muslim maupun nonmuslim menaik.⁸

⁶ Lilis Sinambela, "Wawancara Dengan Nasabah Non Muslim," 03 Desember 2020.

⁷ Lia Marlina, "Wawancara Dengan Nasabah Muslim," Desember 2020, 1.

⁸ Santi Handayani, "Wawancara Dengan Karyawan BSI Syariah Kcp Rantauprapat," Desember 2020, 1.

Untuk mengungkap faktor yang menyebabkan nasabah nonmuslim mempercayakan kegiatan ekonominya di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat, di tengah banyaknya umat muslim yang masih mempercayakan kegiatan perekonomiannya kepada bank konvensional dan peneliti merasa ada sedikit kejanggalan terhadap nonmuslim yang menjadi nasabah di bank syariah maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Berdasarkan fenomena di atas, maka peneliti berniat melakukan penelitian dengan judul “**Determinan Keputusan Nonmuslim Menjadi Nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat**”.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah dapat diambil identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Perlunya faktor yang memengaruhi masyarakat nonmuslim menjadi nasabah di bank BSI KCP Rantauprapat.
2. Pelayanan menjadi alasan utama masyarakat nonmuslim memilih bank BSI Syariah KCP Rantauprapat sebagai nasabah.
3. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh bank BSI Syariah KCP Rantauprapat untuk dapat menarik minat nasabah nonmuslim untuk melakukan transaksi di bank BSI Syariah KCP Rantauprapat.
4. Rendahnya tingkat pemahaman religiusitas nasabah.

C. Batasan Masalah

Untuk memudahkan peneliti dalam proses penelitian ini. Peneliti membatasi masalah hanya mencakup dengan pengaruh pelayanan terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

D. Definisi Operasional Variabel

Untuk menjelaskan variabel-variabel yang sudah ada pada batasan masalah, maka perlu definisi operasional dari masing-masing variabel, sebagai upaya untuk memahami penelitian ini. Definisi dari variabel-variabel yang diteliti sebagai berikut:

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Pelayanan (X1)	Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat dan tepat dengan etika baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keramahan dan kesopanan karyawan 2. Kemudahan dan kecepatan pelayanan
Promosi (X2)	Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat menentukan nasabah untuk membuka tabungan, promosi merupakan pengkomunikasian informasi antara penjual dan pembeli potensial atau	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brosur yang menarik. 2. Promosi di berbagai instansi. 3. Informasi dari

	pihak-pihak lainnya dalam saluran distribusi guna mempengaruhi sikap dan perilakunya.	mulut ke mulut.
Religiusitas (X3)	Keadaan yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorong berpikir, berperilaku, dan bertindak sesuai dengan ajaran agamanya.	1. Keyakinan. 2. Pengalaman. 3. Pengetahuan.
Keputusan Nasabah (Y)	Pengambilan keputusan adalah suatu proses penentuan keputusan yang terbaik dari sejumlah alternatif untuk melakukan aktivitas-aktivitas pada masa yang akan datang.	1. Mengenal kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat?
2. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat?
3. Apakah ada pengaruh religiusitas terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat?

4. Apakah ada pengaruh pelayanan, promosi, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat?

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial dan simultan terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.
3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas secara parsial dan simultan terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.
4. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan, promosi, dan religiusitas terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat dalam menentukan langkah selanjutnya ke arah yang lebih baik, khususnya sebagai bahan evaluasi atas kinerja bank syariah selama ini dalam menghadapi kompetisi dalam dunia perbankan nasional.

2. Bagi Akademisi

Manfaatnya adalah sebagai sumber referensi dan informasi untuk membuat kebijakan yang berkaitan dengan apa yang telah diteliti tersebut.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan informasi atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk melakukan penelitian yang sama atau kearah yang lebih luas.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih terarahnya penulisan ini, penulis membuat sistematika pembahasan dengan membaginya kepada lima bab yakni:

BAB I, merupakan pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah yang berisikan alasan bagi peneliti untuk mengangkat judul dan identifikasi masalah yang harus dibahas. Penelitian ini dibatasi pada satu *dependent variable* (keputusan nasabah) dan 3 *independent variable* (faktor pelayanan, faktor promosi, dan religiusitas). Sedangkan untuk rumusan masalah yaitu apakah terdapat pengaruh faktor pelayanan, faktor promosi, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan rumusan masalah maka akan tercapai tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.

BAB II, dalam Bab ini akan diuraikan tentang landasan teori menyangkut *independent variable* dan *dependent variable* sebagai dasar pemikiran dalam mencari pembuktian dan solusi yang tepat untuk hipotesis yang akan diajukan. Sebagai acuan akan diuraikan pula penelitian terdahulu

yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yang memiliki keterkaitan dengan penelitian. Selain itu Bab ini juga berisi tentang hipotesis dan kerangka pikir.

BAB III, menjelaskan tentang metode penelitian berisi tentang lokasi dan waktu penelitian. Dijabarkan pula tentang jenis penelitian, populasi dan sampel dan sumber data yang didapatkan, serta instrumen pengumpulan data dari responden. Selanjutnya akan dibahas teknik analisis data yang digunakan untuk mengolah data yang sudah dikumpulkan dari objek penelitian.

BAB IV, Bab ini membahas isi pokok dari penelitian yang berisi gambaran umum objek penelitian, analisis data, dan pembahasan sehingga dapat diketahui hasil analisis yang diteliti mengenai hasil pengujian hipotesis .

BAB V, merupakan Bab penutup dari keseluruhan isi skripsi yang memuat kesimpulan dan saran bagi penelitian berikutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Bank Syariah dan Bank Konvensional

a. Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).⁹

Bank Syariah terdiri dari dua kata, yaitu bank dan syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak yang bank dan pihak yang lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.¹⁰

⁹ Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 61.

¹⁰ muhammad nasib ar-rifa'i, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1* (Jakarta: Gema Insani Press, 1999), hlm. 1.

b. Bank Konvensional

Bank konvensional merupakan bank yang paling banyak beredar di Indonesia. Bank umum mempunyai kegiatan pemberian jasa yang paling lengkap dan dapat beroperasi diseluruh wilayah Indonesia.

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, Konvensional berarti “menurut apa yang sudah menjadi kebiasaan”.¹¹ Dimana dapat kita ambil kesimpulan bahwa bank konvensional adalah yang operasionalnya menerapkan metode bunga, karena metode bunga sudah ada terlebih dahulu yang menjadi kebiasaan.

Dalam praktiknya ragam produk tergantung dari status bank yang bersangkutan. Menurut status bank konvensional dibagi kedalam dua jenis yaitu bank umum devisa dan bank umum non devisa.

2. Perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional

Dalam beberapa hal, bank konvensional dan bank syariah memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi komputer yang digunakan, syarat-syarat umum memperoleh pembiayaan seperti KTP, NPWP,

¹¹ W.J.S Poerwadarmita, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), hlm. 522.

proposal, laporan keuangan, dan sebagainya. Akan tetapi, terdapat banyak perbedaan mendasar di antara keduanya.

Perbedaan itu menyangkut aspek legal, struktur organisasi, usaha yang dibiayai, dan lingkungan kerja.

Tabel II.1
Perbandingan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank Syariah	Bank Konvensional
Melakukan investasi-investasi yang halal saja.	Investasi yang halal dan haram.
Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa.	Memakai perangkat bunga.
Profit dan falah oriented.	Profit oriented.
Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan.	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan debitor-debitor.
Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.	Tidak terdapat dewan sejenis. ¹²

3. Keputusan Nasabah

a. Definisi Keputusan Nasabah

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, diidentifikasi masalah hingga pada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan. Karena itu besarnya pengaruh yang akan terjadi jika rekomendasi yang dihasilkan tersebut terdapat kekeliruan atau adanya kesalahan-

¹² Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik, hlm.34.

kesalahan yang tersembunyi karena faktor ketidak hati-hatian dalam melakukan pengkajian masalah.¹³ Selain itu menurut pemahaman yang paling umum, sebuah keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih.

Menurut Dwi Suwiknyo “nasabah adalah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.”¹⁴

b. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan antara dua atau lebih alternatif tindakan (perilaku). Keputusan selalu mempunyai syarat antara beberapa perilaku yang berbeda.

Pengambilan keputusan sangat penting dalam manajemen dan merupakan tugas utama dari seorang pemimpin atau manajer. Dalam penelitian ini nasabah adalah manajer bagi dirinya sendiri dalam memutuskan untuk menjadi nasabah di BSI Syariah KCP Rantauprapat. Pengambilan keputusan diproses

¹³ IKAPI, *Manajemen Pengambilan Keputusan Teori Dan Aplikasi* (Bandung: ALVABETA, 2016), hlm.51.

¹⁴ Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Total Media, 2009), hlm.184.

oleh pengambilan keputusan yang hasilnya keputusan. Keputusan-keputusan ini akan menimbulkan aktivitas-aktivitas, sehingga proses manajemen dapat terlaksanakan.¹⁵

Beberapa tahapan dalam proses pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa yang dilakukan perilaku nasabah:

1) Pengenalan Kebutuhan

Proses memilih dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Nasabah menyadari suatu perbedaan antara keadaan sebenarnya dan keadaan yang diinginkannya, kebutuhan itu dapat digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri nasabah atau luar diri nasabah. Para pemasar perlu mengenal berbagai hal yang dapat menggerakkan kebutuhan atau minat tertentu dalam nasabah. Para pemasar perlu meneliti nasabah untuk memperoleh jawaban, apakah kebutuhan yang disarankan atau nasabah yang timbul, apa yang menyebabkan semua itu muncul, dan bagaimana kebutuhan atau masalah itu menyebabkan seseorang mencari produk/jasa tertentu.

¹⁵ Malayu SP Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian Dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm.53.

2) Pencarian Informasi

Pada proses ini pembeli atau nasabah mulai timbul minatnya atau dorongan untuk mencari informasi tentang produk yang akan dibelinya baik itu dari keluarga, teman, iklan, media masa dan orang yang pernah menggunakan produk tersebut.

