PENGARUH REPUTASI BANK, KEUNTUNGAN ADMINISTRATIF DAN STIMULAN RELIGI TERHADAP MINAT MASYARAKAT NON-MUSLIM MENJADI NASABAH BANK SYARIAH

(Studi Kasus pada Masyarakat Non-Muslim di Kab. Cilacap)

SKRIPSI

DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM

OLEH :

NUR FIKRI AGIL

NIM: 17108020064

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2022

PENGARUH REPUTASI BANK, KEUNTUNGAN ADMINISTRATIF DAN STIMULAN RELIGI TERHADAP MINAT MASYARAKAT NON-MUSLIM MENJADI NASABAH BANK SYARIAH
(Studi Kasus pada Masyarakat Non-Muslim di Kab. Cilacap)

SKRIPSI
DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM

OLEH :
NUR FIKRI AGIL
NIM: 17108020064

DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
JAUHAR FARADIS, S.H.I.,M.A
19840523 201101 1 008

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2022

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-166/Un.02/DEB/PP.00.9/01/2022

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH REPUTASI BANK, KEUNTUNGAN ADMINISTRATIF DAN STIMULAN RELIGI TERHADAP MINAT MASYARAKAT NON-MUSLIM MENJADI NASABAH BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT NON-MUSLIM DI KAB. CILACAP)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NUR FIKRI AGIL
Nomor Induk Mahasiswa : 17108020064
Telah diujikan pada : Rabu, 19 Januari 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Jauhar Faradis, S.H.I., M.A.
SIGNED

Valid ID: 61f23ebbeb11f

Penguji I

Syayyidah Maftuhatul Jannah, SE., M.Sc
SIGNED

Valid ID: 61f23d810b9c0

Penguji II

Mahfud Asyari, S.E.,M.M.
SIGNED

Valid ID: 61f11e22a2093

Yogyakarta, 19 Januari 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 61f24cffcbbde

1/1 27/01/2022

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Nur Fikri Agil
Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah menimbang, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Nur Fikri Agil
NIM :17108020064
Judul Skripsi : "Pengaruh Reputasi Bank, Keuntungan Administratif Dan Stimulan Religi Terhadap Minat Masyarakat Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Non- Muslim Di Kab. Cilacap)"

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 06 Januari 2022
Pembimbing

Jauhar Faradis, S.H.I.,M.A
19840523 201101 1 008

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamualaikum Wr.Wb

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Fikri Agil

NIM : 17108020064

Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Pengaruh Reputasi Bank, Keuntungan Administratif, dan Stimulan Religi terhadap Minat Masyarakat Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Non-Muslim di Kab. Cilacap)"** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran karya orang lain kecuali, pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 04 Januari 2022

Penyusun

Nur Fikri Agil

NIM. 17108020064

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Fikri Agil
NIM : 17108020064
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya berjudul:

"Pengaruh Reputasi Bank, Keuntungan Administratif, dan Stimulan Religi terhadap Minat Masyarakat Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Non-Muslim di Kab. Cilacap)"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada tanggal : 06 Januari 2022
Yang Menyatakan

(Nur Fikri Agil

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN MOTTO

"JUST DO IT, AND THE RESULTS WE LEAVE TO ALLAH SWT"

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada:

Bapak Ahmad Hudi dan Ibu Mustinah yang sudah membesarkan dan mendidik putra kedua ini dengan baik dan penuh kesabaran dan kasih sayang, yang senantiasa mendoakan anak-anaknya yang terbaik demi kesukesan mereka kelak.

Untuk ketiga kakak, Siti Barokah, Sely Nur Fitriani dan Nur Khodri Reza, serta seluruh keluarga yang selalu memberi dukungan kepada penulis.

Untuk Septi Iriani, perempuan yang sudah bersedia hadir selama lebih dari 7 tahun di kehidupan penulis.

Dan seluruh sahabat dan teman yang telah membantu dan memberi semangat demi kelancaran pembuatan karya ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba’	B	Be
ت	Ta’	T	Te
ث	Ṡa’	ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa’	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha’	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra’	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa’	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa’	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa’	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap

متعدّدة	Ditulis	*Muta’addidah*
عدّة	Ditulis	*‘iddah*

C. Ta’Marbuttah

Semua ta’ marbuttah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	*Hikmah*
علّة	Ditulis	*‘illah*
كرمة الأولياء	Ditulis	*Karamah al auliya’*

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	U
فعل	Fathah	Ditulis	*Fa’ala*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ذكر	Kasrah	Ditulis	*Zukira*
يذهب	Dammah	Ditulis	*Yazhabu*

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	*A*
جاهلية	Ditulis	*Jahiliyyah*
2. Fathah + ya' mati	Ditulis	*A*
تنسى	Ditulis	*Tansa*
3. Kasrah + ya' mati	Ditulis	*I*
كريم	Ditulis	*Karim*
4. Dhammah + wawu mati	Ditulis	*U*
فروض	Ditulis	*Furud*

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati	Ditulis	*Ai*
بينكم	Ditulis	*Bainakum*
2. Fathah + wawu mati	Ditulis	*Au*
قول	Ditulis	*Qaul*

