

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Melakukan Cicilan Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe

Fillia Anggita^{1*}

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*¹

*¹email: filliaanggita1@gmail.com

| <i>Artikel Info</i> | | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| <i>Received:</i> October 25, 2022 | <i>Revised:</i> December 24, 2022 | <i>Accepted:</i> January 15, 2023 | <i>Published:</i> February 10, 2023 |

| | |
|---|---|
| <p>Abstract: This study aims to determine what factors influence the interest of non-Muslim customers in using gold installments. The analytical method used is quantitative analysis. This analysis includes: validity and reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The sample used in this study were 99 respondents. The results of the analysis show that there are three variables formed from four variables, namely, service, behavior, positive response and promotion. Which affects the interest of non-Muslim customers in using gold installments in Islamic banks.</p> <p>Keywords: Service factors, behavioral factors, positive response factors, promotion factors, interest of non-Muslim customers</p> | <p>Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah non muslim dalam menggunakan cicilan emas. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Analisis ini meliputi: uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 99 responden. Hasil analisis menunjukkan ada 5 variabel yang terbentuk menjadi empat variable yaitu, pelayanan, perilaku, respon positif dan promosi yang mana mempengaruhi minat nasabah non muslim dalam melakukan cicilan emas dibank syariah.</p> <p>Kata Kunci: Faktor pelayanan, Faktor perilaku, Faktor respon positif, Faktor promosi, minat nasabah non muslim</p> |
|---|---|

A. Pendahuluan

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dimulai sejak tahun 1983, pemberian tingkat suku bunga pada tahun itu diberikan kebebasan bahkan pada tahun

itu pula penentuan tingkat suku bunga nol persen atau tidak adanya bunga sekaligus riba yang akan digunakan nasabah. Kemudian pada tahun 1988 pemerintah mengeluarkan pakto, pemerintah memberikan izin berdirinya bank-bank baru termasuk bank syariah. Pada awal tahun 90-an yakni tahun 1991 berdirinya bank muamalat sebagai pelopor bank syariah di Indonesia yang digagas oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia) dan ICMI (Cendikiawan Muslim Indonesia). Kemudian pada tahun 1998 lahirnya UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan atas UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan, telah memungkinkan bank syariah beroperasi sepenuhnya sebagai Bank Umum Syariah (BUS) atau dengan membuka Unit Usaha Syariah (UUS).

Pada tanggal 16 Desember 2003 MUI (Majelis Ulama Indonesia) mengeluarkan fatwa mengenai haramnya bunga bank. Disusul dengan adanya UU No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah sampai puncaknya pada Oktober 2009 telah berdiri 6 BUS dan 25 UUS dengan total asset sebesar Rp 59,68 triliun, (Kurnia & Tripalupi, 2021). Berdasarkan misi Musyawarah Nasional IV MUI, dibentuk kelompok kerja untuk mendirikan bank syariah di Indonesia. Berdasarkan hasil kerja tim perbankan MUI di atas piagam pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia ditandatangani pada tanggal 1 November 1991.84 miliar melalui komite pembelian saham. Dalam Rapat Presiden di Istana Bogor pada tanggal 3 November 1991, modal setor di awal sebesar Rp 106.126.382.000,00. Dengan modal awal tersebut, Bank Muamalat di Indonesia mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 Hingga September tahun 1999. Bank Indonesia Muamalat memiliki lebih dari 45 kantor cabang di Jakarta, Semarang, Surabaya, Bandung, Balikpapan dan Makassar. Perkembangan kelembagaan dan capaian bank syariah di Indonesia.

Bank umum syariah dalam perkembangannya sudah terdapat di seluruh daerah Indonesia. Tidak terkecuali pada daerah-daerah yang mayoritas penduduknya non muslim pun sudah terdapat bank syariah seperti contohnya di kabupaten karo. Kabupaten karo dengan jumlah penduduk 74,111 jiwa, dengan kepadatan 1,711 ribu per

km dengan banyak penduduk nonmuslim yaitu 306,353 orang (BPS, 2021). Di kabupaten karo memiliki 1 bank umum syariah yaitu bank syariah Indonesia yang berada dikabanjaje bank syariah indonesia KCP Kabanjahe.