3) Evaluasi Alternatife

Setelah membeli suatu produk, nasabah akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak ada kepuasan ada kemungkinan bahwa nasabah tidak memiliki kepuasan setelah melakukan pilihan atau produk, atau juga nasabah harus mengeluarkan waktu lebih banyak lagi untuk melakukan evaluasi sebelum memilih produk.

4) Keputusan Membeli

Pada tahap evaluasi, konsumen telah memilih merek-merek yang telah dikumpulkan dan diinginkan. Konsumen mungkin memilih satu produk yang paling disukai dan akan dibeli. Dan tahap ini konsumen akan memutuskan produk apa yang akan dibeli berdasarkan apa yang akan diinginkan dari paling disukainya setelah melakukan pertimbangan.

5) Perilaku Sesudah Membeli

Sesudah pembelian produk konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen juga akan terlibat dalam tindakan sesudah pembelian dan menggunakan produk yang akan menarik minat pasar. Jika konsumen mengalami kepuasan setelah membeli produk maka dia akan menceritakan pengalamannya tersebut tentang produk yang dibelinya dan akan mengajak orang lain untuk mencoba produk tersebut menurut pengalaman yang dirasakannya.

4. Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah

a. Pelayanan

Menurut Melayu S.P Hasibuan pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, dan tepat dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.¹⁶

b. Promosi

Menurut William J. Stanton promosi adalah unsur alam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk

¹⁶ *Manajemen: Dasar, Pengertian Dan Masalah*, hlm. 152.

memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.¹⁷

c. Bagi hasil

Merupakan sistem pembagian hasil usaha antara pemilik dana dan pengelola dana misalnya antara bank syariah dan nasabah penerima dana menggunakan akad mudharabah dan musyarakah.¹⁸ Bagi hasil merupakan nisbah atau keuntungan yang diperoleh dari hasil investasi maupun pembiayaan yang dikelola oleh bank syariah dari nasabah.

d. Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk akan memberikan manfaat baik dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari atas sesuatu yang dimiliki oleh konsumen.¹⁹

e. Lokasi

Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan sifatnya akan ditetapkan. Komponen yang menyangkut lokasi yaitu: pemilihan lokasi yang strategis di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman, dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang

¹⁷ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, hlm. 154.

¹⁸ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, hlm. 35.

¹⁹ *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, hlm. 15.

mendukung seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya.²⁰

f. Harga

Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan.²¹

5. Pelayanan

a. Definisi Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya dapat dikatakan sebagai suatu tindakan serta perlakuan atau cara melayani orang lain untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Tingkat kepuasan konsumen atas suatu pelayanan dapat diukur dengan membandingkan antara harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diinginkannya dengan kenyataan yang diterima atau dirasakannya.²²

Menurut Kasmir “pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah”.²³

²⁰ Kasmir Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 157.

²¹ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 191.

²² Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 211.

²³ Kasmir, hlm.140.

Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat dan tepat dengan etika baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya. Dengan adanya pelayanan yang baik maka nasabah akan tertarik untuk menggunakan produk atau pun jasa yang ada di suatu perusahaan atau bank.

Jika dikaitkan dengan faktor keputusan nasabah maka pelayanan juga merupakan faktor psikologis karena mencakup persepsi, dimana pelanggan atas layanan nyata yang mereka terima dan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan dan atau diinginkan akan mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pembelian suatu produk.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Ada dua faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan, yaitu persepsi pelanggan atas layanan nyata yang mereka terima (*perceived service*) dan layanan sesungguhnya yang diharapkan dan atau diinginkan

(*expected service*). Keputusan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, dalam hal ini kualitas pelayanan terdiri dari:²⁴

- 1) Berwujud (*Tangible*) adalah jasa yang dapat dilihat oleh konsumen.
- 2) Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan.
- 3) Daya tanggap (*Responsivness*) adalah kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen.
- 4) Jaminan.
- 5) Perhatian (*Emphaty*) adalah kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.

b. Pelayanan Prima

Secara sederhana yang dimaksud dengan pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan kepada pelanggan. Pelayanan prima sangat mengutamakan pelanggannya karena pelanggan adalah raja. Maka dari itu, berbagai kemudahan dan kenyamanan harus diberikan kepada pelanggan.

²⁴ Handi Irawan, *Prinsip Keputusan Pelanggan* (Jakarta: : Salemba Empat, 2004), hlm. 37.

Pelayanan prima sangat memperhatikan hubungan/interaksi antara manusia (humanis). Maka sentuhan hati nurani dan senyum yang menyejukkan pelanggan mengandung arti yang amat penting serta menentukan mutu pelayanan. Selera dan kebutuhan pelanggan sering kali berubah, mereka selalu menuntut pelayanan yang bermutu. Oleh karena itu setiap pihak yang terlibat dengan pelayanan perlu melakukan perbaikan terus-menerus atau berkelanjutan.²⁵

1) Pelayanan Menurut Perspektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun jasa/pelayanan hendaknya memberikan yang terbaik, seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا
 مِن حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا
 عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah

²⁵ Mohammad Iqbal, *Pelayanan Yang Memuaskan* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007), hlm. 57.

ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah.

Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.²⁶

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa setiap manusia dituntut untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya.

Begitu juga pelayanan yang diberikan kepada nasabah harus sesuai dengan harapan mereka, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahlembutannya maka nasabah akan berpindah ke perusahaan lain, sehingga karyawan diharapkan memiliki sifat pemaaf dan mengerti keinginan nasabah serta menghilangkan jauh-jauh sikap keras hati. Salah satu dimensi pelayanan adalah bukti fisik yaitu berupa fasilitas gedung, tempat antrian yang nyaman, tempat parkir dan lainnya.²⁷

Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pemasaran. Sikap melayani yang baik sesuai dengan etika islam adalah dengan bersikap sopan, santun dan rendah hati, sopan dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya.

²⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Bandung: Sinar Baru Algensindo Offset, 2012), hlm. 103.

²⁷ M. Quraish Shihab, "Tafsir Al- Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian AlQur'an" (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 309-310.

Sikap melayani juga merupakan salah satu ajaran yang cukup mewarnai pola kerja umat kristiani. Pencarian pelanggan tentang kenyamanan tidak hanya terbatas pada waktu dan tempat yang menyenangkan, juga tidak hanya pada pembelian produk ini. Orang yang menginginkan akses yang mudah pada jasa pelengkap juga, khususnya informasi, referasi, dan pemecahan masalah.

6. Promosi

a. Definisi Promosi

Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat menentukan nasabah untuk membuka tabungan, promosi merupakan pengkomunikasian informasi antara penjual dan pembeli potensial atau pihak-pihak lainnya dalam saluran distribusi guna mempengaruhi sikap dan perilakunya.²⁸

Salah satu kegiatan yang dilakukan agar produk atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan laku dijual kemasyarakat atau nasabah adalah kegiatan promosi. Agar produk laku dijual kemasyarakat atau nasabah, maka masyarakat perlu tahu kehadiran produk tersebut berikut manfaat, harga, dimana bisa diperoleh, dan kelebihan-kelebihannya dibandingkan dengan

²⁸ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 754.

produk pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah dengan melalui sarana promosi. Artinya, keputusan terakhir perusahaan harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin dari nasabah.²⁹

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan *marketing mix* lainnya (produk harga dan lokasi). Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Dari definisi yang telah diungkapkan di atas dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan kegiatan untuk mengenalkan produk kita. Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Pertama, promosi melalui periklanan (*advertising*), kedua melalui promosi penjualan (*sales promotion*), ketiga publisitas (*publicity*), dan keempat adalah promosi melalui penjualan pribadi (*personal selling*).

²⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2010), hlm. 155.

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam, sampai pejabat bank. Secara khusus, *personal selling*, dilakukan oleh petugas *customer service* atau *service assistancy*.

Allah berfirman dalam surah An-Nisa: 29.³⁰

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ
 اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ
 اِلٰهَكُمْ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Tafsir dari ayat diatas adalah, kata ‘an taradim minkum, keharusan adanya kerelaan kedua belah pihak. Walaupun kerelaan adalah sesuatu yang tersembunyi dilubuk hati, tetapi yang indikator dan tanda-tandanya dapat terlihat.³¹ Maksudnya janganlah kamu melakukan praktik-praktik yang diharamkan

³⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2000), hlm. 576.

³¹ Muhammad Nasib Ar-rifa'i, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1* (Jakarta: Gema Insani Press, 1999), hlm.293.

dalam memperoleh harta kekayaan, namun harus melalui perdagangan yang disyariatkan dan berdasarkan kerelaan antara penjual dengan pembeli. Kerjakan perdagangan yang demikian dan jadikanlah sebagai saran untuk memperoleh harta kekayaan.

Dalam ayat tersebut Allah mengharamkan memakan harta dengan cara yang batil, kecuali jika dengan jalan perdagangan yang dilakukan atas dasar suka rela dari kedua belah pihak. Tidak diragukan lagi bahwa orang yang membeli produk sebab tertipu dengan promosi yang dilakukan maka dia tentunya tidak rela ketika mengetahui yang sebenarnya.

Maka jual beli apapun yang mengandung unsur penipuan dan pengelabuhan termasuk ke dalam memakan harta dengan cara yang batil.

Rasulullah -*shallallahu 'alahi wa sallam*- bersabda kepada penjual makanan yang menampakkan makanan yang baik, sementara yang kualitas buruk disamarkan,

أفلا جعلته فوق الطعام ليراه الناس، من غش فليس مني

*“Mengapa kamu tidak menampakkan pula yang kualitas rendah itu agar orang-orang dapat mengetahuinya. Siapa saja yang suka menipu maka dia bukan golonganku.”*³²

Nabi -shallallahu 'alahi wa sallam- melarang penjual makanan melakukan penyamaran barang dagangan dengan cara memperlihatkan barang kualitas baik di atas, sementara yang rentah diletakkan di bawahnya dengan tujuan menipu. Ini menunjukkan larangan bagi penjual untuk menampakkan sifat tidak sesuai dengan produk yang dia jual. baik hal tersebut dilakukan dengan ucapan maupun perbuatan.

7. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas merupakan internalisasi nilai-nilai ajaran agama yang diyakini tidak mustahil dan tidak bertentangan dengan logika yang kemudian diekspresikan dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Religiusitas adalah keadaan yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorongnya berpikir, bersikap, bertingkah laku, dan bertindak sesuai dengan ajaran agamanya. Religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agamanya.³³

³² HR Muslim, *Kitab Al-Iman*: Imam AZ-ZABIDI, hlm.99.

³³ Fifi Afiyanti, “Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah’,” Volume 4 Nomor 2 (2019): hlm.57.

Menurut Jalaluddin dalam bukunya Psikologi Agama mengungkapkan bahwa seseorang dikatakan memiliki perilaku religiusitas jika memiliki ciri-ciri sebagai berikut:³⁴

- 1) Menerima kebenaran agama berdasarkan pertimbangan pemikiran yang kuat, bukan hanya sekedar saja.
- 2) Selalu bersikap realis, sehingga norma-norma agama lebih banyak diaplikasikan dalam perilaku dan tingkah laku.
- 3) Berprilaku positif terhadap ajaran dan norma-norma agama serta berusaha untuk mempelajari dan mendalami pemahaman keagamaan tersebut.
- 4) Tingkat ketaatan beragama didasarkan atas pertimbangan tanggungjawab diri sendiri, sehingga sikap religiusitas merupakan realisasi dari sikap hidup.
- 5) Bersikap lebih terbuka dan wawasan lebih luas.
- 6) Bersikap lebih kritis terhadap ajaran agama sehingga keyakinan beragama bukan hanya didasarkan atas pertimbangan pikiran, tetapi juga didasarkan atas pertimbangan hati nurani.
- 7) Sikap keberagamaan akan mengarah kepada tipe-tipe kepribadian masing-masing, sehingga terlihat adanya pengaruh kepribadian dalam menerima, memahami serta melaksanakan ajaran agama yang diyakininya.
- 8) Terlihat adanya hubungan antara sikap religiusitas dengan kehidupan sosial, sehingga perhatian terhadap kepentingan organisasi sosial sudah berkembang.

³⁴ Jalaluddin, *Psikolog Agama* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 108-109.

Dalam menjalankan aktivitas ekonomi, sosial, politik atau aktivitas apapun, seorang muslim diperintahkan untuk melakukannya dalam rangka beribadah pada Allah, dimana pun dan dalam keadaan apapun. Karena itu, religiusitas seseorang akan meliputi beberapa macam sisi atau dimensi. Religiusitas dalam Islam bukan hanya diwujudkan dalam ibadah ritual saja, tetapi juga dalam aktivitas-aktivitas bermuamalah. Karena itu, hanya konsep yang mampu memberi penjelasan tentang kereligiusan umat Islam. Untuk memahami kereligiusan tersebut, konsep yang tepat adalah konsep yang mampu memahami adanya beragam dimensi dalam berislam.

b. Dimensi Religiusitas

Menurut Glock dan Stark dalam buku Djamaluddin Ancok dan Fuad Nashori Suroso, ada tiga macam dimensi religiusitas atau keberagamaan yaitu:³⁵

1) Dimensi keyakinan

Dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin tersebut. Dimensi keyakinan atau akidah Islam menunjuk pada beberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya. Didalam kereligiusan isi dimensi keimanan menyangkut keyakinan tentang Allah, para malaikat, Nabi dan Rasul, kitab-kitab Allah, surga dan neraka, serta qadha dan qadar.

2) Dimensi pengetahuan agama

³⁵ Djamaluddin Ancok Fuad Nashori Suroso, *Psikolog Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hlm. 76-82.

Dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, kitab suci, dan tradisi-tradisi. Keyakinan tidak perlu diikuti oleh syarat pengetahuan, juga semua pengetahuan agama tidak selalu bersandar pada keyakinan, dimana seseorang dapat berkeyakinan bahwa kuat tanpa benar-benar memahami agamanya, atau kepercayaan bisa kuat atas dasar pengetahuan yang amat sedikit. Dimensi ini menyangkut pengetahuan tentang isi Alquran, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan, hukum-hukum Islam, dan sejarah Islam.

3) Dimensi pengalaman

Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktek, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Dimensi pengalaman atau penghayatan menunjuk seberapa jauh tingkat muslim dalam merasakandan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman-pengalaman religius. Dimensi ini terwujud dalam perasaan dekat dengan Allah, perasaan doadoanya sering terkabul, perasaan tentram bahagia dalam mengagungkan Allah, perasaan bergetar ketika mendengar azan atau ayat-ayat Alquran, perasaan bersyukur kepada Allah, perasaan mendapat peringatan dan pertolongan dari Allah.

8. Nasabah Nonmuslim

a. Pengertian Nasabah Nonmuslim

Dalam kamus besar bahasa Indonesia “nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan

bank (dalam hal keuangan)".³⁶ Sedangkan "nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian pihak bank dengan nasabah yang bersangkutan".³⁷

Dari beberapa pengertian yang diuraikan tersebut dapat diterangkan bahwa nasabah bank syariah adalah orang yang menempatkan dananya di bank syariah dalam bentuk simpanan atau yang meminjam dana di bank. Dengan demikian yang di maksud dengan nasabah non muslim adalah orang yang beragama selain Islam yang menempatkan dananya di bank syariah dalam bentuk simpanan atau yang meminjam dana di bank.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa minat nasabah adalah suatu keadaan dimana nasabah mempunyai perhatian terhadap suatu kebutuhan produk dalam suatu bank disertai keinginan dan kecenderungan hati yang kuat.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

Tabel II.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Jurnal Of Sharia Banking, Amsal,	Motivasi Nonmuslim Menjadi Pelanggan di	Berdasarkan hasil penelitian yang

³⁶ Poerwadarmita, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, hlm. 795.

³⁷ Eti Roehaety Ratih Tresnati, *Kamus Istilah Ekonomi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), hlm. 229.

	Fatahuddin, Idris, dan Ferri ³⁸	PT. Bank Syariah Mandiri KC. Sibolga	dilakukan, peneliti melihat pada umumnya banyak masyarakat nonmuslim termotivasi dengan pelayanan yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KC. Sibolga. Lokasinya sangat terjangkau dan promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KC. Sibolga sangat giat dengan cara bersosialisasi di Pasar maupun di Sekolah.
2	Tandi Larasati Putri (2017) ³⁹	Pengaruh Lokasi, Produk, dan Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Salatiga dalam menjadi nasabah Bank Syariah	Kesimpulannya secara parsial pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah. Secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah.
3	Jurnal Al-Muzara'ah, Fithri Tyas Hapsari dan Irfan Syauqi Beik ⁴⁰	Analisis faktor-faktor yang memengaruhi nasabah nonmuslim dalam menggunakan jasa Bank Syariah di DKI Jakarta	Hasil penelitian ini bahwa secara parsial lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah nonmuslim, kemudian keuntungan administratif berpengaruh terhadap minat nasabah nonmuslim, religius stimuli berpengaruh terhadap minat nasabah nonmuslim, kemudian pelayanan tidak berpengaruh nyata terhadap minat nasabah nonmuslim, promosi tidak berpengaruh nyata

³⁸ Amsal, Fatahuddin, Idris, dan Ferri, "Jurnal Of Sharia Banking" Vol.1, No.2, hlm.83. Diakses pukul 05.10 wib, tanggal 07 Mei 2022.

³⁹ Tandi Larasati Putri, "Pengaruh Lokasi, Produk, dan Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Salatiga dalam menjadi nasabah Bank Syariah" (skripsi IAIN Salatiga, 2017), hlm 70.

⁴⁰ Fithri Tyas Hapsari dan Irfan Syauqi Beik "Jurnal Al-Muzara'ah" Vol.2, No.1, hlm.91-92. Diakses pukul 10.05 wib, tanggal 04 Maret 2022.

			terhadap minat nasabah nonmuslim, kemudian produk tidak berpengaruh nyata terhadap minat nasabah nonmuslim,
4	Siti Aisyah Nur, (2015) ⁴¹	Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Nonmuslim Menabung di PT.Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religius stimuli tidak berpengaruh terhadap minat nasabah nonmuslim, sedangkan bagi hasil berpengaruh terhadap minat nasabah nonmuslim, dengan uji F berpengaruh positif dan signifikan yaitu minat nasabah nonmuslim dipengaruhi secara bersama-sama oleh religius stimuli dan bagi hasil.
5	Jounal of Islamic Management and Bussiness (2019), Jumarni Jumarni, Ramlah Makkulasse, Irwati Baslan ⁴²	Determinan Faktor Pemahaman terhadap Motivasi Masyarakat Non Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pemahaman memiliki pengaruh positif signifikan terhadap motivasi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Palopo.