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Yang Dipisahkan dengan Apostrof

أأنتم	Ditulis	*A'antum*
أعدت	Ditulis	*U'iddat*
لئن شكرتم	Ditulis	*La'in syakartum*

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	*Al-Quran*
القياس	Ditulis	*Al-Qiyas*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	Ditulis	*As-sama'*
الشمس	Ditulis	*Asy-syams*

I. Penulisan Kata-Kata dalam Penulisan Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	*Zawi al-furud*
أهل السنة	Ditulis	*Ahl as-sunnah*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji beserta syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala nikmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi atau tugas akhir dengan sebaik-baiknya. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari peradaban yang penuh kegelapan kepada peradaban yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan senantiasi kita nantikan syafa'atnya di *yaumul qiyamah* nanti.

Dalam penyusunannya, skipsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Phil Al Makin, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Bapak Jauhar Faradis, S.H.I., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, memotivasi serta memberi banyak masukan dari awal proses hingga akhir proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Mun Yah Zahiroh, SE., M.B.A dan Bapak Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E.,M.Si selaku Dosen Penasehat Akademik.
6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

wawasan yang sangat luas selama menempuh pendidikan.

7. Seluruh Pegawai Staf Tata Usaha Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Kedua orang tua tercinta Bapak Ahmad Hudi dan Ibu Mustinah, yang sangat penulis cintai dan sayangi, terimakasih telah menjadi orang tua yang sabar, orang tua yang senantiasa ikhlas mendidik, memberikan nasihat, dukungan, doa, motivasi serta kasih sayang tanpa pamrih kepada penulis.
9. Segenap keluarga besar yang penulis cintai yang selalu memberikan image positif sehingga berbuah menjadi memotivasi bagi penulis sendiri.
10. Seluruh teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2017, khusunya PS-B yang telah bersama-sama menempuh pendidikan.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua. Amin ya rabbal ‘alamin

Yogyakarta, 6 Januari 2022

Hormat saya,

Nur Fikri Agil

NIM. 17108020064

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ii

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR iii

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI iv

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN v

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI vi

HALAMAN MOTTO vii

HALAMAN PERSEMBAHAN viii

PEDOMAN TRANSLITERASI ix

KATA PENGANTAR xiii

DAFTAR ISI xv

DAFTAR TABEL xviii

DAFTAR GAMBAR xix

DAFTAR LAMPIRAN xx

ABSTRAK xxi

ABSTRACT xxii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 11
D. Sistematika Penulisan 12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori 14
1. Bank Syariah 14
2. Dasar Teori yang Digunakan 15
a. Teori Perilaku Konsumen 15
b. Teori Pengambilan Keputusan 19
3. Reputasi Bank 23
4. Keuntungan Administratif 25
5. Stimulan Religi 26

6. Minat 31
B. Telaah Pustaka 36
C. Pengembangan Hipotesis 44
D. Kerangka Pemikiran 50

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian 53
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian 53
C. Populasi dan Sampel 56
D. Teknik Pengumpulan Data 58
E. Instrumen Penelitian 58
F. Teknik Analisis Data 59

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian 64
B. Analisis Deskriptif Respoden 65
1. Responden dibedakan dari Jenis Kelaminnya 65
2. Responden dibedakan dari Agamanya 66
3. Responden dibedakan dari Usianya 67
4. Responden dibedakan dari Pendidikan Terakhirnya 68
5. Responden dibedakan dari Pekerjaannya 69
C. Uji Instrumen Data Penelitian 70
1. Uji Validitas 70
2. Uji Reliabilitas 72
D. Analisis Data 73
1. Uji Asumsi Klasik 73
a. Uji Normalitas 74
b. Uji Multikolinearitas 75
c. Uji Heteroskedastisitas 76
d. Uji Autokorelasi 77
2. Analisis Regresi Linier Berganda 78
3. Uji Hipotesis 80
a. Uji f 80
b. Uji t 82
c. Koefisien Determinasi 84
E. Pembahasan 85
1. *Bank Reputation* terhadap *Interest* 85
2. *Administration Benefits* terhadap *Interest* 88
3. *Religious Stimulants* terhadap *Interest* 90

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 94
B. Keterbatasan Penelitian 95
C. Saran 96

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA **97**

LAMPIRAN ..... **i**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Kabupaten Cilacap Berdasarkan Agama Tahun 2020 5
Tabel 2.1 Telaah Pustaka 36
Tabel 3.1 Variabel Penelitian 54
Tabel 4.1 Responden dibedakan dari Jenis Kelaminnya 65
Tabel 4.2 Responden dibedakan dari Agamanya 66
Tabel 4.3 Responden dibedakan dari Usianya 67
Tabel 4.4 Responden dibedakan dari Pendidikan Terakhirnya 68
Tabel 4.5 Responden dibedakan dari Pekerjaannya 69
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas 71
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas 73
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas 76
Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi 77
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 78
Tabel 4.11 Hasil Uji f 81
Tabel 4.12 Hasil Uji t 82
Tabel 4.13 Hasil Uji Determinasi (R^2) 84

