

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NON MUSLIM MENJADI NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI DI MEDAN

Evi Yupitri dan Raina Linda Sari

ABSTRACT

The purpose of this study is to see how big the influence of facilities, promotions and products affect the non muslim community to become a customer Bank Syariah Mandiri. The data used in this research is the primary data is obtained from the division of a detailed questionnaire to the customer self service rich Islamic Bank on Jl. Jend Achmad Yani no.100 Medan. Sampling method used by researchers is a non probability sampling is a technique where each member of the sample on the take the population has the same opportunity to become a member of sampling. Sample technique uptake of engineering purposive sampling (Judgment Sampling) is The sampling technique based on the assessment of the characteristics of sample members who adjusted with the goal of researchers. Data analysis method used is the rank spearman test with SPSS 16 tools. Based on the results factors that most strongly affects non Muslim become cust.omers in Bank Syariah Mandiri is a potent influence 0,370 promotions, both 0,529 products have potent influences and who was last 0,469 facilities had an influence that is.

Keywords : Non Muslim Customers, Facilities, Promotions, and Products.

I. Pendahuluan.

Lahirnya perbankan Syariah di Indonesia dengan beroperasinya Bank Indonesia pada tahun 1992 M yang mempunyai bentuk operasionalisasi jauh berbeda dengan perbankan konvensional diharapkan akan memenuhi kebutuhan yang sangat *urgent* bagi umat Islam di Indonesia dalam menggunakan jasa perbankan secara syariah. Perbedaan yang mendasar antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional adalah adanya larangan *riba (bunga)*. Karena *riba* dalam Al-Qur'an dipersamakan dengan bunga yang hukumnya *Haram*. Keharaman mengacu pada ayat Al-Qur'an : 278-279. Kultur yang dibangun perbankan syariah adalah membangun sistem bagi hasil (*profit and loss sharing system*) yang menjadi prinsip dasar operasional perbankan syariah

Perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No.10 Tahun 1998. Dalam undang-undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah.

Satu perkembangan lain perbankan syariah di Indonesia pasca reformasi adalah diperkenalkannya konversi cabang bank umum konvensional menjadi cabang syariah. Misalnya : Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, BRI Syariah, Danamon Syariah dan masih banyak lagi bank syariah yang ada di Indonesia

Perbankan syariah sebagai alternatif dari sistem perbankan konvensional yang diharapkan dapat menggerakkan sektor riil (*moneter based economy*), karena itu perbankan syariah memerlukan pengaturan khusus. Aturan tersebut harus dapat menampung berbagai kepentingan tidak saja umat Islam, tetapi juga non Muslim karena perbankan syariah bersifat universal. Seperti layaknya sebuah produk barang, perbankan syariah mulai diminati oleh semua kalangan konsumen (baik Muslim maupun non Muslim) di Indonesia. Konsumen mempunyai alasan-alasan tertentu atau faktor-faktor yang mempengaruhi mereka untuk mengambil keputusan dalam menetapkan pilihan pada bank syariah.

Bank Syariah Mandiri (BSM) merupakan salah satu perbankan yang dalam sistem operasionalnya berdasarkan atas syariah. Sistem Syariah yang digunakan yaitu kecenderungan untuk menggunakan dan lebih menonjolkan nilai-nilai Islami. Salah satu contohnya jika dalam bank-bank konvensional sebutan untuk bank umum menggunakan sebutan “bunga bank” untuk istilah keuntungannya, maka dalam BSM keuntungan yang diperoleh nasabah itu disebut bagi hasil atau dalam istilah syariah disebut Mudharabah.

Dewasa ini bank syariah tidak hanya dilirik oleh masyarakat yang Muslim tetapi masyarakat non Muslim juga sudah mulai melirik bank syariah seperti Bank Syariah Mandiri yang sudah memiliki nasabah non Muslim. Dan memang pada dasarnya Bank Syariah Mandiri tidak menutup kemungkinan bagi calon nasabah non Muslim.

Sistem perbankan syariah memiliki kesamaan dengan sistem perbankan konvensional dalam hal mencari keuntungan dan pelayanan masyarakat dalam bisnis keuangan. Namun keduanya memiliki perbedaan dalam hal sistem balas jasa yang diberikan kepada para nasabah. Dengan berpegang pada prinsip-prinsip balas jasanya masing-masing, kedua sistem perbankan ini bersaing bebas dalam pasar uang dimana jutaan nasabah diperebutkan dengan berbagai strategi Bisnis perbankan syariah tidak saja dilakukan oleh bank-bank yang murni berbasis syariah, tetapi hampir seluruh Bank Konvensional juga membuka bisnis perbankan syariah ini. Dengan banyaknya bisnis perbankan di Medan, masyarakat memiliki lebih banyak pilihan dalam mengelola dananya. Baik Bank Syariah maupun Bank Konvensional menawarkan begitu banyak fasilitas pelayanan, promosi dan produk yang sangat memanjakan para nasabahnya. Kondisi persaingan bisnis perbankan ini mendorong setiap bankir untuk mencari berbagai strategi pelayanan terbaik agar dapat menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang telah ada

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penulisan riset “ Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Medan “.

