

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT NASABAH NON MUSLIM MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH

(Studi Kasus: Bank Muamalat KC Kupang)

ABSTRAK

IMMAWAN AZHAR BEN ATASOGE

20150730051

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor keluarga, promosi, produk dan bagi hasil terhadap minat nasabah non-muslim menjadi nasabah di Bank Syariah baik secara parsial maupun secara simultan, dan untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap minat nasabah non-muslim menjadi nasabah di Bank Muamalat KC Kupang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan cara *Purposive Sampling*. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan membagikan pada nasabah non-Muslim Bank Muamalat KC Kupang, metode analisis dan datanya menggunakan regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesa (uji t dan Uji F). Dari hasil penelitian data didapatkan secara simultan variabel keluarga, promosi, produk, dan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non-muslim untuk menjadi nasabah di Bank Muamalat KC Kupang dengan nilai 4,500 dan tingkat signifikansi 0,004. secara parsial, variabel yang berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non-muslim yaitu bagi hasil dengan nilai signifikansinya 0,000. Sedangkan ketiga variabel lainnya tidak berpengaruh dengan nilai sig keluarga 0,051, promosi 0,605, produk 0,738. Dan dari model regresi tersebut dapat diketahui bagi hasil X4 merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah non-Muslim.

Kata Kunci : Keluarga, Promosi, Produk, Bagi Hasil, dan Minat