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 51
Gambar 4.1 Histogram 74
Gambar 4.2 Kurva P-Plot 75
Gambar 4.3 Grafik Scatter P-Plot 76

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian..... ii

Lampiran 2 : Jawaban Responden..... ix

Lampiran 3 : Hasil Olah Data xxiv

Lampiran 4 : Dokumentasi..... xxx

Lampiran 5 : Curriculum Vitae..... xxxi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia setiap tahun mengalami kenaikan, akan tetapi perkembangan tersebut masih kurang signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu pengaruh dari reputasi bank, keuntungan administratif dan stimulan religi terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah bank syariah khususnya masyarakat non-muslim di Kabupaten Cilacap. Instrumen / alat dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar secara langsung maupun secara daring kepada responden. Pencarian sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pengumpulan sampel dengan memberikan batasan-batasan kriteria tertentu. Dari pembatasan tersebut diperoleh sampel sebanyak 100 orang. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi berganda melalui aplikasi SPSS v.23. Hasil penelitian menunjukan bahwa reputasi bank dan keuntungan administratif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan stimulan religi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah bank syariah.

Kata Kunci : Reputasi Bank, Keuntungan Administratif, Stimulan Religi, Minat, Non-Muslim

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

The development of Islamic banking in Indonesia has increased every year, but this development is still less significant. This study aims to find out the influence of bank reputation, administrative benefits and religious stimulants on the interest of non-Muslim to become customers of Islamic banks, especially non-Muslim communities in Cilacap Regency. Instruments/tools in data collection in this study used questionnaires which were distributed directly or online to respondents. The sample search in this study used a purposive sampling technique, namely the collection of samples by providing certain criteria limits. From these restrictions, obtined a sample of 100 people. The data obtained were then analyzed using multiple regression analysis through the SPSS v.23 application. The results showed that the bank's reputation and administrative benefits had a positive and significant effect on the interest of non-Muslim to become customers of Islamic banks. While religious stimulants have no significant effect on the interest of non-Muslim to become customers of Islamic banks

Keywords *: Bank Reputation, Administrative Benefits, Religious Stimulants, Interest, Non-Muslim*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era perkembangan digitalisasi yang kian hari kian marak seperti saat ini, telah menyajikan kemudahan dan peluang usaha untuk seseorang dalam kaitannya mengembangkan usaha miliknya. Oleh karena itu, persaingan usaha pada masa sekarang sudah tidak bisa dihindari. Persaingan tersebut terjadi karena semua orang menginginkan posisi yang terbaik dalam usaha yang digelutinya. Karena terjadi persaingan, maka seorang pengusaha harus mampu mengembangkan bisnisnya, agar dapat bertahan dan dapat lebih bergerak maju. Demikian juga dengan apa yang terjadi pada industri perbankan, khususnya perbankan syariah. Menurut Widyasari (2014), perbankan syariah sudah menjadi industri yang memiliki masa depan yang bagus dan bisnis yang perlu diampu dengan pengelolaan yang profesional. Oleh karena itu, para *stakeholder* dalam bisnis perbankan syariah harus memiliki kompetensi yang mumpuni agar mampu memajukan perbankan syariah di dunia, khususnya di Indonesia.

Perbankan Islam atau syariah yaitu lembaga *financial* yang menjalankan operasional berasaskan syariah yang tertuang pada Al-Quran dan Al-Hadits. Al Quran dan hadits merupakan sumber dari seluruh hukum yang ada pada ajaran agama Islam. Al-Quran merupakan kumpulan dari firman Allah, sedangkan Al-Hadits merupakan kumpulan sabda dari Rasulullah. Prinsip syariah yang dipegang teguh oleh bank syariah melarang bank syariah menggunakan sistem

bunga / riba dalam seluruh kegiatannya, baik dalam kegiatan menghimpun atau juga menyalurkan dana. Pelarangan riba terdapat dalam Al-Quran surat Al-Imron ayat 130 yang tertulis:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوا الرِّبٰوٓا اَضْعَافًا مُّضٰعَفَةً ۖوَّاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ۚ-(١٣٠)[1]

Artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda, dan bertawakalah kamu sekalian pada Allah agar kamu memperoleh keuntungan"*. (QS Al-Imron [3]: 130).

Pelarangan pengadaan / penggunaan riba dalam kegiatan ekonomi ternyata terdapat juga dalam kitab suci agama lain, seperti di kitab suci agama Kristen, Budha dan Hindu. Di dalam Bibel, pelarangan riba sudah ditetapkan selama lebih dari 1.400 tahun. Begitu juga di kitab Weda, yang mengisyaratkan bahwa orang yang melakukan riba, maka orang tersebut terkutuk karena riba merupakan dosa besar, dan melarang praktik penggunaan riba / bunga dalam perekonomian. Oleh karena itu, seseorang mencari keuntungan dengan cara mengambilnya dari riba, mau apapun itu bentuknya, adalah hal yang terlarang (Algaoud & Lewis, 2004). Sedangkan menurut pandangan agama Budha, tolak ukur dalam menentukan keuntungan, harus dilakukan dengan akhlak dan moral yang baik (Ksubho, 2009). Hal tersebut sama dengan prinsip syariah, dimana dalam mencari keuntungan, tidak boleh memberatkan salah satu pihak, dan harus berlaku adil.