Kehadiran bank syariah di Kabupaten karo awalnya mengalami kesulitan dalam pengenalan perbankan syariah karena minimnya pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah ditambah dengan pemahaman fanatisme yang masih kental pada masyarakat. Pemahaman fanatisme berdampak terhadap bank syariah dengan pemikiran bahwa bank syariah hanya sebagai pasar untuk kaum muslim saja dan sebagai pasar tertutup untuk kaum nonmuslim. Padahal jika dilihat dari sifatnya bank syariah memiliki sifat yang universal. Selain itu bank syariah juga dipandang sinis oleh beberapa kalangan, hal ini karena masyarakat berpikir bahwa bank syariah mengambil keuntungan saja dan ini sudah mendarah daging di masyarakat menyebabkan perbankan syariah tidak cukup banyak dilirik. persepsi masyarakat nonmuslim terhadap minat menjadi nasabah bank syariah sangatlah penting diketahui, walaupun pangsa pasar masyarakat muslim sudah cukup banyak namun sesuai dengan sifat bank syariah yang universal untuk semua kalangan, maka perlu untuk melakukan ekspansi ke masyarakat non muslim demi mempertahankan keberlangsungan dan keeksisan bank syariah.

Minat merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian sesuai kebutuhan konsumen yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang (kotler 2005). Minat adalah sesuatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut disertai rasa senang. (Shaleh & Wahab, 2004) Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Nasabah dari segi bahasa adalah orang yang biasa berhubungan untuk menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan). Nasabah merupakan sumber pendapatan utama bank karena adanya transaksi yang dilakukan oleh nasabah. Menurut kasmir “Nasabah adalah konsumen

yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank”.

Minat nasabah merupakan kemauan nasabah untuk rencana penelitian suatu produk dari bank, minat nasabah ternematik dari sikap konsumen terhadap suatu produk yang konsumen inginkan dan keyakinan untuk membeli suatu produk apakah produk itu berkualitas atau tidak, minat nasabah non muslim terhadap produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe adalah sesuatu yang akan di usahakan oleh bank dalam pemasarannya, agar tercapainya pemasaran suatu bank, maka pemasaran disuatu bank, bank harus mempelajari faktor-faktor apa saja yang menarik non muslim untuk melakukan cicilan emas di bank syariah kabanjahe dan berfungsi sebagai pendorong dalam berbuat sesuatu yang akan terlihat pada faktor “Rasa senang, memberi perhatian dan berperan serta dalam kegiatan dan kemauan yang akan menarik bagi nasabah yang non muslim untuk melakukan cicilan emas di bank syariah kcp kabanjahe.

Cicil emas adalah pembiayaan kepemilikan emas dengan menggunakan akad murabahah, yang artinya bank menyediakan produk yang dibeli nasabah dan menjualkan kepada nasabah dengan harga yang telah ditetapkan dengan harga yang ditambah dengan keuntungan yang telah disepakati dan ini adalah salah satu cara agar masyarakat memiliki emas dengan cara mencicilnya

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan metode kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KCP Kaban Jahe. dan Waktu penelitian merupakan jadwal lamanya peneliti yang akan dilakukan, sampai pada akhir penelitian. Dalam penelitian ini peneliti akan mengambil sampel 99 nasabah.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

a. Analisis regresi linier berganda

Table 1
Uji linier berganda

| Model | | Coefficients ^a | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------------------------|------------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | Tolerance | VIF |
| | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. | |
| 1 | (Constant) | 20.046 | 5.899 | | 3.398 | .001 | |
| | Pelayanan X1 | .361 | .101 | .361 | 3.565 | .001 | .765 1.306 |
| | Prilaku X2 | .030 | .038 | .079 | .810 | .420 | .823 1.215 |
| | Respon positif X3 | -.106 | .081 | -.118 | -1.313 | .193 | .969 1.032 |
| | Promosi X4 | .271 | .096 | .260 | 2.835 | .006 | .935 1.070 |

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH NON MUSLIM (Y)

$$Y = 20.046 + bx$$

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

$$Y = 20.046 + 0.361X_1 + 0.030X_2 + -0.106X_3 + 0.271X_4$$

Keterangan:

Y = Minat nasabah non muslim menabung di bank syariah

X1 = Pelayanan

X2 = Perilaku

X3 = Respon Positif

X4 = Promosi

e = Standar Error

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Adapun keterangan dari persamaan regresi linear berganda yang didapat adalah sebagai berikut:

- a) Konstanta (a) mempunyai regresi sebesar 20,046 artinya jika variabel faktor pelayanan (X1), Faktor perilaku (X2), faktor respon positif (X3), faktor promosi dianggap nol, maka minat nasabah non muslim sebesar 20,046
- b) Faktor pelayanan (X1) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,361, artinya bahwa setiap kenaikan variabel faktor pelayanan sebesar 1 % maka akan terjadi peningkatan maka minat nasabah non muslim sebesar 3,61%
- c) Faktor perilaku (X2) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,030, artinya menurun variabel faktor perilaku sebesar 1 % menurun maka minat nasabah non muslim sebesar 0,030%
- d) Faktor respon positif (X3) mempunyai koefisien regresi sebesar -0,106, artinya bahwa setiap kenaikan variabel faktor respon positif sebesar 1 % maka minat nasabah non muslim sebesar -,106%
- e) Faktor promosi (X4) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,271, artinya bahwa setiap kenaikan variabel faktor promosi sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan minat nasabah non muslim 2.71%

b. Uji Hipotesis

1) Uji t

Table 2
Uji t

| Model | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-----|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| | B | Std. Error | Beta | | | | |
| 1 (Constant) | 20.046 | 5.899 | | 3.398 | .001 | | |

| | | | | | | | |
|-------------------|-------|------|-------|--------|------|------|-------|
| Pelayanan X1 | .361 | .101 | .361 | 3.565 | .001 | .765 | 1.306 |
| Prilaku X2 | .030 | .038 | .079 | .810 | .420 | .823 | 1.215 |
| Respon positif X3 | -.106 | .081 | -.118 | -1.313 | .193 | .969 | 1.032 |
| Promosi X4 | .271 | .096 | .260 | 2.835 | .006 | .935 | 1.070 |

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH NON MUSLIM (Y)

Rumus yang digunakan untuk mencari degree of freedom atau derajat kebebasan (df) adalah $df = n - k$. Adapun langkah yang digunakan adalah, pertama yaitu untuk menentukan nilai degree of freedom (df) dengan menggunakan rumus ($df = n - k$). Dari data yang ada diperoleh bahwa, jumlah data responden (n) yang digunakan adalah 99 nasabah, dan jumlah variabel bebas dan terikat penelitian (k) adalah 4 variabel yaitu pelayanan, perilaku, respon positif dan promosi. maka $df = 99 - 4 = 95$, sehingga nilai df adalah 95, kemudian mencari taraf signifikansi untuk dua sisi sebesar 0,05. Untuk selanjutnya nilai t tabel yang didapatkan adalah 1.985. Hasil perhitungan selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

a) Uji t pelayanan

Uji t terhadap variable Pelayanan (X1) didapatkan t hitung sebesar 3.565 dengan signifikansi t sebesar 0,001. Karena t hitung $>$ t tabel ($3.565 > 1.986$) atau signifikansi t lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka secara parsial variabel pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Non Muslim (Y) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kabanjahe.

b) Uji t perilaku

Uji t terhadap perilaku (X2) didapatkan t hitung sebesar 0.810 dengan signifikansi t sebesar 0,420. Karena t hitung $<$ t tabel ($0.810 < 1.986$) atau

signifikansi t lebih besar dari 0,05 ($0.420 > 0,05$), maka secara parsial variabel perilaku(X2) tidak ada pengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah Non Muslim (Y) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kabanjahe.

c) Uji t respon positif

Uji t terhadap (X3) didapatkan t hitung sebesar -1.313 dengan signifikansi t sebesar -0,193. Karena t hitung $< t$ tabel ($-1.313 < -1.986$) atau signifikansi t lebih besar dari 0,05 ($-0,193 > 0,05$), maka secara parsial variabel respon positif (X3) tidak ada pengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah Non Muslim (Y) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kabanjahe.

d) Uji t promosi

Uji terhadap (X4) didapatkan t hitung sebesar 2.835 dengan signifikansi t sebesar 0.006 Karena t hitung $> t$ tabel ($2.835 > 1.986$) atau signifikansi t lebih kecil dari 0,05 ($0.006 > 0,05$), maka secara parsial variabel promosi (X4) berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah Non Muslim (Y) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kabanjahe.