II. Tinjauan Pustaka.

2.1. Ekonomi Syariah dan Sejarah Perkembangannya

Ekonomi syariah berbeda dengan ekonomi konvensional karena Islam menentang eksploitasi oleh pemilik modal terhadap masyarakat yang miskin, dan melarang penumpukan kekayaan pada segelintir orang. selain itu, ekonomi dalam kaca mata Islam merupakan tuntutan kehidupan sekaligus anjuran. Krisis ekonomi yang sering terjadi ditengarai oleh ulah sistem ekonomi konvensional yang mengedepankan sistem bunga sebagai instrumen profitnya. Berbeda dengan apa bagi hasil.

Menurut Monzer Kahf dalam bukunya *The Islamic Economy* menjelaskan bahwa akonomi Islam adalah bagian dari ilmu ekonomi yang bersifat interdisipliner dalam arti kajian ekonomi syariah tidak dapat berdiri sendiri, tetapi perlu penguasaan yang baik dan mendalam terhadap ilmu-ilmu syariah dan ilmu-ilmu pendukungnya juga terhadap ilmu-ilmu yang berfungsi sebagai *tool of analysis* seperti matematika, statistic, logika dan ushul fiqih. (Rianto dan amala, 2010:7).

2.2 ciri-ciri Ekonomi Syariah

ekonomi syariah mempunyai ciri-ciri khusus yang membedakannya dari sistem ekonomi lainnya. Ciri-ciri yang dimaksud dalam buku (Al-Assal dan AbdulmKarim, 1999:24) adalah sebagai berikut: a). Ekonomi syariah merupakan bagian dari sistem Islam yang universal, b). Ekonomi syariah merealisasikan antara kepentingan masyarakat.

2.3 Tujuan Ekonomi Syariah.

Tujuan ekonomi syariah berbeda dengan ekonomi konvensional. Tujuan ekonomi yang membedakan suatu sistem ekonomi dengan sistem ekonomi lainnya. (dalam buku Ibrahim, 1994 : 232) adalah sebagai berikut: 1). Mengutamakan ibadah kepada Allah SWT, 2). Memperjuangkan kebutuhan hidup diakhirat tanpa melupakan kehidupannya disunia, 3). Menyukseskan ekonomi yang diperintahkan Allah SWT, berbuatlah kebajikannya sebagaimana Allah berbuat kebajikan kepada kamu, 4). Negara melarang membuat kekacauan dan kehancuran.

2.4. Bank Umum

Bank menurut Undang-Undang No. 10 tahun 1999 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Di Indonesia menurut jenisnya bank terdiri dari Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat

2.5 Kegiatan-kegiatan Bank Umum

Dalam kegiatan Bank Umum dapat memberikan jasa lalu lintas pembayaran sedangkan BPR Umum dapat memberikan jasa lalu lintas pembayaran. Ketentuan ini dengan sendirinya menyebabkan aktivitas Bank Umum lebih kompleks dengan sasaran yang lebih luas. Secara rinci, aktivitas Bank Umum antara lain adalah: 1). Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan, 2). Memberikan kredit kepada unit defisir, 3). Menerbitkan surat pengakuan hutang, 4). Membeli, menjual atau menjamin atau resiko sendiri atau untuk kepentingan dan atas nama perintah naabah, 5). Memindahkan uang (transfer) untuk kepentingan sendiri maupun kepentingan nasabah

2.6 Bank Syariah

Islam sebagai sistem hidup (*way of life*) tidak hanya terbatas pada masalah ritual saja tetapi juga mengatur semua aspek kehidupan termasuk aspek ekonomi dan industri perbankan sebagai salah satu agent of development. Islam mempunyai ketentuan dan aturan tersendiri tentang eksistensi dan operasi industri perbankan sehingga keridhaan Allah SWT sebagai tujuan akhirnya dapat terwujud. Berbagai ketentuan dan aturan ini telah menimbulkan satu sistem perbankan tersendiri ditengah-tengah sistem perbankan konvensional. Sistem perbankan dimaksud adalah perbankan syariah yang relatif mulai menarik minat dan perhatian masyarakat diberbagai negara (Lubis Irsyad, 2010:101).

2.7 Perbankan Konvensional Versus Perbankan Syariah

Perbedaan antara perbankan konvensional dengan perbankan syariah tidak hanya dibatasi pada unsur bunga saja. Jika dilihat atau dianalisis secara menyeluruh, terdapat banyak perbedaan utama antara kedua sistem perbankan tersebut yang sekaligus merupakan satu gambaran tentang keutamaan dan kelemahan masing-masing sistem.

Tabel 1.
Perbedaan Perbankan Konvensional dengan Perbankan Syariah

Perbankan Konvensional	Perbankan Syariah
• Berorientasi pada kepentingan pribadi • Senantiasa bersifat bebas menilai (bersifat materialistik). • Uang dianggap sebagai barang komoditi • Investasi yang dilakukan relatif luas karena termasuk kegiatan yang halal dan yang haram. • Hubungan dengan nasabah berbentuk hubungan kreditor-debitor. • Dalam operasinya, menggunakan perangkat/sistem bunga. • Aktivitas hanya berorientasi untuk mencapai keuntungan saja. • Tidak memiliki dewan pengawas syariah sehingga penghimpunan dana dan penyaluran dana tidak berdasarkan fatwa.	• Berorientasi pada kepentingan publik. • Dalam pelayanan, tidak bebas nilai (berdasarkan prinsip Islam). • Uang dianggap sebagai alat tukar saja dan tidak menganggapnya sebagai komoditi. • Investasi yang dilakukan relatif terbatas karena hanya pada kegiatan yang halal saja. • Hubungan dengan nasabah berbentuk dengan kemitraan. • Dalam operasinya menggunakan sistem bagi hasil, jual beli atau sewa. • Aktivitasnya tidak hanya berorientasi untuk mencapai keuntungan saja tetapi juga untuk mencapai <i>falah</i>. • Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah. .