Perkembangan *market share* bank syariah di Indonesia tiap tahunnya mengalami kenaikan, hanya saja pada tahun 2018 mengalami penurunan. Pada

[1] Al Quran, 3:130

2017, pangsa pasar bank syariah di Indonesia ada pada kisaran angka 5,78 %. Sedangkan ketika 2018, persebaran pangsa pasar bank Islam di Indonesia telah terjadi penurunan sebesar 0,08 % menjadi 5,70 %. Kemudian pada tahun 2019 dan tahun setelahnya, mengalami kenaikan, dari angka 5,95 % menjadi 6,18 % (Snapshot OJK tahun 2017, 2018, 2019 & 2020).

Bank syariah mengalami perkembangan tidak di negara dominan penduduknya muslim saja, tetapi berkembang di negara non dominan muslim juga, seperti di negara-negara benua Eropa. Hal ini dicontohkan oleh negara Inggris. Negara Inggris memposisikan dirinya untuk menjadi pelopor, juga pusat keuangan syariah dunia. Dalam laporan yang dihimpun oleh *International Fiancial Services London*, menginformasikan bahwa perbankan syariah di Inggris telah lebih berkembang dan besar dari pada perbankan syariah di negara Pakistan (Sjahdeini, 2014).

Bank syariah telah terbukti lebih baik dalam bertahan menghadapi krisis moneter, contohnya yang dialami oleh bank Muamalat tahun 1998. Hal ini diakibatkan atas pengelolaan bank Muamalat yang menekankan kehati-hatian dan tidak mengutamakan sistem perkiraan, yang akhirnya dapat mengakibatkan risiko yang fatal bagi bank maupun bagi nasabah. Berbeda dengan yang dilakukan oleh bank konvensional, yang akhirnya bank konvensional banyak yang kolaps atau bangkrut karena adanya krisis ekonomi pada tahun tersebut. Oleh karena itu, sistem perbankan syariah sangat diperlukan untuk kemaslahatan seluruh umat, bukan sebatas dialokasikan kepada orang Islam, melainkan ditujukan kepada orang diluar Islam juga (Apriyantini, 2014).

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Bank syariah dapat dipilih menjadi pilihan yang tepat atau pilihan alternatif dari penggunaan sistem perbankan konvensional yang masif, seperti yang terjadi di Indonesia maupun di Malaysia yang menggunakan dua sistem perbankan. Akan tetapi, bank syariah harus memiliki peraturan dan prinsip yang berbeda dengan bank konvensional, agar perbedaan tersebut dapat menjadi tolok ukur penilaian bagi masyarakat atau pelaku ekonomi. Peraturan tersebut juga harus dapat mengayomi seluruh kepentingan atau agama dari semua lapisan konsumen, karena esensi dari syariah adalah bersifat universal, untuk seluruh umat. Dalam tesis yang dibuat oleh Adhipratama pada tahun 2018, pada saat sekarang, bank Islam telah diminati oleh semua kalangan konsumen, baik konsumen beragama Islam maupun beragama non Islam.

Adanya operasional bank Islam di Indonesia, dimana mayoritasnya beragama Islam merupakan suatu hal yang sangat diperlukan, agar praktik ekonomi yang berasaskan Al-Quran dan hadits dapat tegak berdiri. Sistem ekonomi yang berdasarkan prinsip Islam diharapkan mampu berkembang dan dapat dipakai luas karena sistem ekonomi yang berdasarkan hukum syariah mampu bertahan dalam keadaan krisis. Meskipun demikian, perbankan syariah bukanlah hanya untuk orang yang beragama Islam semata, tetapi tidak menutup kemungkinan juga untuk non-muslim ikut terlibat dalam mengembangkan bank syariah di Indonesia maupun di dunia. Di Indonesia, khususnya penduduk di wilayah Kabupaten Cilacap, memiliki penduduk yang majemuk dalam hal sistem kepercayaan, yaitu ada yang memeluk agama Islam, Budha, Konghucu, Kristen, Hindu, Katolik dan aliran kepercayaan. Pembagian segmen penduduk di

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

wilayah Kabupaten Cilacap berdasarkan agama yang mereka anut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1

Total Penduduk Kabupaten Cilacap

Didasarkan Agamanya pada Tahun 2020

Agama	Jumlah Pria	Jumlah Wanita	Total
Islam	966.646	944.083	1.910.729
Kristen	7.736	7.990	15.726
Katolik	3.729	3.959	7.688
Hindu	46	51	97
Budha	943	1.001	1.944
Konghucu	15	16	31
Aliran Kepercayaan	630	582	1212
Jumlah	979.745	957.682	1.937.427

Sumber: *BPS Kabupaten Cilacap*, 2020.