2) Uji F

Uji statistik dilakukan untuk menguji hipotesis regresi berganda (pengaruh lebih dari satu buah variabel bebas terhadap satu buah variabel terikat) adalah dengan uji f yakni membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Jika F hitung $> F$ tabel maka H0 ditolak dan Ha diterima yang artinya variabel bebas terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel terikat. Apabila F hitung $< F$ tabel maka Ha ditolak dan H0 diterima yang artinya variabel bebas tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel terikat.

Table 3

Uji f

| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|----------------|----|-------------|---|------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |

| | | | | | | |
|--|------------|---------|----|--------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 188.040 | 4 | 47.010 | 8.648 | .000 ^b |
| | Residual | 505.562 | 93 | 5.436 | | |
| | Total | 693.602 | 97 | | | |
| a. Dependent Variable: pelayanan,perilaku,respon positif,promosi | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), Minat nasabah non muslim | | | | | | |

Berdasarkan data di atas diperoleh F-hitung sebesar 9.144 dan sig 0,000. F-tabel pada taraf $\alpha = 0.05$, $df_1 = (k - 1 = 4 - 1 = 3)$ dan $df_2 (n - k - 1 = 99 - 4 - 1 = 94)$, n adalah jumlah responden yang digunakan sebanyak 86 orang karyawan dan k adalah jumlah variabel penelitian yang digunakan Stimulan pelayanan,perilaku,respon positif, dan promosi maka nilai F-tabel = 3.950. Hal ini berarti F-hitung > F-tabel ($8.648 > 3.950$) dan $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis dapat diterima bahwa variabel penelitian yang digunakan Stimulan pelayanan,perilaku,respon positif, dan promosi berpengaruh bersama-sama terhadap Minat Nasabah Non Muslim.

3) Uji Koefisien Determinan (R²)

Table 4
Uji koefisien

| Model Summary ^b | | | | | |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .521 ^a | .271 | .240 | 2.33156 | 1.272 |
| a. Predictors: (Constant), Pelayanan,perilaku,respon positif,promosi | | | | | |
| b. Dependent Variable: MINAT NASABAH NON MUSLIM | | | | | |

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R square) yang diperoleh sebesar 0.521. Hal ini berarti 27.1% Minat Nasabah Non Muslim (Y) pada Bank BSI KCP Kabanjahe dipengaruhi oleh pelayanan,perilaku,respon positif sedangkan sisanya yaitu 72.9% Minat Nasabah Non

Muslim (Y) pada Bank BSI KCP Kabanjahe dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Pembahasan

a. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat nasabah non muslim melakukan Cicil Emas

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh pelayan terhadap Minat Nasabah Non Muslim ditunjukkan oleh nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel yaitu $t_{hitung} = 3.565 < T_{tabel} = 1.986$ dan nilai probabilitas t yakni sig adalah $0,01$ sedangkan taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah $0,05$, maka nilai sig $0,000 < \alpha 0,05$, sehingga H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Non Muslim (Y) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kabanjahe.

Dengan demikian semakin tinggi pelayanan yang dilakukan oleh pihak bank maka minat cicil emas nasabah non muslim pada bsi kabanjahe akan semakin tinggi dan meningkat. Begitu pula sebaliknya, jika pelayanan kurang baik maka minat cicil emas nasabah non muslim pada bsi kabanjahe juga akan rendah dan mengalami penurunan. Penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ika Purnama Sari yang menyatakan bahwa keseluruhan dimensi pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mencicil emas, yang artinya semakin baik pelayanan yang diberikan oleh bank mulai dari bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan dan empatikan mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

b. Pengaruh perilaku Terhadap Minat nasabah non muslim melakukan Cicil Emas

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh perilaku terhadap Minat Nasabah Non Muslim ditunjukkan oleh nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel yaitu $t_{hitung} = 0.821 < T_{tabel} = 1.986$ dan nilai probabilitas t yakni sig adalah $0,000$ sedangkan taraf

signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,420 > \alpha 0,05$, sehingga H2 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah Non Muslim (Y) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kabanjahe. Perilaku sopan karyawan sangat mempengaruhi minat nasabah bertransaksi. Kecepatan karyawan dalam melayani nasabah dan pemberiansolusi atau menghadapi masalah memberi ketertarikan nasabah untuk melakukan transaksi, serta tidak pernah melakukan kesalahan pencatatan. Penelitian yang dilakukan Muh Riky Adi Hirmawan menyatakan daya tanggap yang tinggi mempengaruhi minat nasabah bertransaksi dan Barna (2009) mengatakan bahwa kecepatan dan kesabaran pegawai bank saat menghadapi nasabah dengan sabar dan ramah untuk mempengaruhi minat nasabah bertransaksi.

c. Pengaruh respon positif Terhadap Minat nasabah non muslim melakukan Cicil Emas

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh respon positif terhadap Minat Nasabah Non Muslim ditunjukkan oleh nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel yaitu $t_{hitung} = -1.313 < T_{tabel} = -1.986$ dan nilai probabilitas t yakni sig adalah 0,000 sedangkan taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,193 > \alpha 0,05$, sehingga H2 diterima. Dapat disimpulkan bahwa respon positif tidak ada pengaruh signifikan nasabah Non Muslim (Y) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kabanjahe. Dengan demikian semakin tinggi respon positif yang dilakukan oleh pihak bank dan karyawan maka akan berpengaruh terhadap minat cicil emas nasabah non muslim pada bsi kabanjahe akan semakin tinggi dan meningkat. Begitu pula sebaliknya, jika respon positif kurang baik maka minat cicil emas nasabah non muslim pada bsi kabanjahe juga akan rendah dan mengalami penurunan. yang menyatakan bahwa keseluruhan respon positif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mencicil emas nasabah non muslim bsi kabanjahe, yang artinya semakin baik respon positif yang

diberikan oleh bank mulai dari fasilitas, memberikan solusi yang tepat, memberikan respon yang cepat, dan teknologi yang canggih mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

d. Pengaruh promosi Terhadap Minat nasabah non muslim melakukan Cicil Emas

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh promosi terhadap Minat Nasabah Non Muslim ditunjukkan oleh nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel yaitu $t_{hitung} = 2.835 > T_{tabel} = 1.986$ dan nilai probabilitas t yakni sig adalah $0,000$ sedangkan taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah $0,05$, maka nilai sig $0,006 < \alpha$ $0,05$, sehingga H_2 diterima. Dapat disimpulkan bahwa Keuntungan Administratif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Non Muslim (Y) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kabanjahe. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat cicil emas. Hal ini dilihat dari uji t -hitung $2.835 > 1,986$ dan signifikansi $0,006 < 0,05$, dan nilai koefisien sebesar $0,271$. Dengan demikian semakin tinggi pelayanan yang dilakukan oleh pihak bank maka minat cicil emas nasabah non muslim pada bsi kabanjahe akan semakin tinggi dan meningkat. Begitu pula sebaliknya, jika pelayanan kurang baik maka minat cicil emas nasabah non muslim pada bsi kabanjahe juga akan rendah dan mengalami penurunan. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa promosi berpengaruh besar terhadap tingkat produk cicil emas pada perbankan. Hasil penelitian Gusti Umay mengatakan Promosi juga merupakan kegiatan untuk penyebarluasan informasi tentang barang atau jasa yang dijual dengan maksud

untuk merubah pola perilaku nasabah. Dalam melakukan kegiatan promosi produk pembiayaan BSM Cicil Emas, Bank Syariah Mandiri KCP Palembang perlu menerapkan bauran strategi promosi berupa: periklanan, percetakan brosur, pemasangan spanduk dan team work.

D. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe. Ini dapat dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,565 > 1,986$), dengan nilai signifikan ($0,001 < 0,05$).
2. perilaku tidak ada pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kabanjahe menggunakan produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe Ini dapat dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,823 < -1,986$) dengan nilai signifikan ($0,420 > 0,05$).
3. Respon positif berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap minat masyarakat Kecamatan Kabanjahe menggunakan produk cicil emas di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe. Ini dapat dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-1,313 < 1,986$) dengan nilai signifikan ($0,193 > 0,05$).
4. Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah Non Muslim (Y) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kabanjahe. Ini dibuktikan terhadap t_{hitung} sebesar 2.835 dengan signifikansi t sebesar 0.006 Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,835 > 1,986$) atau signifikansi t lebih kecil dari 0,05 ($0,006 > 0,05$), maka secara parsial variabel promosi (X_4) berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah Non Muslim (Y) Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kabanjahe.

E. Daftar Pustaka

- Wijaya. (2017) *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Masyarakat Non Muslim Dibank Syariah*. (2017). Lampung.
- Andi. (2017). *Ragam Model Penelitian Dan Pengolahannya Dengan Spss*. Yogyakarta: Andi, Wahana Komputer.
- Apriyantini, M. A. (2014). *Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bri Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta*. Yogyakarta.
- Aslamy, F. A. (2018). *Analisis Pembiayaan Produk Cicil Emas Terhadap Minat Nasabah Dibank Syariah Mandiri Cabang Teluk Belitung*. Lampung.
- Astuti, M. (2021). *Sistem Pengelolaan Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kc Palangka Raya 2*. Palangkaraya.
- Beik, F. T. (N.D.). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Nasabah Non-Muslim Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah Di Dki Jakarta*.
- Hanusafa. (2020). *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Trenggalek*. Ponorogo.
- Herlinda, F. (Bukit Tinggi). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Cicil Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Cicil*. 2021.
- Indra, H. O. (2022). *Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Medan Tomang Elok*. *Jurnal Emak*.
- Khairunnisa. (2021). *Pengaruh Nilai Taksiran Emas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Di Bank Sumut Syariah*. Medan.
- Kholifah, U. N. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Masyarakat Dalam Program Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Mandiri*. Jakarta.
- Kirani, R. (2021). *Motif Masyarakat Non-Muslim Terhadap Penggunaan Bank Syariah*. Surakarta.

- Kusuma, H. A. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menggunakan Jasa Bank Mandiri Habi* . Lampung.
- Pasaribu, S. H. (2019). *Minat Yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim Untuk Menjadi Nasabah Di Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga*. Medan.
- Pradesyah, R. (2022). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). *Al Sharf Ekonomi Islam*.
- Qodriyah, I. L. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Muamalat Cabang Madiun. *The 7th Fipa (Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi)* .
- Rahman, L. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Dana Pensiun Pada Bank Mandiri Syariah Kcp Medan*. Medan.
- Rahmawati, A. (2020). *Sistem Dan Prosedur Cicil Emas Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Tbk. Cabang Bogor*. Bogor.
- Safira, R. S. (2022). *Pelaksanaan Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di Bsi Kcp Selatpanjang*. Riau.
- Santoso. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sari, I. P. (2021). *Determinan Minat Masyarakat Kecamatan Batang Toru Menggunakan Produk Cicil Emas Di Pt. Bank Syariah Mandiri Kcp Batang Toru*. Padangsidimpuan.
- Sinaga, F. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*. Jakarta.
- Siregar, N. M. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Ksp Surya Abadi Mandiri Muhammadiyah Mencirim Medan*. Medan.
- Sitorus, N. I. (2022). *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Cicil Emas Pada Akad Murabahah*. Medan.

Styawati, W. (2019). *Analisis Hukum Islam Terhadap Produk Bsm Cicil Emas Dibank Syariah Mandiri Kcp Wiyung*. Lamongan.

Sugiyono. (N.D.). *Cara Mudah Belajar Spss Dan Lisrel*. Bandung : Alfabeta.

Sumanti, D. S. (2018). *Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya*. Bandar Jaya.

Tedi. R.(2015). *Statistika Penelitian Aplikasi Dengan Spss*. Bandar Lampung: Graha Ilmu.

Tr, C. N. (2019). *Trategi Pemasaran Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Mandiri Kcp Darussalam Banda Aceh*. Banda Aceh.

Wahida, A. (2021). *Pengaruh Faktor Faktor Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Dalam Menggunakan Produk Tabungan Bank Syariah Muamalat Di Kota Makassar*. Makasar.