Sumber : Irsyad Lubis (2010:109)

2.8 Prinsip Dasar Perbankan Syariah

Batasan-batasan bank syariah yang harus menjalankan kegiatannya berdasar pada syariat Islam, menyebabkan bank syariah harus menerapkan prinsip-prinsip yang sejalan dan tidak bertentangan dengan syariat Islam. Adapun prinsip-prinsip bank syariah adalah sebagai berikut :1). Prinsip Titipan atau Simpanan (*Al-Wadiah*) *Al-Wadiah* dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki (Antonio, 2001). 2). Prinsip Bagi Hasil (*Profit Sharing*) Sistem ini adalah suatu sistem yang meliputi tatacara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana.

2.9 Strategi Pengembangan Perbankan Syariah

Dalam upaya mengembangkan sistem perbankan syariah yang sehat dan amanah serta guna menjawab tantangan-tantangan yang akan dihadapi oleh sistem perbankan syariah Indonesia, Bank Indonesia menyusun “Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia”.(Biru Perbankan Syariah BI, 2002).

2.10 Pengertian Nasabah

Menurut Saladin (1994:7) nasabah adalah “konsumen-konsumen sebagai penyedia dana”. Sedangkan pengertian nasabah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1997: 683)

adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan Bank (dalam hal keuangan). Berdasarkan pengertian diatas, maka untuk penelitian ini yang dimaksud dengan calon nasabah adalah orang yang akan menjadi tanggungan suatu perusahaan bank dan belum menjadi nasabah suatu perusahaan bank.

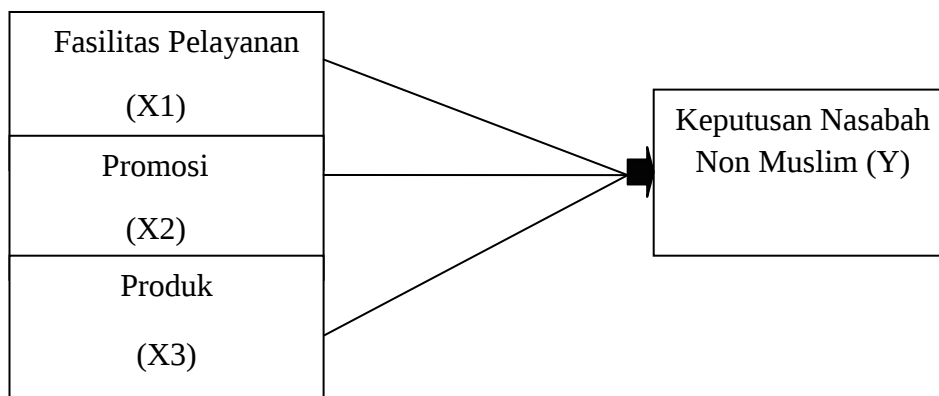
2.11 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah

Menurut Zulpahmi (2010) faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan jasa Bank syariah adalah sebagai berikut : Tidak adanya bunga (*riba*), Seluruh produk sesuai syariah, Sistem bagi hasil yang adil dan menentramkan, Diinvestasikan pada pekerjaan yang halal dan berkah, Diinvestasikan untuk peningkatan ekonomi dhuafa (*lemah*), Pelayanan yang cepat dan efisien, Sumber Daya Manusia yang profesional dan transparan, Sikap dan perilaku karyawan yang ramah dan sopan, Adanya jaminan keamanan dana nasabah, Produk yang beragam, menarik dan inovatif, Lokasi yang mudah dijangkau dan strategis, Proses bagi hasil yang sama-sama menguntungkan, Fasilitas ATM dan cabang mudah ditemukan, Pelayanan yang mudah dan tidak berbelit-belit, Bangunan dan ruangan Bank yang bersih dan nyaman, Promosi dari bank, Adanya dorongan dari pihak lain, Sosialisasi melalui tokoh masyarakat dan ulama, Adanya konsep yang saling menguntungkan, Suku bunga di Bank konvensional tidak tetap.

2.12 Kerangka Konseptual

Dalam konteks penelitian ini, maka aspek-aspek yang diukur dari nasabah non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri ini meliputi : Fasilitas Pelayanan, Promosi dan Produk.

- Fasilitas Pelayanan yang dimaksud disini adalah merupakan sarana dan prasarana yang diberikan PT Bank Syariah Mandiri kepada nasabah.
- Promosi yang dimaksud disini adalah merupakan usaha-usaha yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri untuk lebih memperkenalkan bank tersebut kepada masyarakat luas baik melalui media elektronik atau media cetak.
- Produk yang dimaksud disini adalah merupakan barang dan jasa yang disediakan oleh PT Bank Syariah Mandiri.