Apabila kita lihat dikolom dan baris tabel 1.1 diatas, diketahui jika besarnya jumlah masyarakat di Kabupaten Cilacap yang beragama selain Islam adalah cukup banyak. Oleh karena itu, masih ada kemungkinan pangsa pasar bank Islam di Kabupaten Cilacap masih cukup besar untuk masyarakat non-Islam. Maka dari itu, pemasar bank syariah di Kabupaten Cilacap harus mampu memanfaatkan peluang dan potensi yang ada tersebut.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Agar dapat menjaga eksistensi dan perkembangan bank syariah, para individu dalam industri perbankan syariah harus mampu merumuskan teknik pemasaran yang mampu menimbulkan minat bagi calon konsumen untuk menggunakan jasa di bank syariah. Calon konsumen tersebut bukan sebatas konsumen muslim saja, akan tetapi juga konsumen non-muslim. Apabila semakin tingginya minat dari calon konsumen, maka akan terjadi peningkatan permintaan akan bank syariah, dan akhirnya bank syariah dapat menyaingi bank konvensional. Slameto (2003) mendefinisikan minat sebagai kecondongan konstan dalam melihat atau menilai objek atau aktivitas. Menurut Sinungan (1990) indikator yang mampu memberi pengaruh munculnya minat seseorang dalam kaitan menjadi konsumen di suatu bank antara lain disebabkan karena adanya indikator stimulan religi, lokasi, *service bank*, reputasi, *profit sharing*, dan promosi dari bank. Minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah bank syariah, dalam penelitian ini diakibatkan karena adanya indikator reputasi bank, keuntungan administratif dan stimulan religi.

Reputasi dari suatu bank syariah adalah contoh indikator yang dapat menimbulkan adanya minat non-muslim menjadi nasabah. Menurut Asker &Keller (Sulistiarini, 2008) merumuskan bahwasanya *reputation* dari suatu badan usaha yaitu cara pandangan konsumen jika dilihat dari kualitas yang dihubungkan dengan nama perusahaan. Reputasi adalah faktor yang perlu diperhatikan dengan baik oleh bank syariah. Reputasi bank adalah suatu tatanan umum yang melindungi sebuah relasi dan *trust* yang tujuan akhirnya menghasilkan citra dari sebuah perusahaan. Dengan baiknya citra dari bank,

maka akan menimbulkan minat dan kepercayaan dari konsumen. Suatu bank, dikatakan punya citra yang baik apabila sudah diakui dan dipercayai atas jasa yang sudah mereka lakukan kepada konsumennyan (Maryani, 2005). Dalam riset yang dibuat Sawinda (2018) memutuskan jika reputasi dari bank syariah merupakan salah satu indikator yang mampu memunculkan minat masyarakat non-muslim dalam kaitan menjadi nasabah bank syariah. Pada penelitian tersebut, diperoleh hasil bahwa reputasi memiliki pengaruh yang signifikan dan bernilai positif dalam mempengaruhi minat non-muslim menjadi nasabah di bank syariah, yaitu dilihat dari maunya non-muslim menggunakan jasa yang ditawarkan bank syariah. Sedangkan dalam penelitian Marlina & Rosdiana (2020) menyatakan bahwa reputasi bank syariah secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat seorang non-islam untuk menjadi nasabah bank syariah.

Variabel lain yang dapat memunculkan minat masyarakat, khususnya masyarakat selain yang beragama Islam menjadi nasabah perbankan syariah adalah keuntungan administratif. Menurut Gie (1992), yang dimaksud *administration* adalah keseluruhan proses aktivitas penyusunan dasar dimana yang melaksanakan adalah sekelompok individu yang dilakukan secara bekerja sama dan untuk mencapai tujuan tertentu. Keuntungan administratif disini dapat dilihat dari rendahnya biaya administrasi yang dibebankan bank kepada nasabah, maupun dapat dilihat dari besarnya keuntungan bagi hasil yang akan didapat oleh nasabah, dan lain sebagainya. Menurut Hapsari & Beik (2014), keuntungan administratif yang didapat oleh nasabah non-muslim dari rendahnya biaya

administrasi dan tingginya bagi hasil yang ditawarkan oleh bank syariah akan mengakibatkan naiknya kecenderungan masyarakat non-muslim untuk terlibat kedalam bagian nasabah perbankan syariaah. Kesimpulan tersebut telah didukung dari riset Adhipratama (2018) yang menyimpulkan bahwa variabel keuntungan administratif memiliki pengaruh yang signifikan dan baik / positif terhadap minat non-Islam memakai jasa bank Islam.