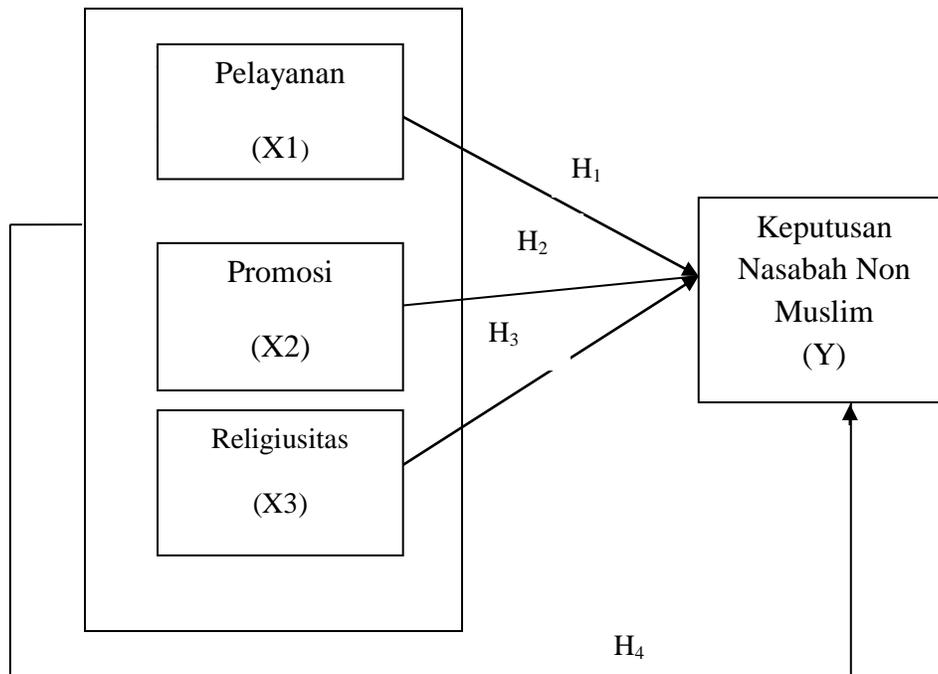
C. Kerangka Berpikir

Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang lebih diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

⁴¹ Siti Aisyah Nur, “Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Nonmuslim Menabung di PT.Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan” (skripsi IAIN Padangsidempuan, 2015), hlm.69.

⁴² Jumarni , Ramlah Makkulasse, dan Irwati Baslan, “*Jurnal of Islamic Management and Bussiness*” Vol.2, No.1, hlm.48. Diakses pukul 22.15 wib, tanggal 20 Februari 2022.

Gambar II.1
Kerangka Berpikir



Keterangan:

- : Pengaruh masing-masing variabel x secara parsial terhadap variabel y.
 ↗ : pengaruh variabel x secara simultan terhadap variabel y

D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan tentang kebenaran mengenai hubungan dua variabel atau lebih. Berdasarkan dari pengamatan dan penelitian atas permasalahan yang terjadi di atas maka penelitian mengemukakan dugaan sementara (hipotesis) yaitu:

- H₁: Terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah nonmuslim secara parsial pada PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.
- H₂: Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah nonmuslim secara parsial pada PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.
- H₃: Terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah nonmuslim secara parsial pada PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.
- H₄: Terdapat pengaruh pelayanan, promosi, religiusitas terhadap keputusan nasabah nonmuslim secara simultan pada PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat yang beralamat Jl. Ahmad Yani No.235 Rantauprapat. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Juli 2021 sampai dengan April 2022, mulai dari penyusunan penelitian sampai dengan penyelesaian laporan penelitian yang disusun oleh peneliti.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.⁴³

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁴⁴ Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.

⁴³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), hlm. 10.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Jakarta: Alfabeta, 2012), hlm. 80.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah nonmuslim di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat. Dan dibuktikan dengan persentase tiap tahun jumlah nasabah muslim dan nonmuslim menaik, mulai dari tahun 2017 sampai 2019 berjumlah 1.100 orang.

2. Sampel

Menurut Mardalis tujuan penentuan sampel adalah “untuk memperoleh mengenai objek penelitian dengan cara hanya mengamati dari populasi”.⁴⁵ Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *Sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Informasi dari sampel yang baik akan mencerminkan informasi dari keseluruhan populasi. Yamane Taro menyajikan rumus sederhana untuk mengetahui sampel yakni:

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

Dimana:

⁴⁵ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm. 55.

n : Banyak sampel

N : Banyak Populasi

e : Batasan kesalahan yang diperbolehkan sebanyak 10%.⁴⁶

$$n = \frac{1100}{(1+1100 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = \frac{1100}{(1+1100 \times 0,1 \times 0,1)}$$

$$n = \frac{1100}{1+(1100 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{1100}{12}$$

$$n = 91,66$$

dapat dibulatkan menjadi 92 orang.

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 92 orang. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

D. Sumber Data

1. Data Primer

⁴⁶ Farah Diza, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Ffgroup Cabang Manado)”, dalam *Jurnal EMBA*, Vol 4, No. 1, 2016, hlm. 113.

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan peneliti atau bersangkutan yang memerlukannya. Data primer ini disebut atau oleh peneliti adalah melalui survei yaitu dengan cara membagikan angket/kuisisioner kepada nasabah nonmuslim di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu. Data sekunder yang dikumpulkan oleh peneliti adalah buku-buku bacaan, literature dari PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Angket/kuesioner

Angket/kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan dapat bersifat terbuka, yaitu jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya oleh peneliti, dan dapat

bersifat tertutup yaitu alternatif jawaban telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti Kuesioner tersebut akan peneliti bagikan kepada nasabah yang akan menjadi responden peneliti.

Adapun kuesioner yang digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, yaitu skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek fenomena tertentu. Dalam skala ini digunakan berupa pernyataan positif dan negatif yaitu:

Tabel III.1
Skala Likert

Kategori	Positif	Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Kurang Setuju	3	3
Sangat Tidak Setuju	2	4
Tidak Setuju	1	5

Dengan menggunakan skala likert 5 kategori dengan nilai positif dan negatif, caranya dengan menghadapkan responden pada sejumlah pernyataan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban atas tingkat pelaksanaan yang terdiri dari sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Adapun kisi-kisi untuk angket setiap variabel adalah sebagai berikut ini:

Tabel III.2
Kisi-Kisi Angket

No	Variabel	Indikator
1	Pelayanan	a. Berwujud b. Perhatian c. Cepat tanggap d. Keandalan e. Kepastian
2	Promosi	a. Periklanan b. Promosi penjualan c. Publisitas d. Penjualan perorangan e. Penjualan langsung
3	Religiusitas	a. Keyakinan b. Pengalaman c. Pengetahuan
4	Keputusan Nasabah Nonmuslim	a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan membeli e. Perilaku sesudah membeli

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.⁴⁷ Data dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data-data yang tertulis serta penjelasan fenomena yang ada pada PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

⁴⁷ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 152.

F. Teknis Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu uji sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian ini dilakukan dengan taraf signifikan 10% atau 0,1. Berdasarkan nilai r hitung $>$ r tabel maka soal valid, dan sebaliknya jika r hitung $<$ dari r tabel maka soal tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berarti tingkat ketepatan, ketelitian, dan keakuratan sebuah instrumen. Jadi reliabilitas menunjukkan apakah instrumen tersebut konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan.

Pada prinsipnya uji reabilitas digunakan untuk menguji data yang kita peroleh sebagai misal hasil dari jawaban kuesioner yang kita bagikan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60.

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan menguji normal atau tidaknya sampel dari data yang telah terkumpul. Kemudian pengolahannya menggunakan bantuan aplikasi software SPSS versi 23 for windows dengan perumusan sebagai berikut:

H_0 = Data tidak berdistribusi normal

H_a = Data berdistribusi normal

Dengan menggunakan taraf signifikan 10% atau 0,1.

2. Uji Linieritas

Secara umum uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan yang linier antara *independent variable* dan *dependent variable*. Pengujian data digunakan dengan SPSS menggunakan *Linearty* pada taraf signifikan 0,1.

a. Jika nilai signifikan $> 0,1$ maka dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linier.

b. Jika nilai signifikan $< 0,1$ maka dapat dikatakan tidak mempunyai hubungan yang linier.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas akan menyebabkan koefisien regresi bernilai kecil dan standar error regresi bernilai besar sehingga pengujian variabel bebas secara individu akan menjadi tidak signifikan. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*).⁴⁸

a. Nilai *tolerance*

Untuk melihat kriteria pengujian multikolinearitas dengan menggunakan nilai *tolerance* yaitu jika nilai *tolerance* > 0,1 (10%) menunjukkan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas. Dan jika nilai *tolerance* < 0,1 (10%) menunjukkan bahwa model regresi terdapat multikolinearitas.

b. VIF (*Variance Inflation Factor*)

Apabila nilai VIF < 10 mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas dan jika nilai VIF > 10 mengindikasikan bahwa model regresi memiliki multikolinearitas.

⁴⁸ Nur Asnawi dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 176.

4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak random (acak). Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitasnya apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu.

H. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah regresi dimana variabel terikatnya (y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel bebas (x) dan tetap masih menunjukkan diagram hubungan lurus atau linear. Penambahan variabel bebas ini diharapkan dapat lebih menjelaskan karakteristik hubungan yang ada, walaupun masih saja ada variabel yang terabaikan.

Adapun persamaan regresi linear berganda yang mencakup dua atau lebih variabel, yaitu sebagai berikut:⁴⁹

$$KNNM = \alpha + \beta_1 PL + \beta_2 PR + \beta_3 RL + e$$

⁴⁹ Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 160.

Keterangan:

KNNM = Keputusan Nasabah Nonmuslim

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi Linear Berganda

PL = Pelayanan

PR = Promosi

RL = Religiusitas

e = Error

I. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan dalam menerima atau menolak hipotesis. Untuk menguji hipotesis, pengujian dilakukan dengan menggunakan:

1. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien Determinan (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas tidak dimasukkan ke dalam model. Adapun nilai koefisien determinan adalah nol dan satu.

Secara umum koefisien determinan untuk data silang, tempat relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-

masing pengamatan sedangkan untuk data runtun waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinan yang tinggi.

2. Uji Signifikan Parsial (uji t)

Uji t dikenal dengan uji parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel penjelas secara individu dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t yaitu:

Uji signifikan digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu *independent variable* mempengaruhi *dependent variable*. Pengujian ini menggunakan taraf signifikan 10%, dengan derajat kebebasan atau $df = (n-k-1)$.

Kriteria Pengujian:⁵⁰

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak.

3. Uji Signifikan Simultan (uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua *independent variable* terhadap *dependent variable*. Menentukan F_{tabel} dan F_{hitung} dengan taraf signifikan sebesar 10% (0,1) dengan $df = (n-k-1)$. Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel pelayanan dan promosi untuk

⁵⁰ Mandiri Belajar SPSS, hlm.163.

menjelaskan variabel terikatnya, yaitu keputusan nasabah. Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut:

- a. Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima. Berarti masing-masing *independent variable* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *dependent variable*.
- b. Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak. Berarti masing-masing *independent variable* secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *dependent variable*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan tren yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki

Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.⁵¹

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan

⁵¹ <https://www.bankbsi.co.id/tentang-kami/sejarah>, Diakses pada tanggal 06 Januari 2022, pukul 22.10 WIB.

memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil'Aalamiin*).