Gambar 1. Kerangka Konseptual
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri.

2.13 Penelitian Terdahulu

Nuraini (2006), didalam penelitian yang berjudul “ Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah pada PT. BPRS PUDUARTA INSANI”. Menyimpulkan bahwa faktor yang paling mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah pada PT. BPRS PUDUARTA INSANI adalah “ faktor agama, fasilitas pelayanan, promosi dan produk”. Didalam penelitian

tersebut, teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda pada tingkat signifikasinya $\alpha = 1\%$.

2.14 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang menjadi objek penelitian dimana kebenarannya perlu diuji. Berdasarkan perumusan masalah tersebut diatas maka hipotesis yang dibuat penulis pada penelitian ini adalah: 1). Fasilitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri, *ceteris paribus*. 2). Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri, *ceteris paribus*. 3). Produk berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri, *ceteris paribus*.

III. Metode penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu “desain penelitian yang diarahkan untuk bisa memaparkan berbagai temuan dengan dukungan statistik penelitian berdasarkan hasil kuesioner penelitian”. (Suharyadi, Purwanto, 2003).

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bank Mandiri Syariah beralamatkan di Jl.Jend. Achmad Yani No.100 Medan sedangkan waktu penelitiannya dari tanggal 24 Juni - 7 Juli 2012.

3.3 Defenisi Operasional

Untuk menjelaskan variabel-variabel yang sudah diidentifikasi maka perlu defenisi operasional dari masing-masing variabel sebagai upaya pemahaman dan penelitian. Defenisi dari variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut: 1). Keputusan Nasabah non muslim (Y) merupakan ketertarikan nasabah non Muslim Bank Syariah Mandiri menjadi nasabah. 2). Fasilitas pelayanan (X) adalah fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh Bank Syariah Mandiri untuk menarik minat nasabah non Muslim 3). Promosi adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri untuk memperkenalkan produk-produk mereka kepada masyarakat untuk menarik perhatian nasabah non Muslim 4). Produk merupakan produk-produk perbankan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri yang dapat menarik perhatian nasabah non Muslim.

3.4 Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *Non-probabilitas* yaitu suatu teknik pengambilan sampel dimana setiap anggota sample yang diambil populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan anggota sampel. Teknik pengambilan sampelnya adalah *Purposive Sampling* (Judgment Sampling) yaitu teknik pengambilan sample berdasarkan penilaian karakteristik anggota sample yang disesuaikan dengan tujuan peneliti. (Suharyadi, 2004:325).

Pengumpulan data dilakukan penulis dengan teknik pengumpulan data primer dan sekunder sebagai berikut: 1). Data primer adalah a). Kuisisioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk memperoleh informasi dari responden yaitu fasilitas pelayanan, promosi dan produk b). Observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan langsung ke lapangan c). *Direct Interview*, melakukan wawancara atau tanya jawab langsung kepada responden

2). Sekunder Data sekunder yaitu data yang diambil dengan mengumpulkan data yang berhubungan dengan skripsi ini dari perum PT Bank Syariah Mandiri Medan dan buku-buku literatur.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama maupun kelompok, yaitu kuisisioner yang diberikan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri non Muslim beralamatkan di Jl.Jend. Achmad Yani No.100 Medan dengan jumlah responden 50 orang nasabah.

Tabel 3.1 menunjukkan bahwa responden lama menabung 1 Tahun – 2 Tahun berjumlah 25 orang (50%), lama menabung 2 Tahun – 3 Tahun berjumlah 15 orang (30%), dan lama menabung >3 Tahun berjumlah 10 orang (20%).

3.6 Pengolahan Data

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengolahan data dengan bantuan program SPSS 16.

3.7 Metode Analisis Data

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Sangat setuju	= 5
Setuju	= 4
Ragu-ragu	= 3
Tidak setuju	= 2
Sangat tidak setuju	= 1

Instrumen penelitian yang menggunakan skala Likert dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda. Sehingga diperoleh berbagai gambaran informasi mengenai keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri. (Tesis Proposal, 2007).

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan uji reabilitas merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel. Uji validitas dan reabilitas digunakan untuk kuisisioner yang menggunakan skala Likert.

Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Instrumen yang valid merupakan alat ukur yang digunakan untuk menyatakan data itu valid (Sugioyono, 2005: 109). Untuk menguji validitas digunakan pendekatan korelasi yaitu dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Bila nilai korelasinya positif maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Rumus :

$$r = \frac{\sum xy - \{\sum x\}\{\sum y\}}{N} \div \sqrt{\left\{ \frac{\sum x^2 - (\sum x)^2}{N} \right\} \left\{ \frac{\sum y^2 - (\sum y)^2}{N} \right\}}$$

Dimana :

- r : Koefisien validitas item yang dicari
- N : Jumlah Subyek
- X : Skor item
- Y : Skor total
- $\sum X$: Jumlah skor items
- $\sum Y$: Jumlah skor total
- $\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item
- $\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

Kriteria pengambilan keputusan adalah :1). Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid 2). Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan tersebut tidak dinyatakan valid