Stimulan religi yaitu variabel yang dapat menstimuli atau mempengaruhi seseorang untuk melaksanakan kegiatan ekonomi yang dipicu oleh faktor agama orang tersebut (Machmudah, 2009). Menurut Delener yang dikutip dalam penelitian Nasrullah (2015), menjelaskan bahwa religiusitas merupakan faktor penting, pendorong dan dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Hal ini dapat dilihat atau diperhatikan dari perilaku konsumen yang membeli atau mengonsumsi suatu produk karena tingkatan keimanannya (Nasrullah, 2015). Stimulan religi dapat menimbulkan minat seseorang untuk melakukan kegiatan ekonomi, seperti menjadi nasabah bank. Kesimpulan tersebut sesuai dengan apa yang diteliti Machmudah pada tahun 2009. Dalam penelitian tersebut, menyimpulkan adanya pengaruh stimulan religi secara signifkan dan positif kepada minatnya umat agama non-islam untuk jadi nasabah bank syariah. Argumen tersebut sudah didukung riset dari Andika pada tahun 2015 yang menyimpulkan jika stimulan religi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minatnya non-Islam menggunakan jasa bank yang akhirnya jadi konsumen / nasabah bank syariah. Sedangkan dalam penelitian yang dikerjakan oleh Sawinda (2018) mendapatkan informasi bahwa stimulan religi memiliki

pengaruh yang negatif terhadap minat orang non-islam menjadi nasabah perbankan syariah.

Riset ini memiliki objek yang akan diteliti yaitu masyarakat non-muslim yang bertempat tinggal di Kabupaten Cilacap. Kabupaten Cilacap yaitu sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Tengah, yang luas areanya 2.385 Km^2. Jumlah penduduk di Kabupaten Cilacap pada tahun 2020 adalah 1.937.427, dan memiliki total 24 kecamatan. Mayoritas penduduk di Kabupaten Cilacap memeluk agama Islam, dengan jumlah 1.910.729, disusul oleh pemeluk agama Kristen sebanyak 15.726, Katolik sebanyak 7.688, Budha sebanyak 1.944, Aliran Kepercayaan sebanyak 1.212, Hindu sebanyak 97 dan Konghucu sebanyak 31 orang.

Alasan peneliti memilih masyarakat non-muslim di Kabupaten Cilacap sebagai objek penelitian karena jumlah masyarakat non-muslim di Kabupaten Cilacap banyak (sejumlah 26.698 orang). Dengan banyaknya masyarakat non-muslim di Kabupaten Cilacap, maka terdapat peluang yang cukup besar bagi perbankan syariah untuk memasarkan *brand*-nya bukan hanya kepada masyarakat beragama Islam saja, juga harus menjangkau kalangan masyarakat non-muslim juga. Selain hal tersebut, masyarakat non-muslim di Kabupaten Cilacap masih memandang jika adanya bank syariah dikhususkan untuk umat muslim, sedangkan pandangan tersebut keliru, karena pada dasarnya, agama-agama selain Islam juga melarang praktik *riba*, dan perbankan syariah menerapkan pelarangan *riba* dalam operasionalnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Apabila ditarik kesimpulan dari penjelasan di atas, penulis merasa berkeinginan untuk melaksanakan riset / penelitian dengan menggunakan judul "**Pengaruh Reputasi Bank, Keuntungan Administratif dan Stimulan Religi Terhadap Minat Masyarakat Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Non-Muslim Di Kab. Cilacap)"** dengan menggunakan empat variabel, yaitu variabel reputasi bank, keuntungan administratif dan stimulan religi sebagai variabel independen, kemudian dengan variabel dependen yaitu variabel minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah bank syariah. Alasan penulis menggunakan variabel independen tersebut karena adanya tidak konsisten hasil dan perlu adanya uji ulang variabel independen terhadap variabel minat.

B. Rumusan Masalah

Dilihat dari pemaparan latar belakang yang sudah disajikan sebelumnya, oleh karenanya peneliti mengambil rumusan masalah penelitian berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh dari reputasi bank terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah di bank syariah di wilayah Kabupaten Cilacap?
2. Bagaimanakah pengaruh dari keuntungan administratif terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah di bank syariah di wilayah Kabupaten Cilacap?
3. Bagaimanakah pengaruh dari stimulan religi terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah di bank syariah di wilayah Kabupaten Cilacap?

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah yang sudah dipaparkan diatas, kemudian disimpulkan tentang tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dalam riset ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh reputasi bank terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh keuntungan administratif terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh stimulan religi terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah bank syariah.

Berdasarkan apa yang akan diteliti dalam penelitian ini, penulis mengharapkan agar penelitian mampu menghasilkan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi Penulis

   Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan ilmu kepada penulis tentang minat masyarakat yang beragama selain Islam jadi nasabah bank syariah.

2. Bagi Akademisi dan Peneliti Berikutnya

   Sebagai referensi / rujukan dan bahan pembelajaran bagi para akademisi yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai minatnya masyarakat umat agama selain Islam dalam menjadi nasabah perbankan syariah.

3. Bagi Bank Syariah di Indonesia

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Sebagai rujukan dan informasi kepada bank syariah terkait dengan penentuan teknik pemasaran yang tepat kepada seluruh lapisan agama masyarakat, baik muslim maupun non-muslim.

D. Sistematika Penulisan

Dalam rangka menggambarkan dan memahami isi bahasan penelitian ini, peneliti hendak memaparkan sistematika pembahasan. Sistematika pembahasan penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu bab I pendahuluan, bab II landasan teori, bab III metode penelitian, bab IV hasil dan pembahasan, dan bab V penutup.