2. Visi dan Misi

a. Visi

Top 10 Global Islamic Bank.

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.⁵²

B. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji dan melihat apakah instrumen yang digunakan valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan nilai r tabel. Dimana r tabel dicari pada signifikan 10% atau 0,1 dengan derajat kebebasan $(df) = 92 - 3 = 89$.

⁵² Hasil wawancara dengan Ibu Nazly Winda Sari, selaku Branch Operation Spv BSI KCP Rantau Prapat, pada tanggal 29 Desember 2021, pukul 16.00 WIB.

Tabel IV. 1
Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan

Item pernyataan	R hitung	R table	Keterangan
Pelayanan 1	0,845	Instrumen valid jika r hitung > r table N = 92. Pada taraf signifikansi 0,1 sehingga diperoleh r table = 0,1707	Valid
Pelayanan 2	0,670		Valid
Pelayanan 3	0,488		Valid
Pelayanan 4	0,279		Valid
Pelayanan 5	0,391		Valid
Pelayanan 6	0,515		Valid
Pelayanan 7	0,279		Valid
Pelayanan 8	0,515		Valid

Berdasarkan tabel di atas disimpulkan bahwa pernyataan 1-8 untuk variabel pelayanan adalah valid. Dimana r tabel adalah 0,1707 sedangkan r hitung dapat dilihat pada hasil Corrected Item-Total Correlation dan nilai r positif.

Tabel IV. 2
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Item pernyataan	R hitung	R table	Keterangan
Promosi 1	0,665	Instrumen valid jika r hitung > r table N = 92. Pada taraf signifikansi 0,1 sehingga diperoleh r table = 0,1707	Valid
Promosi 2	0,774		Valid
Promosi 3	0,764		Valid
Promosi 4	0,648		Valid
Promosi 5	0,554		Valid
Promosi 6	0,572		Valid
Promosi 7	0,710		Valid
Promosi 8	0,259		Valid
Promosi 9	0,619		Valid
Promosi 10	0,456		Valid

Berdasarkan tabel diatas disimpulkan bahwa pernyataan 1-10 untuk variabel promosi adalah valid. Dimana r tabel adalah 0,1707 sedangkan r hitung dapat dilihat pada hasil Corrected Item-Total Correlation dan nilai r positif.

Tabel IV. 3
Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas

Item pernyataan	R hitung	R table	Keterangan
religiusitas 1	0,811	Instrumen valid jika r hitung > r table N = 92. Pada taraf signifikansi 0,1 sehingga diperoleh r table = 0,1707	Valid
Religiusitas 2	0,303		Valid
Religiusitas 3	0,811		Valid
Religiusitas 4	0,568		Valid
Religiusitas 5	0,371		Valid
Religiusitas 6	0,268		Valid
Religiusitas 7	0,811		Valid
Religiusitas 8	0,303		Valid

Berdasarkan tabel di atas disimpulkan bahwa pernyataan 1-8 untuk variabel religiusitas adalah valid. Dimana r tabel adalah 0,1707 sedangkan r hitung dapat dilihat pada hasil Corrected Item-Total Correlation dan nilai r positif.

Tabel IV. 4**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah**

Item pernyataan	R hitung	R table	Keterangan
Keputusan N 1	0,443	Instrumen valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ $N = 92$. Pada taraf signifikansi 0,1 sehingga diperoleh $r \text{ table} =$ 0,1707	Valid
Keputusan N 2	0,443		Valid
Keputusan N 3	0,507		Valid
Keputusan N 4	0,711		Valid
Keputusan N 5	0,562		Valid
Keputusan N 6	0,681		Valid
Keputusan N 7	0,694		Valid
Keputusan N 8	0,597		Valid
Keputusan N 9	0,428		Valid
Keputusan N 10	0,401		Valid

Berdasarkan tabel di atas disimpulkan bahwa pernyataan 1-10 untuk variabel keputusan nasabah nonmuslim adalah valid. Dimana r tabel adalah 0,1707 sedangkan r hitung dapat dilihat pada hasil Corrected Item-Total Correlation dan nilai r positif.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat digunakan untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$

maka dapat dikatakan reliabel. Nilai reliabilitas dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel IV. 5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of item
Pelayanan	0.650	8
Promosi	0.811	10
Religiusitas	0,681	8
Keputusan Menjadi Nasabah	0,742	10

Sumber: Data diolah, SPSS V 23 Tahun 2022

Dari hasil output SPSS di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel pelayanan yaitu $0,650 > 0,60$. Dengan demikian variabel pelayanan dapat dikatakan *reliable*. Kemudian variabel promosi yaitu $0,811 > 0,60$. Dengan demikian variabel promosi dapat dikatakan *reliable*. Kemudian variabel religiusitas yaitu $0,681 > 0,60$. Dengan demikian variabel religiusitas dapat dikatakan *reliable*. Selanjutnya *Cronbach's Alpha* untuk variabel keputusan menjadi nasabah $0,742 > 0,60$. Dengan demikian variabel keputusan menjadi nasabah dapat dikatakan *reliable*.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang menunjukkan apakah data berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian digunakan uji *one sample kolmogorov-smirnov* dengan menggunakan taraf signifikan lebih besar dari 10% atau 0,1.

Tabel IV. 6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		92
Normal	Mean	,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	3,81251900
Most Extreme	Absolute	,067
Differences	Positive	,050
	Negative	-,067
Test Statistic		,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

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

Dari output data diatas dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas untuk nilai signifikan (asyp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikan 0,1 (0,200 > 0,1). Jadi dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov*.

b. Hasil Uji Linieritas

Tabel IV. 7
Hasil Uji Linieritas Pelayanan
ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
keputusan nasabah * pelayanan	92,362	7	13,195	,817	,576
Between Groups	16,270	1	16,270	1,008	,318
(Combined Linearity Deviation from Linearity)	76,092	6	12,682	,785	,584
Within Groups	1356,464	84	16,148		
Total	1448,826	91			

a

Hasil uji linieritas antara variabel pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat pada tabel IV.7 diketahui bahwa uji tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan nilai signifikan Deviation from linearity sebesar $0,584 > 0,1$.

Tabel IV. 8
Hasil Uji Linieritas Promosi
ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keputusan nasabah * pelayanan	191,927	18	10,663	,619	,873
Between Groups	,187	1	,187	,011	,917
(Combined Linearity Deviation from Linearity)					

promosi	Deviation from Linearity	191,739	17	11,279	,655	,835
Within Groups		1256,900	73	17,218		
Total		1448,826	91			

Hasil uji linieritas antara variabel promosi terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat pada tabel IV.8 diketahui bahwa uji tersebut memenuhi asumsi linieritas dengan nilai signifikan Deviation from linearity sebesar $0,835 > 0,1$.

Tabel IV. 9
Hasil Uji Linieritas Religiusitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
keputusan nasabah * religiusitas	Between (Combined) Groups	187,125	8	23,391	1,86 6	,076
	Linearity	136,071	1	136,07 1	10,8 54	,001
	Deviation from Linearity	51,054	7	7,293	,582	,769
	Within Groups	1040,55 9	83	12,537		
Total		1227,68 5	91			

Hasil uji linieritas antara variabel religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP

Rantauprapat pada tabel IV.9 diketahui bahwa uji tersebut memenuhi asumsi linieritas dengan nilai signifikan Deviation from linearity sebesar $0,769 > 0,1$.

c. Hasil Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *Variance Inflation* VIF < 10 dan nilai *Tolerance* $> 0,1$.

Tabel IV. 10
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	17,507	8,644		2,025	,046			
Pelayanan	,067	,119	,056	,558	,578	,998	1,002	
Promosi	,030	,102	,029	,291	,772	,994	1,006	
Religiusitas	,559	,161	,349	3,480	,001	,993	1,007	

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data Primer yang telah diolah, (2022)

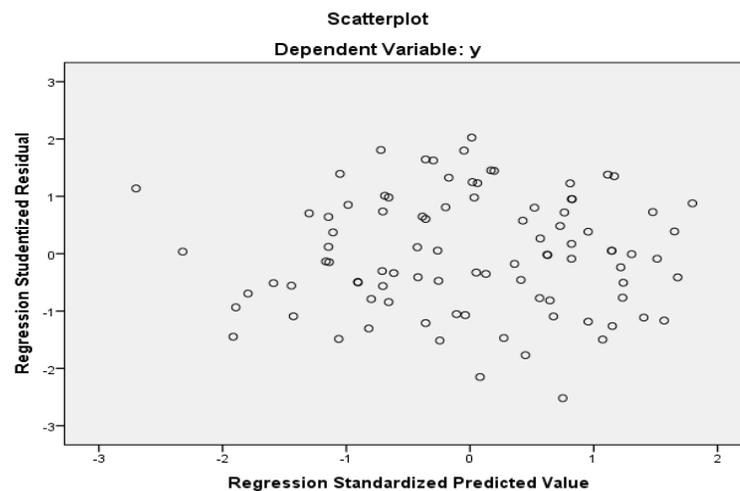
Dari output data di atas dapat diketahui nilai *tolerance* dari variabel pelayanan adalah $0,998 > 0,1$, variabel promosi adalah $0,994 > 0,1$, variabel religiusitas adalah $0,993 > 0,1$. Dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari ketiga variabel diatas lebih besar dari 0,1. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan nilai VIF dari variabel pelayanan adalah $1,002 < 10$, variabel promosi $1,006 < 10$, variabel religiusitas $1,007 < 10$. Maka dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel diatas lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

d. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residul suatu pengamatan lain. Model yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji *scatterplots*.

Gambar IV. 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah SPSS 23 Tahun 2022

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Titik-titik menyebar

diatas dan dibawah angka 0 dibawah sumbu Y, jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

4. Hasil Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh pelayanan (X1), promosi (X2), religiusitas (X3), terhadap keputusan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Rantauprapat (Y).

Tabel IV. 11
Hasil Regresi Linear Beranda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17,507	8,644		2,025	,046
Pelayanan	,067	,119	,056	,558	,578
Promosi	,030	,102	,029	,291	,772
Religuisitas	,559	,161	,349	3,480	,001

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa *Unstandardized Coefficients* tabel diatas maka persentase regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah :

$$\text{KNNM} = \alpha + \beta_1\text{PL} + \beta_2\text{PR} + \beta_3\text{RL} + e$$

Keterangan:

KNNM = Keputusan Nasabah Nonmuslim

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi Linear Berganda

PL = Pelayanan

PR = Promosi

RL = Religiusitas

e = Error

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 17,507 artinya apabila variabel pelayanan, promosi, dan religiusitas dianggap konstan atau 0 maka keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat adalah 17,507.
- b. Koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,067 artinya adalah variabel pelayanan meningkat 1 satuan, keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat juga akan menurun sebesar 0,067 dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- c. Koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,030 artinya apabila variabel promosi meningkat 1 satuan, maka keputusan nasabah nonmuslim akan meningkat sebesar 0,030

satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien regresi promosi bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi dengan keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

- d. Koefisien regresi variabel religiusitas sebesar 0,559 artinya apabila variabel religiusitas meningkat 1 satuan, maka keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat akan meningkat sebesar 0,559 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R square*)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai R square (mendekati 1) maka ketetapanya dikatakan semakin baik.

Tabel IV. 12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-square)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,350 ^a	,122	,092	3,877

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variable: y

Dari output data di atas diperoleh nilai adjusted R square sebesar 0,122 atau 12,2%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel pelayanan, promosi dan religiusitas sebesar 12,2% sedangkan sisanya sebesar 87,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

b. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka didalam uji t dengan cara membandingkan angka thitung dengan ttabel. Penentuan tabel distribusi di cari pada $0,10/2 = 0,05$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan $(df) = n - k - 1$ atau $92 - 3 - 1 = 88$ (n adalah jumlah sampel, k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi signifikan = 0,10 di ketahui Ttabel sebesar 1,66235. Adapun uji t yang digunakan sebagai berikut:

Tabel IV. 13
Hasil Uji Signifikansi Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17,507	8,644		2,025	,046
Pelayanan	,067	,119	,056	,558	,578
Promosi	,030	,102	,029	,291	,772
Religiusitas	,559	,161	,349	3,480	,001

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa signifikansi hubungan antara variabel dengan menggunakan uji -t adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel pelayanan (X1) sebesar $0,558 < 1,66235$, berarti variabel pelayanan (X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.
- 2) Variabel promosi (X2) sebesar $0,291 < 1,66235$, berarti variabel promosi (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.
- 3) Variabel religiusitas (X3) sebesar $3,480 > 1,66235$, berarti variabel religiusitas (X3) berpengaruh secara parsial terhadap

keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

c. Hasil Uji Signifikansi F

Hasil Uji F dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas (X) terhadap variabel terikatnya (Y), uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai F hitung > F tabel maka nilai signifikansi yang dirumuskan sudah tepat. Uji f yang dilakukan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV. 14
Hasil Uji Signifikansi (F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	184,505	3	61,502	4,092	,009 ^b
Residual	1322,712	88	15,031		
Total	1507,217	91			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

Berdasarkan hasil uji signifikansi simultan (uji-F) diatas dapat dijelaskan bahwa nilai F hitung sebesar 4,092 dan F tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan derajat kebebasan $df = 92-3-1 = 88$. Maka F tabel = 2,71, maka dapat diketahui bahwa F hitung > F tabel ($4,092 > 2,71$). Dapat disimpulkan bahwa secara simultan pelayanan, promosi, dan religiusitas

memengaruhi keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

C. Pembahasan Analisis Data

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang diajukan kepada nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat dan mengolah hasil jawaban para responden dari angket peneliti sebarakan melalui aplikasi SPSS versi 23 maka dilakukan pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

Pelayanan ialah proses bagaimana menginformasikan bisnis, penawaran produk dan jasa terhadap konsumen yang dituju. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa pelayanan bukan merupakan variabel yang memengaruhi keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat. Adapun dengan menggunakan uji t pada tingkat signifikan 0,1 diperoleh hasil 0,558. Hal ini berarti pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat. Terlihat dari t hitung $<$ t tabel ($0,558 < 1,66235$).

Hal ini sejalan dengan penelitian di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat, pelayanan bukan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat hal ini terlihat dari hasil analisis data yang telah di uji oleh peneliti. Selain itu faktor yang menyebabkan pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah nonmuslim dapat dilihat dari jawaban-jawaban angket yang telah disebarakan oleh peneliti, dimana sebagaimana responden yang sangat setuju terhadap variabel pelayanan namun tidak menutup kemungkinan bahwa masih ada responden yang memberikan jawaban skor kurang setuju, setuju, tidak setuju, dan bahkan memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Maka dari itu hal ini juga merupakan salah satu penyebab variabel komunikasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat. Meskipun kenyataannya peneliti tidak mengetahui apakah jawaban yang diberikan oleh responden merupakan jawaban-jawaban yang sesuai dengan penilaian responden sendiri, atau merupakan jawaban yang asal di jawab saja, jawaban ikut-ikutan, atau karena faktor lain.

2. Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

Promosi merupakan pengkomunikasian informasi antara penjual dan pembeli potensial atau pihak-pihak lainnya dalam saluran distribusi guna mempengaruhi sikap dan perilakunya. Adapun dengan menggunakan uji t pada tingkat signifikan 0,1 diperoleh hasil 0,291. Variabel promosi (X2) sebesar $0,291 < 1,66235$, berarti variabel promosi (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat. Adapun dengan menggunakan uji t pada tingkat signifikan 0,1 diperoleh hasil 0,291. Hal ini berarti promosi signifikan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat yang terlihat dari $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ $0,291 > 1,66235$. Penelitian ini juga di perkuat dengan penelitian terdahulu Skripsi.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa promosi bukan merupakan variabel yang dapat memengaruhi keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat. Hasil ini menunjukkan semakin meningkatnya promosi dalam suatu perusahaan maka akan semakin baik keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat tersebut.

3. Pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

Religiusitas merupakan sikap hidup seseorang berdasarkan pada nilai-nilai yang diyakini. Religiusitas dapat diartikan sebuah sikap yang nampak dalam perilaku seseorang yang terinternalisasi oleh nilai-nilai atau ajaran-ajaran agama. Sikap tersebut menjadi parameter terhadap asumsi seberapa tinggi tingkat penghayatan dan pengalaman seseorang terhadap nilai atau ajaran agama tersebut. Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa t hitung untuk variabel religiusitas sebesar 3,480 dan untuk t tabel diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (92-3-1) = 88$ hasil yang diperoleh dari untuk t tabel sebesar $= 1,66235$ yang artinya $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dengan nilai signifikansi $3,480 > 1,66235$. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang teliti oleh Ratna Rizkia Amalia dengan judul “Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (studi kasus masyarakat petani desa Ringinharjo Kabupaten Bantul).” Ratna Rizkia Amalia menyatakan bahwa berdasarkan

hasil uji t terdapat pengaruh positif signifikan antara religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($2,621 > 1,66105$) dan nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$. Hal ini tentunya didukung oleh Atang Abdul Hakim dalam buku Metodologi Studi Islam bahwa religiusitas adalah sikap hidup seseorang berdasarkan pada nilai-nilai agama yang diyakini. Religiusitas merupakan aspek religi yang telah dihayati oleh individu didalam hati. Maka religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan baik didunia maupun akhirat. Islam adalah suatu cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek kehidupan manusia dengan akidah, syariah dan akhlaq. Untuk mencapai kebahagiaan didunia maupun akhirat seseorang yang memiliki religiusitas yang tinggi otomatis akan menghindari segala yang membawa mereka kepada kesengsaraan dunia maupun akhirat, mereka akan menghindari perbuatan yang dilarang dalam agama Islam.

4. Pengaruh pelayanan, promosi, dan religiusitas terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

Berdasarkan hasil uji F bahwa ada pengaruh secara simultan antara pelayanan, promosi, dan religiusitas terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat, terlihat dari nilai F hitung $>$ F tabel ($4,092 > 2,71$). Dapat diartikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan, promosi, dan religiusitas secara bersama-sama terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

D. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan-keterbatasan dalam menyusun skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Jumlah responden yang hanya 92 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya.
2. Objek penelitian hanya difokuskan kepada nasabah non muslim.
3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner, yang terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga dikarenakan faktor lain seperti faktor kejujuran.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan yang diperoleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,122 atau 12,2%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel pelayanan, promosi, dan religiusitas sebesar 12,2% sedangkan sisanya sebesar 87,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
2. Secara parsial (uji t) variabel pelayanan nilai t hitung= 0,558, t tabel= 1,66235 sehingga t hitung < t tabel (0,558 < 1,66235) jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah di PT. Bank Syariah Indonesian KCP Rantauprapat.
3. Secara parsial (uji t) variabel promosi nilai t hitung= 0,291, t tabel= 1,66235 sehingga t hitung < t tabel (0,291 < 1,66235) jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah di PT. Bank Syariah Indonesian KCP Rantauprapat.

4. Secara parsial (uji t) variabel religiusitas nilai t hitung= 3,480, t tabel= 1,66235 sehingga t hitung > t tabel (3,480 > 1,66235) jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah di PT. Bank Syariah Indonesian KCP Rantauprapat.
5. Secara simultan (uji F) variabel pelayanan, promosi, dan religiusitas memengaruhi keputusan nonmuslim menjadi nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Rantauprapat. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai F hitung > F tabel (4,092 > 2,71).

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini, ialah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan pentingnya pelayanan, promosi, dan religiusitas untuk menimbulkan keputusan nonmuslim menjadi nasabah dalam menjalankan bisnis. Maka disarankan kepada para pihak perusahaan untuk lebih meningkatkan pelayanan, promosi, dan religiusitas yang baik supaya keputusan nonmuslim juga semakin meningkat.
2. Bagi PT. Bank Syariah Indonesia KCP Rantauprapat, sebaiknya lebih memperhatikan pelayanan, promosi, dan religiusitas untuk meningkatkan keputusan nonmuslim menjadi nasabah lebih dari sebelumnya. Mengingat terdapatnya pengaruh variabel pelayanan,

promosi, dan religiusitas secara simultan terhadap keputusan nonmuslim menjadi nasabah.

3. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan faktor-faktor lain seperti bagi hasil, produk, dan lokasi yang dapat memengaruhi keputusan nonmuslim dan dapat melakukan perluasan objek penelitian selanjutnya, mengingat objek dalam penelitian yang digunakan hanya pada nasabah saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Fifi. “Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah’,” Volume 4 Nomor 2 (2019).
- Agama, Departemen. *Al-Qur’an Dan Terjemahannya*. Bandung: Bandung, 2011.
- Agama RI, Departemen. *Al-Qur’an Dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Diponegoro, 2000.
- Al-Arif, Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Antonio, Muhammad Syafi’i. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002.
- Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, n.d.
- Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, n.d.
- dkk, Farah Diza. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Studi Pada PT. Fifgroup Cabang Manado Vol 4*, No. 1 (2016).
- Fuad Nashori Suroso, Djamaluddin Ancok. *Psikolog Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Handayani, Santi. *Wawancara Dengan Karyawan*. BRI Syariah Kcp Rantau Prapat, 2020.
- . “Wawancara Dengan Karyawan BSI Syariah Kcp Rantau Prapat,” Desember 2020.
- Hasibuan, Malayu SP. *Manajemen: Dasar, Pengertian Dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- i, muhammad nasib ar-rifa’. *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*. Jakarta: Gema Insani Press, 1999.
- IKAPI. *Manajemen Pengambilan Keputusan Teori Dan Apilkasi*. Bandung: ALVABETA, 2016.
- Iqbal, Mohammad. *Pelayanan Yang Memuaskan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007.
- Irawan, Handi. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat, 2004.
- . *Prinsip Keputusan Pelanggan*. Jakarta: : Salemba Empat, 2004.
- Jakfar, Kasmir. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Jalaluddin. *Psikolog Agama*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- . *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2010.
- Manajemen: Dasar, Pengertian Dan Masalah.*, n.d.
- Mandiri Belajar SPSS*, n.d.
- Mardalis,. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Marliana, Lia. “Wawancara Dengan Nasabah Muslim,” Desember 2020.

- Masyuri, Nur Asnawi. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Muslim, HR. *Kitab Al-Iman*. Imam AZ-ZABIDI, n.d.
- Poerwadarmita, W.J.S. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1996.
- Priyatno, Duwi. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- Ratih Tresnati, Eti Roehaety. *Kamus Istilah Ekonomi*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005.
- Shihab, M. Quraish. "Tafsir Al- Misbah Pesan, Kesan Dan Keserasian AlQur'an." Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Simamora, Henry. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Sinambela, Lilis. "Wawancara Dengan Nasabah Non Muslim," Desember 2020.
- Soemitra, Andri. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Alfabeta, 2012.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Buku Seru, 2012.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Rmaja Rosdakary, 2002.
- Suwiknyo, Dwi. *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Total Media, 2009.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Winda Sari Siregar
 Tempat/Tgl. Lahir : Air Lumpatan, 03 Mei 1998
 Agama : Islam
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Anak ke : 2 dari 4 Bersaudara
 Alamat : Langga Payung, Desa Sabungan, Dusun Air Lumpatan,
 Kab. Labuhan Batu Selatan
 Kewarganegaraan : Indonesia
 No. Telepon/HP : 0822-9040-9895

B. PENDIDIKAN

1. SD Negeri 117493 Sapilpil (2004-2010)
2. Mts Negeri Sei Kanan desa Sabungan (2010-2013)
3. SMA Negeri 2 Mampang (2013-2016)
4. Program Sarjana (S-1) Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Perbankan Syariah (2016-2022)

C. IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Wagino Siregar
 Pekerjaan Ayah : Petani
 Nama Ibu : Erna Harahap
 Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
 Alamat : Langga Payung, Desa Sabungan, Dusun Air Lumpatan,
 Kab. Labuhan Batu Selatan

D. PRESTASI AKADEMIK

IPK : 3,47
 Judul Skripsi : Determinan Keputusan NonMuslim Menjadi Nasabah di PT. BSI Syariah KCP Rantauprapat.

LAMPIRAN 1

x1 pelayanan								
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X1
2	3	3	3	4	5	5	4	29
4	3	4	4	4	3	4	3	29
3	4	4	4	3	4	4	4	30
2	3	5	5	4	5	5	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	3	4	3	4	4	4	31
5	5	5	5	5	4	4	4	37
4	4	3	3	5	5	5	5	34
5	5	5	5	4	4	5	4	37
4	4	4	5	5	4	5	4	35
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	4	5	5	5	5	5	5	39
3	5	5	5	5	4	5	4	36
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	1	5	36
4	4	4	5	4	5	5	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	3	5	5	2	5	4	5	34
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	5	4	4	5	4	5	37
3	5	4	5	5	4	5	5	36
5	3	5	5	5	5	5	5	38
5	4	5	5	5	4	5	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	4	5	5	5	5	38
5	3	5	5	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	4	5	39

5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	5	4	5	4	5	5	5	37
5	5	4	5	5	5	5	5	39
3	5	5	5	5	5	5	5	38
4	5	5	5	5	4	5	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	4	5	5	5	5	38
5	4	3	5	3	3	3	3	29
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	4	5	5	4	5	4	37
5	5	5	5	5	4	4	4	37
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	4	4	5	5	4	5	37
5	5	4	5	5	4	5	4	37
5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	5	3	5	5	5	4	5	36
4	5	5	4	5	5	5	5	38
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	4	4	4	5	4	36
5	5	5	5	4	5	3	5	37
5	4	5	4	5	5	5	5	38
5	4	5	4	5	5	5	5	38
5	4	5	5	4	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	5	5	5	4	5	37
4	4	5	5	5	5	5	5	38

5	4	5	5	5	5	4	5	38
5	3	5	5	5	5	5	5	38
4	5	5	4	5	5	5	5	38
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	4	5	4	5	4	5	36

LAMPIRAN 2

x2 (promosi)										
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X 2
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
1	1	2	4	5	1	1	5	1	5	26
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	5	3	5	4	4	5	5	5	5	43
3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	38
2	3	3	4	4	3	3	5	3	5	35
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	47
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	33
4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	36
3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	37
4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	40
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	35
4	3	3	5	3	4	3	4	5	5	39
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	43
5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	45
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	44
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	33
5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	1	2	3	2	4	2	4	3	3	28

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	2	4	4	3	4	3	5	4	4	38
5	3	4	4	3	1	5	4	5	5	39
4	4	4	4	2	3	4	5	5	4	39
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	46
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	38
4	5	5	5	3	4	3	4	3	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
5	4	5	4	5	4	5	3	5	3	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	37
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	40
4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	44
4	5	4	5	3	5	3	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	3	4	1	2	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	4	5	4	3	3	3	34

LAMPIRAN 3

x3 religiusitas								
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X3
5	4	5	5	5	5	5	5	39
3	4	3	5	5	4	4	3	31
5	5	5	5	4	4	5	5	38
4	4	4	3	5	5	5	4	34
3	5	3	2	5	5	5	3	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	3	4	5	5	5	3	33
4	4	4	5	5	5	5	4	36
4	3	4	4	4	4	5	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	2	5	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	5	5	4	5	38
4	3	4	4	4	4	4	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	5	5	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	4	4	5	4	4	4	4	33
5	4	5	5	5	3	3	5	35
4	4	4	4	5	4	5	4	34
4	4	4	5	2	4	4	4	31
5	4	5	4	4	5	5	5	37
5	4	5	4	4	4	4	5	35
5	1	5	5	5	5	5	5	36
4	4	4	4	5	5	4	4	34
4	4	4	3	3	4	4	4	30
4	4	4	4	5	3	5	4	33
5	5	5	5	5	3	5	5	38
5	3	5	4	5	5	5	5	37
4	4	4	4	5	5	4	4	34
4	4	4	4	5	5	5	4	35
5	5	5	5	5	4	4	5	38
5	3	5	4	5	4	5	5	36

5	4	5	5	5	4	4	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	5	5	5	5	4	37
5	3	5	5	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	4	4	5	5	5	5	4	36
5	4	5	5	5	4	4	5	37
5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	5	4	5	4	4	3	4	33
5	5	5	5	5	4	4	5	38
5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	4	4	4	4	5	5	4	34
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	4	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	4	4	5	37
4	5	4	5	5	4	4	4	35
5	5	5	5	5	4	4	5	38
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	4	5	5	5	5	4	35
5	4	5	4	4	4	4	5	36
5	4	5	5	5	5	4	5	38
4	5	4	4	4	5	5	4	36
4	5	4	4	3	5	5	4	34
4	5	4	5	4	5	4	4	35
4	5	4	4	4	4	5	4	34
5	5	5	5	5	4	4	5	38
4	5	4	5	5	5	4	4	36
5	3	5	5	5	4	4	5	36
5	4	5	5	2	5	5	5	36
4	5	4	4	4	5	4	4	35
5	5	5	5	5	5	3	5	38
5	5	5	4	4	4	4	5	36
4	5	4	4	4	4	5	4	34
4	4	4	4	4	4	5	4	33
5	5	5	4	5	5	2	5	36

4	4	4	4	5	5	5	4	35
4	5	4	4	5	5	3	4	34
4	4	4	4	5	5	5	4	35
5	4	5	3	5	5	5	5	37
5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	4	4	5	5	5	3	4	34
5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	4	4	4	4	5	4	4	33
5	4	5	5	4	4	4	5	36
4	5	4	4	5	5	4	4	35
4	5	4	4	5	5	4	4	35
5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	5	4	4	5	5	4	4	35
3	4	3	5	5	5	5	3	33
4	4	4	4	5	4	5	4	34
5	5	5	3	5	5	3	5	36
4	4	4	4	4	4	5	4	33
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	3	4	4	4	5	5	4	33

LAMPIRAN 4

y keputusan nasabah										
4	4	4	4	1	4	4	2	2	4	33
4	4	3	3	4	4	5	4	5	5	41
2	2	5	5	4	5	5	5	5	4	42
4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	37
3	3	3	2	2	3	3	4	5	5	33
3	3	4	4	5	4	5	5	5	4	42
3	3	5	5	5	4	4	5	4	3	41
4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	36
3	3	4	4	4	4	4	3	3	5	37
3	3	4	4	2	5	5	5	5	3	39
3	3	4	5	5	5	3	5	4	3	40
4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	37
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	35
4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	42
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38
4	4	4	3	4	4	3	1	4	4	35
4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	37
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	3	3	3	5	4	5	39
4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	39
4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	36
3	3	4	4	3	5	2	4	5	2	35
4	4	3	3	4	2	3	4	4	4	35
1	1	5	3	5	3	4	4	3	4	33
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	37
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	3	3	3	4	3	4	2	34

Dokumentasi Penyebaran Angket

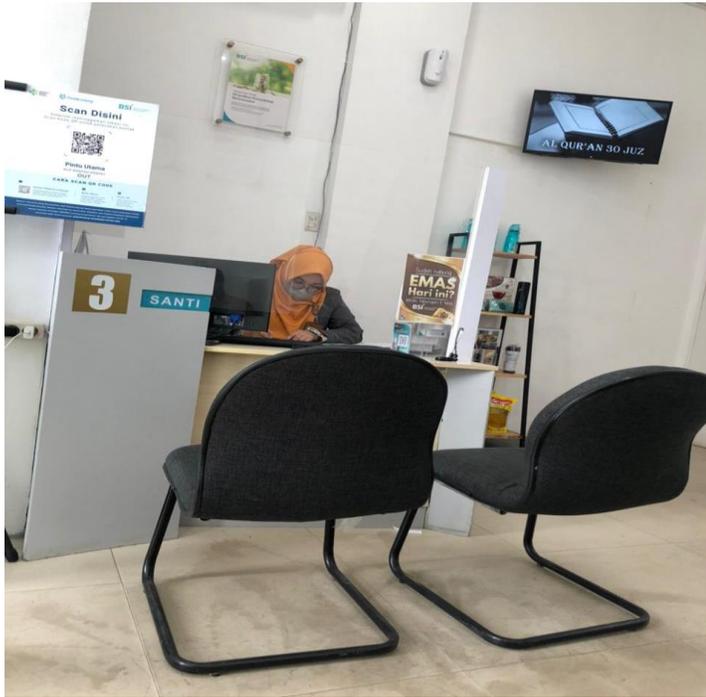
















KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
 Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1691 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/11/2021
 Lampiran : -
 Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

16 Nopember 2021

Yth. Bapak/Ibu:
 1. Kamaluddin : Pembimbing I
 2. Rodame Monitorir Napitupulu : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Winda Sari Siregar
 NIM : 1640100060
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Determinan Keputusan Nonmuslim Menjadi Nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Rantau Prapat.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



an. Dekan,
 Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

LAMPIRAN 1**SURAT VALIDASI ANGKET**

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket pelayanan untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Determinan Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Di BSI Syariah KCP Rantau Prapat.

Yang disusun oleh:

Nama : Winda Sari Siregar

NIM : 16 401 00060

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah 2

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket kualitas pelayanan yang baik.

Padangsidempuan, Desember 2021

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.

Lampiran 1**ANGKET PELAYANAN**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Ruang tunggu bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat bersih dan nyaman					
2	Penampilan karyawan bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat menarik					
3	Karyawan bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat mengucapkan salam dan terimakasih					
4	Karyawan bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat menunjukkan sikap simpatik					
5	Karyawan bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat bertindak cepat ketika melihat nasabah mengalami kesulitan					
6	Karyawan bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat tanggap dalam melayani nasabah					
7	Bahasa yang digunakan karyawan bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat mudah dimengerti					
8	Komunikasi Karyawan bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat dengan nasabah terjalin dengan baik					

Ket:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Total = 8 Soal

LEMBAR VALIDASI

ANGKET PELAYANAN

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda cheklist (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (tidak valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Bentuk fisik	1,2			
Kesopanan	3,4			
Pelayanan yang cepat dan Responsive	5,6			
Komunikasi	7,8			

Catatan:

.....

Padangsidempuan, Desember 2021

Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.

LAMPIRAN 2**SURAT VALIDASI ANGKET**

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket promosi untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Determinan Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Di BSI Syariah KCP Rantau Prapat.

Yang disusun oleh:

Nama : Winda Sari Siregar

NIM : 16 401 00060

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah 2

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket kualitas promosi yang baik.

Padangsidempuan, Desember 2021

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.

Lampiran 2**ANGKET PROMOSI**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Iklan bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat mudah di pahami					
2	Iklan bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat menarik					
3	Iklan bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat mendidik					
4	Bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat memberikan hadiah bagi nasabah					
5	Bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat aktif mempromosikan produk dan jasa					
6	Bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat memberikan merchandise (buah tangan) kepada nasabah yang membeli produknya					
7	Bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat sering menjadi sponsor dalam berbagai kegiatan					
8	Bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat aktif dalam kegiatan sosial, seperti bantuan bencana					
9	Laporan akhir tahunan bank BSI Syariah KCP Rantau Prapat dipublikasikan di koran					
10	Pihak bank memberitahukan kegunaan dan kelebihan produk yang ditawarkan					

Ket:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Total = 10 Soal

LEMBAR VALIDASI**ANGKET PROMOSI**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda checklist (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (tidak valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Periklanan	1,2,3			
Promosi Penjualan	4,5			
Personal Selling	6,7,8			
Publity	9,10			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Desember 2021

Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.

LAMPIRAN 3**SURAT VALIDASI ANGKET**

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket religiusitas untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Determinan Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Di BSI Syariah KCP Rantau Prapat.

Yang disusun oleh:

Nama : Winda Sari Siregar

NIM : 16 401 00060

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah 2

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket kualitas religiusitas yang baik.

Padangsidempuan, Desember 2021

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.

Lampiran 3**ANGKET RELIGIUSITAS**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Produk Bank Syariah merupakan produk jasa yang baik dan halal					
2	Mengerti dan paham terhadap prinsip agama khususnya tentang produk-produk perbankan syariah					
3	Produknya terbebas ribawi					
4	Prinsip syariah akan membawa manfaat yang baik.					
5	Menabung di bank syariah karena bunga dilarang dalam ajaran agama					
6	Kinerja bank syariah sudah sesuai dengan prinsip agama					
7	Keragaman produk yang ada pada bank syariah sudah sesuai dengan keinginan					
8	Berpartisipasi dalam rencana baik untuk kesejahteraan ummat					

Ket:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Total = 8 Soal

LEMBAR VALIDASI

ANGKET RELIGIUSITAS

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda checklist (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (tidak valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Pengetahuan agama	1,2,3,4			
Pengalaman	5,6			
Keyakinan	7,8			

Catatan:

.....

Padangsidempuan, Desember 2021

Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.

LAMPIRAN 4**SURAT VALIDASI ANGKET**

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket keputusan nasabah untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Determinan Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Di BSI Syariah KCP Rantau Prapat.

Yang disusun oleh:

Nama : Winda Sari Siregar

NIM : 16 401 00060

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah 2

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket kualitas keputusan nasabah yang baik.

Padangsidempuan, Desember 2021

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.

Lampiran 4**ANGKET KEPUTUSAN NASABAH**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya bertransaksi di BSI Syariah KCP Rantau Prapat karena keinginan diri sendiri					
2	Saya memilih BSI Syariah KCP Rantau Prapat karena dapat memenuhi kebutuhan saya					
3	Saya mencari informasi BSI Syariah KCP Rantau Prapat dari sosialisasi oleh pihak bank					
4	Saya mencari informasi BSI Syariah KCP Rantau Prapat dari keluarga					
5	Transaksi di BSI Syariah KCP Rantau Prapat terjamin kehalalannya					
6	Saya tertarik dengan produk-produk yang ditawarkan oleh BSI Syariah KCP Rantau Prapat					
7	Saya ingin menjadi nasabah di BSI Syariah KCP Rantau Prapat					
8	Saya memutuskan memilih BSI Syariah KCP Rantau Prapat					
9	Saya merasa puas dengan produk yang ditawarkan BSI Syariah KCP Rantau Prapat					
10	Saya akan terus menjadi nasabah di BSI Syariah KCP Rantau Prapat					

Ket:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Total = 10 Soal

LEMBAR VALIDASI

ANGKET KEPUTUSAN NASABAH

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda checklist (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (tidak valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Mengenal Kebutuhan	1,2			
Pencarian Informasi	3,4			
Evaluasi Alternative	5,6			
Keputusan Membeli	7,8			
Perilaku Sesudah Membeli	9,10			

Catatan:

.....

Padangsidempuan, Desember 2021

Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.

Kuisisioner

A. DATA PRIBADI

- Nama :
- Umur : a. 17-29 tahun
b. 30-39 tahun
c. \geq 40 tahun
- Jenis Kelamin : a. Perempuan
b. Laki-laki
- Agama : a. Islam
b. Non Muslim
- Pekerjaan : a. Mahasiswa/Pelajar
b. PNS
c. Wiraswasta
d. Petani
e. TNI/Polri
- Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia : a. < 1 tahun
b. 1-2 tahun
c. > 3 tahun
- Pendidikan Terakhir : a. SD-SMP
b. SMA
c. S1
d. S2-S3