Uji Reliabilitas

Uji reabilitas merupakan uji untuk mengukur tingkat kehandalan suatu instrumen penelitian. Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang digunakan beberapa kali dengan waktu yang berbeda mempunyai hasil yang konsisten. Butir pertanyaan yang dinyatakan valid akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:1). Jika $r_{positif} > r_{tabel}$, maka pertanyaan reliabel 2). Jika $r_{negatif}$ atau $< r_{tabel}$, maka pertanyaan tidak reliabel

Dalam penelitian ini, uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Formula Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2 j}{S^2 x} \right)$$

Dimana :

- α = koefisien reliabilitas alpha
- k = jumlah item
- Sj = varians responden untuk item I
- Sx = jumlah varians skor total

3.9 Rank Spearman Test

Metode yang dipakai dalam menganalisis data penelitian bersifat korelasi (hubungan) maka dapat di analisa dengan analisa *non parametrik* menggunakan *Rank Spearman Test*, yaitu sebuah ukuran hubungan antara dua variabel.

$$\text{Rumus Rank Spearman Test : } \rho = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Dimana :

- d = perbedaan antara rangking
- n = jumlah sampel

Uji hipotesis :

- $\rho = 0$ tidak ada hubungan antara X dan Y
- $\rho > 0$ ada hubungan antara X dan Y.

IV. Pembahasan

4.1. Sejarah dan Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri

Langkah awal dengan merubah Anggaran Dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Sakinah. Langkah awal dengan merubah Anggaran Dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Sakinah berdasarkan Akta Notaris : Ny. Macharani M.S SH, No. 29 pada tanggal 19 Mei 1999. kemudian melalui Akta No. 23 tanggal 8 September 1999, Notaris : Sutjipto, SH nama PT. Bank Syariah Sakinah Mandiri diubah menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Pada tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia melalui Surat Keputusan Gubernur Indonesia No. 1/24/KEP.BI/1999 telah memberikan ijin perubahan kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah kepada PT. Bank Susila Bakti selanjutnya dengan Surat Keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999 tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia telah menyetujui perubahan nam PT. Bank Susila Bakti menjadi Bank Syariah Mandiri.

Senin tanggal 25 Rajab 1420 H pada tanggal 1 Nopember 1999 merupakan hari pertama beroperasinya PT. Bank Syariah Mandiri. kelahiran PT. Bank Syariah Mandiri merupakan buah usaha bersama para perintis bank syariah di PT Bank Susila Bakti dan Manajemen PT Bank Mandiri yang memandang pentingnya kelahiran bank Syariah dilingkungan PT Bank Mandiri (Persero). PT Bank Syariah Mandiri hadir sebagai bank yang mengkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi operasinya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan PT Bank Syariah Mandiri sebagai alternatif jasa perbankan di Indonesia.

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian 50 nasabah Bank Syariah Mandiri yang menjadi sampel penelitian, maka diperoleh data tentang usia responden yang dapat dilihat pada tabel 4.1 terlihat Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa nasabah non muslim Bank Syariah Mandiri lebih banyak adalah yang berusia 41-50 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah banyak diminati masyarakat usia produktif dalam ekonomi.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian 50 responden dari nasabah Bank Syariah Mandiri yang menjadi sampel penelitian, maka diperoleh data tentang jenis pekerjaan responden yang dapat dilihat pada tabel 4.2 Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah non muslim Bank Syariah Mandiri lebih banyak adalah pengusaha sebanyak 34%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sangat tertarik terhadap perbankan syariah bahkan pengusaha sekalipun

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian 50 responden dari nasabah Bank Syariah Mandiri yang menjadi sampel penelitian, maka diperoleh data tentang jenis kelamin responden yang dapat dilihat pada tabel 4.3 Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah Bank Syariah Mandiri lebih banyak perempuan sebanyak 54%. Hal ini disebabkan oleh masyarakat yang dijumpai pada saat penelitian lebih banyak perempuan dibandingkan laki laki.

4.3 Hasil Pengolahan Data

4.3.1. Uji Validitas dan Realibilitas

Suatu instrumen yang baik harus memiliki tingkat validitas serta tingkat realibilitas yang tinggi. Suatu kuisioner dikatakan valid apabila instrumen penelitian tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan suatu instrumen

dikatakan reliabel apabila instrumen penelitian tersebut bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

4.3.1.1. Uji Validitas

Pengukuran valid atau tidaknya suatu item atau butir pernyataan yang terdapat pada angket, dilakukan dengan cara membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Adapun kriteria pengujian validitas sebagai berikut: a. Jika r_{hitung} bernilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dinyatakan valid b. Jika r_{hitung} bernilai negatif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid c. Nilai r_{hitung} dapat dilihat pada tabel *Item-Total Statistic* di kolom *Corrected Item-Total Correction*.

4.3.1.2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara membandingkan r_{alpha} di kolom *Cronbach's Alpha* pada tabel *Reliability Statistics* dengan angka 0,61. Jika r_{alpha} bernilai positif dan $r_{alpha} > 0,61$ maka reliabel. Sedangkan jika r_{alpha} bernilai negatif dan $r_{alpha} < 0,61$ maka tidak reliabel. Hasil perhitungan menunjukkan reliabel bila koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,61, artinya kuesioner dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian.

a. Keputusan Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri

Sebelum dilakukan pengolahan data, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada tabel 4.4 diperoleh r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan diatas valid. selanjutnya perlu dilakukan uji realibilitas pada tabel 4.5 diperoleh nilai *cronbach's alpha* (0,728) lebih besar dari 0,61 dengan demikian data reliabel dan kuisisioner dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian.

b. Fasilitas Yang Disediakan Oleh Bank Syariah Mandiri

Sebelum dilakukan pengolahan data, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas dilihat pada tabel 4.6 diperoleh r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan diatas valid selanjutnya perlu dilakukan uji reabilitas pada tabel 4.7 diperoleh nilai *cronbach's alpha* (0,805) lebih besar dari 0,61 dengan demikian data reliabel dan kuisisioner dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian.

c. Promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri

Sebelum dilakukan pengolahan data, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada tabel 4.8 diperoleh r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan diatas valid selanjutnya perlu dilakukan uji reabilitas pada tabel 4.9 diperoleh nilai *cronbach's alpha* (0,674) lebih besar dari 0,61 dengan demikian data reliabel dan kuisisioner dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian.

d. Produk yang Ditawarkan Oleh Bank Syariah Mandiri

Sebelum dilakukan pengolahan data, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada tabel 4.10 diperoleh r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan diatas valid selanjutnya perlu dilakukan uji reabilitas pada tabel 4.11 diperoleh nilai *cronbach's alpha* (0,918) lebih besar dari 0,61 dengan demikian data reliabel dan kuisisioner dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian.

4.3.2. Hasil Metode Analisis Data

4.3.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini merupakan instrument pemilihan nasabah non muslim Bank Syariah Mandiri yang diteliti melalui fasilitas pelayanan, promosi dan produk. Data-data

dari variabel ini diungkap menggunakan kuesioner sebanyak 12 pertanyaan dan 50 responden. Gambaran dari masing-masing variabel nasabah tersebut dapat dilakukan dengan analisis deskriptif persentase. Berikut ini disajikan hasil analisis deskriptif persentase tiap variabel.

1. Deskriptif Variabel Keputusan Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri (Y)

Berdasarkan tabel 4.12 terhadap variabel Keputusan Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri (Y) dapat ditarik kesimpulan 1). Dari pertanyaan no 1 sebanyak 46% responden menjawab sangat setuju, sebanyak 52% responden menjawab setuju dan 2% menjawab netral. Kebanyakan responden menjawab setuju yaitu sebanyak 52%. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Mandiri memiliki fasilitas yang baik. Hal ini disebabkan tersedianya fasilitas yang sangat mendukung bagi para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan pada Bank Syariah Mandiri 2). Dari pertanyaan no 2 sebanyak 20% responden menjawab sangat setuju, sebanyak 78% responden menjawab setuju dan 2% menjawab netral. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Mandiri melakukan promosi yang sangat baik sehingga para nasabah tertarik 3). Dari pertanyaan no 3 sebanyak 14% responden menjawab sangat setuju, sebanyak 76% responden menjawab setuju dan 10% menjawab netral. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Mandiri memiliki produk-produk yang menarik simpati nasabah non Muslim.

2. Deskriptif Variabel Fasilitas Pelayanan (X1)

Dari data tabel 4.13 terhadap variabel fasilitas pelayanan dapat ditarik kesimpulan 1). Dari pertanyaan no 1 sebanyak 46% responden menjawab sangat setuju, sebanyak 48% responden menjawab sangat setuju dan 6% responden menjawab ragu-ragu. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa responden setuju Kebersihan gedung dan fasilitas ruangan transaksi (ruang antrian yang tertib dan nyaman, bebas rokok, toiletnya bersih dan lantai yang bersih) sangat menunjang keinginan mereka menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri 2). Dari pertanyaan no 2 sebanyak 22% responden menjawab sangat setuju, sebanyak 76% responden menjawab sangat setuju dan ragu-ragu 2%. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa responden menjawab setuju bahwa Fasilitas perbankan yang lengkap (AC, CCTV) juga sangat mendukung kenyamanan bagi para nasabah non Muslim menjadi nasabah bank Syariah Mandiri 3). Dari pertanyaan no 3 sebanyak 14% responden menjawab sangat setuju, sebanyak 82% responden menjawab sangat setuju dan menjawab ragu-ragu sebanyak 4%. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa responden menjawab sangat setuju bahwa tempat (gedung) bank menarik, nyaman, dan menyenangkan menjadi alasan nasabah yang menjadi daya tarik bagi mereka

.Deskriptif Variabel Promosi (X2)

Dari data tabel 4.14 terhadap variabel promosi (X2) yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dapat ditarik kesimpulan 1). Dari pertanyaan no 1 sebanyak 44% responden menjawab sangat setuju, sebanyak 56% responden menjawab setuju. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa responden setuju Bank Syariah Mandiri melakukan iklan yang menarik (via web) sehingga nasabah menjadi tertarik 2). Dari pertanyaan no 2 sebanyak 10% responden menjawab sangat setuju, sebanyak 90% responden menjawab setuju. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna kereta api sangat setuju bahwa Bank Syariah Mandiri melakukan promosi melalui penyebaran brosur yang menarik sehingga nasabah non Muslim tertarik 3). Dari pertanyaan no 3 sebanyak 42% responden menjawab sangat setuju, sebanyak 58% responden menjawab setuju. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa responden

setuju. Dengan adanya sosialisasi Bank Syariah Mandiri sehingga mereka mengenal Bank Syariah Mandiri itu dan tertarik menjadi nasabahnya.

4. Deskriptif Variabel Produk (X3)

Dari data tabel 4.15 terhadap variabel produk (X3) yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri dapat ditarik kesimpulan 1). Dari pertanyaan no 1 sebanyak 8% responden menjawab sangat setuju, sebanyak 88% menjawab setuju dan 4% menjawab ragu-ragu. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa Bank Syariah Mandiri memiliki produk-produk yang beragam, menarik dan inovatif sehingga menarik perhatian nasabah non Muslim 2). Dari pertanyaan no 2 sebanyak 14% responden menjawab sangat setuju, sebanyak % menjawab setuju dan 86%. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan nasabah sangat setuju Produk Bank Syariah Mandiri memberikan kemudahan-kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan 3). Dari pertanyaan no 3 sebanyak 20% responden menjawab sangat setuju, sebanyak 78% menjawab setuju dan menjawab ragu-ragu 2%. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa responden setuju Produk Bank Syariah Mandiri memiliki fitur pendukung keuntungan.

4.3.3 Pengolahan Data

Variabel yang di teliti dalam penelitian ini adalah pengaruh fasilitas, promosi dan produk oleh non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji kolerasi *Rank Spearman* karena data yang diperoleh adalah berupa data ordinal yang diperoleh dengan pembagian kuisioner dengan jenis skala Likert. Uji koefisien kolerasi ini di maksudkan untuk menguji hubungan dari variabel Y dan X.

4.3.3.1 Hubungan Antara Fasilitas dengan Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri

Hipotesis umum ditunjukkan dengan fasilitas yang ada dengan keputusan non muslim menjadi nasabah sebagai berikut: a. Hipotesis Nol ($H_0: \rho = 0$) Fasilitas tidak berhubungan secara signifikan dengan keputusan non muslim menjadi nasabah. b. Hipotesis Kerja ($H_1: \rho \neq 0$) Fasilitas berhubungan secara signifikan dengan keputusan non muslim menjadi nasabah. Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Hal ini dapat ditunjukkan pada tabel 4.16 diperoleh nilai koefisien kolerasi sebesar 0,469 dengan taraf signifikansi untuk hipotesis umum sebesar 0,02 pada tingkat kepercayaan 0,05 atau 95 %, adapun tingkat kriteria pengujian: 1). Jika fasilitas signifikansi $< \alpha$, maka H_0 ditolak H_1 diterima. 2). Jika fasilitas signifikansi $> \alpha$, maka H_0 diterima H_1 ditolak

Dari hasil penghitungan diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,02 < \alpha$ (0,05) maka hipotesis kerja H_1 diterima. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara fasilitas dengan keputusan non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri. Hubungan ini ditunjukkan dengan nilai kolerasi sebesar 0,469 yang termasuk dalam kategori sedang (0,40-0,599).

4.3.3.2. Hubungan Antara Promosi dengan Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri

Hipotesis umum ditunjukkan anantara promosi dengan keputusan non muslim menjadi nasabah adalah sebagai berikut : a. Hipotesis Nol ($H_0: \rho = 0$) Promosi tidak berhubungan signifikan dengan keputusan non muslim menjadi nasabah. b. Hipotesis Kerja ($H_1: \rho \neq 0$) Promosi berhubungan secara signifikan dengan keputusan non muslim menjadi nasabah.

Pada dasarnya yang paling mempengaruhi keputusan non muslim menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri adalah produk. Dapat kita dilihat dari tabel 4.17 diperoleh nilai koefisien kolerasi sebesar 0,730 dengan taraf signifikansi untuk hipotesis umum 0,0001

sebesar pada tingkat kepercayaan 0,05 atau 95 % adapun tingkat kriteria pengujian: 1). Jika promosi signifikansi $< \alpha$, maka H_0 ditolak H_1 diterima 2). Jika promosi signifikansi $> \alpha$, maka H_0 diterima H_1 ditolak

Dari hasil penghitungan diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,0001 < \alpha$ (0,05) maka hipotesis kerja H_1 diterima. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara promosi dengan keputusan non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri.. Hubungan ini ditunjukkan dengan nilai kolerasi sebesar 0,730 yang termasuk dalam kategori kuat (0,60 – 0,799).

4.3.3.3. Hubungan Antara Produk dengan Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri

Hipotesis umum ditunjukkan anatara produk dengan keputusan non muslim menjadi nasabah adalah sebagai berikut: 1). Hipotesis Nol ($H_0: \rho = 0$) Produk tidak berhubungan secara signifikan dengan keputusan non muslim menjadi nasabah. b. Hipotesis Kerja ($H_1: \rho \neq 0$) Produk berhubungan secara signifikan dengan keputusan non muslim menjadi nasabah.

Dalam keputusan menjadi nasabah sebuah bank sangat diprhatikan adalah produk yang ditawarkan oleh bank tersebut. Demikian juga pada keputusan non muslim untuk menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri produk yang ditawarkan juga memiliki hubungan. Hal ini dapat dilihat dari tabel 4.18 diperoleh nilai koefisien kolerasi sebesar 0,529 dengan taraf signifikansi untuk hipotesis umum sebesar 0,01 pada tingkat kepercayaan 0,05 atau 95% adapun tingkat kriteria pengujian: 1. Jika produk signifikansi $< \alpha$, maka H_0 ditolak H_1 diterima. 2). Jika produk signifikansi $> \alpha$, maka H_0 diterima H_1 ditolak Dari hasil penghitungan diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < \alpha$ (0,05) maka hipotesis kerja H_1 diterima. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara produk dengan keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri. Hubungan ini ditunjukkan dengan nilai kolerasi sebesar 0,529 yang termasuk dalam kategori sedang (0,40-0,599).

Dari hasil penelitian tersebut penulis dapat melihat bahwa faktor paling besar dalam mempengaruhi non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri adalah promosi setelah itu produk dan yang terakhir adalah fasilitas.

V. Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang pengaruh fasilitas, promosi dan produk Bank Syariah Mandiri terhadap pemilihan nasabah non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu:

Variabel fasilitas (X1) memiliki pengaruh yang sedang yaitu 0,469 terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Variabel promosi (X2) pengaruh yang kuat yaitu 0,730 terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Variabel produk (X3) memiliki pengaruh yang kuat yaitu 0,529 terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

5.2 Saran

Fasilitas di Bank Syariah Mandiri harus lebih ditingkatkan untuk menarik perhatian nasabah non muslim. Promosinya harus lebih ditingkatkan, supaya masyarakat non muslim lebih mengenal Bank Syariah Mandiri dan masyarakat tahu bahwa Bank syariah Mandiri tidak hanya untuk muslim tetapi terbuka untuk umum. Mengingat faktor Fasilitas Pelayanan, Promosi, dan Produk sesuai dengan sistem syariah lebih cendrung menjadi alasan bagi masyarakat Medan untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Medan maka dengan itu pihak Bank Syariah Mandiri Medan lebih meningkatkan kegiatan sosialisasi bahwa bunga adalah riba dan bagi hasil adalah halal.

Daftar Pustaka

Buku :

- Al- Arif, Nur Rianto dan EuSis Amala. 2010. *Teori Mikro Ekonomi : Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Al – Assal, Ahmad Muhammad dan Fatbi Ahmad Abdul Karim. 1999. *Sistem, Prinsip dan dan Tujuan Ekonomi Islam*. Alih Bahasa Imam Saefuddin, Pustaka Setia, Bandung
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta : Tazkia Institute, 2001.
- Ayub, Muhammad, 2002. *Islamic Banking and Finance : Theory and Practise.*: Karachi : State Bank of Pakistan.
- Azwar Karim, Adiwarman. 2004. *Sejarah Pemikiran Eknomi Islam*, Kharisma Putra Utama Offset, Jakarta
- Bank Indonesia,"*Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia*", Jakarta: Bank Indonesia, 2002
- Dewi. 2004. *Aspek-Aspek Hukum Dalam Perbankan & Peransuransian Syariah Di Indonesia*. Jakarta : Prenada Media.
- Irsyad. 2010. *Bank dan lembaga keuangan lain*. Medan : USU Press.
- Lubis, Ibrahim. 1994. *Ekonomi Islam Suatu Pengantar* 1, Radar Jaya Offset, Jakarta
- Muhammad. 2008. *Metote penelitian*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Muslehuddin, M. 2003. *Banking And Islamic Law, Idara Isha'at-E-Diniyat (P) LTD*.
- Saladin, Djaslin. 1994. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*. Mandiri maju,Jakarta
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi, Purwanto S.K. 2004. *Statistik Untuk Ekonomi Keuangan Modren* Buku 2. Jakarta : Salemba Empat
- Suprayitno, Eko.2005. *Ekonomi Islam : Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, Graha Ilmu ,Yogyakarta.

Artikel dan Jurnal :

- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Gufon, Hamzah. 2011. *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam produk Qardh dengan Gadai Emas di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan*.

Hendi irawan, 2009. *analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memutuskan menabung di bank syariah mandiri cabang malang*, Tesis

Lidia, 2011. *Analisis perilaku masyarakat dalam memilih kredit perbankan di kabupaten deli serdang, medan*.

Nuraini. 2011. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah pada PT BPRS PUDUARTA INSANI*. Skripsi. Usu.

Penulisan Online :

Arianto, 2008. Produk. (online), [http : //sobatbaru.blogspot.com](http://sobatbaru.blogspot.com),
(Diakses 03 April 2012).

Hutabarat, Sakti. 2010. *faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah di Pekan Baru*. [http://skripsi-ilmiah.blogspot.com/2009/04/faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah di Pekan Baru.html](http://skripsi-ilmiah.blogspot.com/2009/04/faktor-faktor%20yang%20mempengaruhi%20keputusan%20masyarakat%20menjadi%20nasabah%20Bank%20Syariah%20di%20Pekan%20Baru.html). diakses pada tanggal 27 september 2012

Situs WWW (World Wide Web) :

www.syariahmandiri.com

zulpahmi,se, m.si, dkk, 2010. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Dan Bank Muamalat di Jabodetabek)* Tesis. <http://www.foxitsoftware.com> for evaluation only.
<http://lib.uin-malang.ac.id/thesis/fullchapter/04610018-hendi-irawan.ps>