Bab I pendahuluan merupakan bab yang berada di awal dalam penelitian ini. Pada bab ini, memuat mengenai latar belakang munculnya masalah, rumusan masalah, lalu tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori. Pada bab ini, memaparkan mengenai teori yang mendasar dan digunakan dalam penelitian. Landasan teori berisi teori yang digunakan dalam penelitian, telaah pustaka, pengembangan hipotesis dan kerangka pemikiran dari penelitian.

Bab III adalah metode penelitian. Pada bagian ini memaparkan mengenai apa jenis dari penelitian ini, jenis dan sumber data yang akan digunakan, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data.

Bab IV adalah hasil pembahasan. Bagian tersebut membicarakan tentang gambaran objek penelitan, hasil analisis data, pembahasan dan pandangan / argumentasi dari penulis.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Bab V merupakan penutup dari penelitian. Dalam bab ini memuat simpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan pengukuran dan perhitungan data, peneliti menarik empat kesimpulan yang disesuaikan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu minat masyarakat non-muslim, sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini ada tiga, yaitu reputasi bank, keuntungan administratif dan stimulan religi. Maka dari itu, hasil dari penelitian ini adalah:

1. Faktor reputasi bank dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah bank syariah. Maka, hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat diterima.
2. Faktor keuntungan administratif dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah bank syariah. Maka, hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat diterima.
3. Faktor stimulan religi dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah bank syariah. Maka, hipotesis ketiga dalam penelitian ini ditolak.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

4. Faktor reputasi bank, keuntungan administratif, dan stimulan religi bersama-sama berpengaruh atau mempengaruhi minat masyarakat non-muslim di Kabupaten Cilacap dalam kaitannya menjadi nasabah bank di syariah.

B. Keterbatasan Penelitian

Bagi semua yang orang yang melaksanakan penelitian, pastinya mereka mengalami yang namanya kesulitan, yang akhirnya menjadikan keterbatasan penelitian. Di bawah merupakan beberapa keterbatasan atau kesulitan yang dialami peneliti dalam membuat penelitian ini:

1. Riset ini menggunakan variabel yang masih belum banyak dipakai oleh peneliti sebelumnya, yang akhirnya menjadikan peneliti sulit mencari rujukan yang sesuai dengan faktor dan tema yang akan diangkat dalam penelitian ini. Akibatnya, ada beberapa faktor / variabel yang masih belum dapat dibahas secara lebih mendalam, karena terbatasnya teori dan telaah pustaka yang tersedia.
2. Peneliti mengalami hal yang tidak mudah dalam penyebaran kuesioner. Hal ini dikarenakan masa pandemi covid-19. Akhirnya peneliti harus mengunjungi beberapa responden saja secara langsung tetapi dengan menggunakan protokol kesehatan yang sesuai arahan pemerintah, kemudian meminta tolong untuk disebarkan secara online oleh responden tersebut.
3. Karena sulitnya penyebaran kuesioner akibat masa pandemi, mengakibatkan data yang didapat hanya berada di kisaran sampel minimal. Oleh karena itu, masih dimungkinkan adanya kesulitan dan hambatan dalam mengolah data.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

C. Saran

Sesuai dengan apa yang dipaparkan dalam kesimpulan dan batasan penelitian, peneliti menganjurkan kepada para pemasar atau *marketers* perbankan syariah untuk lebih intens memasarkan bank syariah kepada warga non-muslim juga, bukan hanya untuk orang muslim.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Daftar Pustaka

Abdullah, A. A., Sidiek, R., & Adnan, A. A. (2012). Perception of Non-Muslim Customers Towards Islamic Banks in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, *3*(11), 151–163.

Abror, A. R. (1993). *Psikologi Pendidikan*. Tiara Wacana.

Adhipratama, A. A. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non-Muslim untuk Menggunakan Bank Syariah*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Ahmadi, A. (2009). *Psikologi Umum*. Rineka Cipta.

Al-Quran. (n.d.). Retrieved April 5, 2021, from https://quran.kemenag.go.id

Algaoud, M. ., & Lewis, L. . (2004). *Perbankan Syariah : Prinsip, Praktik dan Prospek*. Serambi Ilmu Semesta.

Algifari. (2013). *Statistik Induktif: untuk Ekonomi dan Bisnis*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Graha Ilmu.

Andika, R. (2015). *Pelayanan, Religius Stimuli, Reputasi, Profit Sharing (Bagi Hasil) dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Wilayah Jakarta Timur)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis ISlam UIN Syarif Hidayatullah.

Apriyantini, M. A. (2014). *Faktor yang Mempengaruhi Non-Muslim Mejadi Nasabah BRI Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta*.

Arifin, Z. (2009). *Evaluasi Pembelajaran*. Remaja Rosdakarya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Astogini, D., Wahyudin, & Wulandari, S. Z. (2011). Aspek Religius dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan). *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics), 13*(1).

BPS Kabupaten Cilacap. (2020). https://cilacapkab.bps.go.id/statictable/2020/08/11/34/penduduk-kabupaten-cilacap-menurut-agama-yang-dianut-per-kecamatan-tahun-2019.html diakses 9 Januari 2021

Crow, L., & Crow, A. (1989). *Psychologi Pendidikan, Terjemahan Abd. Rachman Abror*. Nur Cahya.

Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. PT. Bumi Aksara.

Ferdinand, A. (2002). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gie, L. T. (1992). *Pengertian, Kedudukan dan Perincian Ilmu Administrasi*. Liberty.

Gudono. (2012). *Analisis Data Multivariat*. BPFE.

Hair, J., Black, J. ., Babin, B. ., & Anderson, R. . (2014). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition (Pearson New International Edition)*. Pearson.

Hapsari, F. ., & Beik, I. . (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non-Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta. *Jurnal Al-Muzara'ah*, *2*(1), 69–87.

Hariyana, N. B., & Arsyianti, L. D. (2019). *Non-Muslim Customer Preferences towards Islamic Banks in Semarang Preferensi Nasabah Non-Muslim terhadap Perbankan Syariah di Semarang*. *7*(1), 61–74.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

https://doi.org/10.29244/jam.7.1.61-74

Herbig, Paul, Milewichz, J., & Golden, J. (2004). A Model of Reputation Building & Destruction. *Journal of Business Research*, *31*.

Husein, U. (2003). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia.

Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Kencana.

Ismaliyah, S. (2018). *Pengaruh Persepsi Reputasi Bank, Persepsi Jaminan Rasa Aman dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (studi kasus masyarakat non-muslim di Kampoeng Ketandan Yogyakarta)*. Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Kadir, M. A. (2003). *Ilmu Islam Terapan*. Pustaka Pelajar.

Keith, B. (2013). *Pengantar Public Relations : Teori dan Praktik*. Rajawali Pers.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12*. Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management -14/E* (14th ed.). Pearson Education.

Ksubho. (2009). *Agama Buddha dan Ekonomi*. http://id.netlog.com/ksubho/blog/blogid=12624

Machmudah, R. (2009). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi kasus Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)*. Fakultas Syariah UIN Walisongo.

Marlina, L., & Rosdiana, G. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Dan*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Bisnis, *7*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.34308/eqien.v7i1.110

Maryani, I. (2005). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Mandiri (Studi kasus pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang)*. Universitas Diponegoro.

Mawaddah, S. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat non-Muslim menjadi Nasabah Bank syariah di Banda Aceh*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Mintardjo. (2013). *Administrasi Bank*. Erlangga.

Mowen, J. ., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen (Jilid 1) (Kelima)*. Erlangga.

Muhammad. (2014). *Manajemen Dana Bank Syariah*. PT. Raja Grafindo Persada.

Mukherjee, A., & Nath, P. (2003). A Model of Trust in Online Relationship Banking. *The International Journal of Bank Marketing Bradford*, *21*(1).

Nasrullah, M. (2015). Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, *13*(2), 79–87. http://e-journal.stain-pekalongan.ac.id/index.php/jhi

Pancariko. (2015). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat Tanjung Pandan)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi.

Rangkuti, S. N. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non-muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Medan*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Rawung, A. (2012). *Pandangan Etika Kristen Terhadap Bisnis*. http://alvian2104.blogspot.co.id/2012/10/pandangan-etika-kristen-terhadapbisnis.html

Rodoni, A. (2006). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. CSES.

Sawinda, R. (2018a). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah*. Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Sawinda, R. (2018b). *Analisis Faktor0Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah*. Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.

Setiawan, & Kusrini, D. E. (2010). *Ekonometrika*. Andi.

Sinungan, M. D. (1990). *Manajemen Dana Bank*. Rineka Cipta.

Sjahdeini, S. R. (2014). *Syariah Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*. Kencana Prenadamedia Grup.

Sjahdeini. (1999). *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Syariah*. Pustaka Utama Grafiti.

Slameto. (2003). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Rineka Cipta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sulistiarini, E. (2008). *Pengaruh Economic, Resource dan Sosical Content terhadap Kepercayaan, Kepuasan dan Komitmen Nasabah serta Terhadap Relationship Intention*. Universitas Airlangga.

Sumitro, W. (1997). *Asas-asas Perbankan Syariah dan Lembaga Terkait (BAMUI*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

dan Takaful) di Indonesia. PT. Raja Grafindo Persada.

Sundarson. (2006). *Teori Administrasi*. Universitas Terbuka.

Sunyoto, D. (2010). *Uji KHI Kuadrat & Regresi untuk Penelitian*. Graha Ilmu.

Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.

Terry, G. . (1991). *Prinsip-prinsip Manajemen (edisi Bahasa Indonesia)*. Bumi Aksara.

Wibowo, E., & Widodo, H. U. (2005). *Mengapa Memilih Bank Syariah?* Ghalia Indonesia.

Widyasari, P. A. (2014). *Analisis Pengaruh Aspek Pengetahuan, Aspek Ekonomi, Aspek Pelayanan Dan Aspek Demografi Terhadap Keputusan PNS Menabung Di Bank Syariah Di Surakarta*. Skripsi.

Yuliardi, R., & Nuraeni, Z. (2017). *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*. Innosain.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA