

PENGARUH FAKTOR EKSTERNAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH NON MUSLIM MENGGUNAKAN JASA PEMBIAYAAN PERBANKAN SYARIAH DI KOTA PONTIANAK

Oleh: Maladi Noor

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh produk (X1), Harga (X2), Tempat (X3), Promosi (X4) dan Pelayanan (X5) terhadap keputusan nasabah non muslim dalam mempergunakan jasa pembiayaan bank syariah di Kota Pontianak.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data pimer dan diperoleh melalui pembagian kuisisioner kepada sejumlah responden yang relevan di Kota Pontianak. Metode sampling yang digunakan oleh peneliti adalah probability sampling non adalah teknik di mana setiap anggota sampel pada mengambil populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel. Dan teknik pengambilan sampel berdasarkan penilaian dari karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan tujuan peneliti.

Metode analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan analisis Faktor (Faktor Analysis). Dalam melakukan analisis penulis menggunakan bantuan software *SmartPLS* versi 3.0.

Berdasarkan hasil analisis faktor dengan menggunakan *SmartPLS* bahwa ditemukan pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan nasabah non muslim dalam menggunakan jasa pembiayaan bank syariah di Kota Pontianak adalah terdapat pada variabel tempat dengan nilai loading aktor sebesar 0,384. Sementara variabel terendah terdapat pada faktor harga dan produk yang masing-masing bernilai sebesar 0,181 dan 0,187.

PENDAHULUAN

Membanjirnya likuiditas pada bank-bank yang konvensional membuktikan bahwa lembaga keuangan atau perbankan yang dijalankan menggunakan sistem riba (Bunga) dan tidak sanggup untuk mengatasi krisis ekonomi yang melanda Indonesia, selain itu juga terjadi krisis kepercayaan dari para nasabah yang menggunakan jasa-jasanya. Selanjutnya, para nasabah (konsumen) mencari sebuah cara atau alternatif perbankan yang dapat memberikan dukungan kepercayaan sekaligus keamanan bagi dirinya. Dan pilihan solutif di era yang sulit semacam ini terdapat pada peran operasional bank syariah karena perbankan syariah merupakan suatu sistem yang mampu berperan sebagai alternatif jawaban dari segala permasalahan ekonomi di berbagai negara, dan bertujuan untuk mewujudkan kebutuhan para nasabah.

Perkembangan Perbankan syariah begitu pesat terutama pada saat ditetapkan sejumlah dasar operasional di dalam UU No. 7 tahun 1992 mengenai perbankan syariah, dan diubah dalam Undang-undang No. 10 tahun 1998 yang kemudian diperbarui menjadi undang-undang No. 21 tahun 2008. Peraturan undang-undang tersebut adalah suatu wujud afirmatif yang berasal dari Bank Indonesia yang bertindak sebagai otoritas

moneter agar kelegalan bank syariah dapat terjamin, selain itu juga dapat memberikan bank syariah keleluasaan dalam melakukan pergerakan tertentu.

Hal ini karena di dalam peraturan tersebut ditegaskan bahwa dalam perbankan Indonesia dikenal sebagai bank dengan dua sistem/sistem ganda yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah.

Pada sudut pandang jangka panjang, sistem perbankan syariah yang dikembangkan diharapkan dapat membentuk suatu kinerja operasional yang berjalan efisien serta memiliki daya saing yang kompetitif melalui jalan yang konsisten, di dalam berpegang teguh pada nilai-nilai syariah, dan kemudian peran signifikan pada sistem perekonomian nasional yang diharapkan dapat memperbaiki suatu tatanan masyarakat yang terjaga kesejahteraannya. Pengembangan yang dilakukan melalui kebijakan dapat dilakukan melalui pengembangan koneksi jaringan yang menghubungkan kantor pada daerah-daerah yang dirasakan memiliki potensi memungkinkan untuk hal tersebut.

Sebagaimana yang diketahui, sampai detik ini, perbankan Syariah yang berkembang hanya semata-mata masih terpusat pada perkumpulan muslim, dan seolah-olah hal tersebut hanya diberlakukan kepada kumpulan masyarakat muslim, yang mana mereka tidak menyinggung atau enggan untuk mempergunakan jasa-jasa yang terdapat pada bank konvensional dengan alasan bisnis bank konvensional yang dilaksanakan melalui sistem riba (bunga).

Dari keengganan masyarakat muslim untuk berinteraksi lebih jauh dengan masyarakat lain, dalam ruang lingkup Indonesia, pasar non Muslim juga harus diberikan perhatian, karena hal ini tidak hanya jumlah mereka yang cukup banyak, akan tetapi potensi ekonomi yang mereka miliki juga cukup besar. Terdapat suatu persebaran yang kurang merata di dalam kondisi aspek demografis pada wilayah di Indonesia. Hal ini terlihat pada dominasi masyarakat non Muslim yang terdapat di beberapa wilayah Indonesia. Kondisi ini ditunjukkan dari 220 juta warga negara di Indonesia, aktivitas produktif didominasi oleh non muslim, dalam kebanyakannya hal tersebut dibuktikan oleh orang-orang Tionghwa

Pada bagian yang berbeda larangan mengenai riba, yang merupakan keistimewaan atau karakteristik intrinsik dari sistem perbankan Syariah, ternyata hal tersebut memiliki suatu fondasi kuat di dalam ajaran-ajaran masyarakat non muslim. Sebagaimana hal ini juga didukung oleh kalangan Kristen, yang menyatakan bahwa riba merupakan tindakan kriminal, demikian juga ajaran-ajaran yang terdapat pada hindu, budha. Tekanan yang ada terhadap bagian-bagian pasar ini dapat diperkirakan lebih mudah, jika ajaran-ajaran yang terdapat di dalam non Islam seperti Hindu, Kristen dan Budha juga terdapat suatu bentuk aturan mengenai dilarangnya aktivitas pemungutan riba (bunga).

Hal yang menarik di atas, saat sebagian masyarakat Muslim masih menyibukan diri dengan memperdebatkan sistem perbankan syariah yang berorientasi pada penghapusan riba, masyarakat non muslim malahan berbondong-bondong untuk menggunakan produk-produk dan jasa-jasa yang disediakan oleh bank syariah. Dan kebanyakan mayoritas dari masyarakat non muslim itu adalah berasal dari etnis keturunan Tionghoa.

Pada lima tahun terakhir sebagaimana informasi yang dapat diambil dari aktivitas Bank Indonesia, aset perbankan syariah di provinsi Kalimantan Barat telah tumbuh pesat, pertumbuhan tersebut melebihi sebesar 100 persen, hal ini ditunjukkan misalnya pada tahun 2011 aset perbankan syariah di Kalimantan Barat telah mencapai Rp 1,67 triliun. Sedangkan pada kondisi september saat ini, perbankan syariah telah memiliki aset sebesar Rp 3,78 triliun yang tersebar diberbagai daerah di Kalimantan Barat (www.bi.go.id). Posisi Pontianak yang memainkan peran sebagai ibu Kota Kalimantan

Barat, memiliki suatu visi yang berbunyi “Pontianak kota berwawasan Lingkungan sebagai Pusat Perdagangan dan jasa yang bertaraf Internasional”, dan secara kependudukan Pontianak memiliki beragam suku / ras serta agama yang berbagai macam jenisnya, hal ini menunjukkan bahwa Pontianak memiliki potensi besar sebagai lokasi tumbuh dan berkembangnya kegiatan ekonomi yang berbasis syariah.

Dari hasil sensus mengenai data kependudukan, besar penduduk kota Pontianak berjumlah 550.304 jiwa. Suku bangsa penduduk kota Pontianak terdiri Melayu, Bugis, Suku Jawa, Suku Madura, Tionghoa, Dayak dan lainnya. Dari berbagai suku tersebut terdiri pula dari berbagai agama, dan Sebagian besar penduduk memeluk agama Islam sebesar 65%, Budha serta kepercayaan Kong Hu Cu sebesar 2,8%, Protestan sebesar 4%, Katolik sebesar 24%, sebesar Hindu 0,4% dan lain-lain (BPS-Kota Pontianak). Dari data yang dihasilkan Badan Pusat Statistik tersebut, jumlah penduduk non muslim adalah 31,20% atau 171.695 jiwa. Keberadaan penduduk non muslim tersebut ternyata sangatlah mendominasi perekonomian di Kota Pontianak terutama pada sektor perdagangan dan jasa. Dalam sumber yang lain diinformasikan bahwa terdapat sebesar 30% penduduk non muslim yang ada di Kota Pontianak yang telah menggunakan produk atau jasa perbankan syariah hal ini terutama pada sektor layanan pembiayaan syariah (www.bi.go.id). Dari Informasi tersebut menunjukkan bahwa di Kota Pontianak terdapat suatu potensi yang luar biasa untuk dijadikan sasaran yang tepat bagi pemasaran produk-produk maupun jasa yang terdapat pada Bank Syariah.

Berdasarkan permasalahan diatas, peneliti mencoba mengggagas suatu kemungkinan penerapan strategi dan model pengembangan perbankan Syariah melalui peningkatan fokus perhatian pada potensi nasabah dari kalangan non Muslim. Hal ini terutama untuk mengetahui apakah faktor yang menjadikan masyarakat non muslim untuk menggunakan produk pembiayaan bank syariah di Kota Pontianak. Kendati perbankan Syariah umumnya masih membidik para loyalis Syariah atau pasar yang fanatik terhadap Syariah, namun pada prinsipnya Bank Syari'ah tidak membatasi nasabahnya hanya pada masyarakat muslim saja. Dengan demikian sangat perlu kiranya bagi peneliti untuk mencoba membangun penelitian ini.

Penelitian ini dibatasi pada faktor-faktor eksternal yang dipertimbangkan oleh nasabah non muslim dalam memilih jasa pembiayaan perbankan syari'ah di Kota Pontianak, sehingga dapat diketahui formulasi yang tepat dalam memasarkan jasa pembiayaan perbankan syari'ah kepada pasar sasaran (nasabah muslim dan non muslim).

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai:

1. Faktor-Faktor eksternal apa saja yang dipertimbangkan oleh nasabah non muslim dalam menggunakan jasa Pembiayaan perbankan syari'ah di Kota Pontianak ?
2. Faktor apa yang berpengaruh paling dominan pada nasabah non muslim dalam menggunakan jasa Pembiayaan perbankan syari'ah di Kota Pontianak ?
3. Faktor apa yang berpengaruh tidak dominan pada nasabah non muslim dalam menggunakan jasa Pembiayaan perbankan syari'ah di Kota Pontianak ?

METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Setiap penelitian terdapat beberapa metode yang digunakan. Hal ini disesuaikan dengan rumusan masalah yang dihadapi. Sesuai dengan rumusan masalah penelitian ini. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (penelitian *survey*) dengan

menggunakan metode deskriptif, serta menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian menggunakan media angket yang *Instrument* nya di-*design* dengan menggunakan Ordinal 5 point.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah non muslim yang menggunakan jasa pembiayaan di Kota Pontianak. Pengambilan sampel penelitian ini digunakan metode *Accidental Sampling* (sampling kebetulan). Sehingga sample sengaja dipilih sebanyak 50 nasabah non muslim yang menggunakan jasa perbankan syariah di Kota Pontianak. Untuk memudahkan memperoleh sampel, responden akan diambil dari nasabah non muslim yang menggunakan jasa Bank Muamalat, Bank Kalbar Syari'ah, Bank BRI Syari'ah, Bank BSM dan Bank BNI Syari'ah.

Menurut Sarwono (2006) data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau acuan pertama. Data Primer pada penelitian yang dibangun penulis diperoleh melalui cara menyebarkan angket / kuesioner kepada beberapa responden yang dianggap relevan dengan kriteria yang telah dibangun penulis. Dalam hal ini penulis menetapkan responden adalah para nasabah non muslim yang menggunakan jasa pembiayaan perbankan syariah dan sebagaimana yang telah dipilih sebagai sampel.

Sedangkan data sekunder yang dimaksud adalah berupa beberapa catatan-catatan sejumlah nasabah perbankan syariah yang berguna sebagai pendukung beserta beberapa data yang diperoleh dari bank atau lembaga keuangan yang terkait. Dengan kata lain data sekunder adalah data yang sudah ada atau tersedia ditempat tertentu, hanya saja tinggal peneliti yang berusaha untuk mencari dan mengumpulkannya.

Untuk mempermudah bagaimana bentuk suatu penelitian, diperlukan definisi operasional dari kerangka konseptual yang sebelumnya telah dibangun. Adapun dalam kerangka konseptual terdiri dari lima variabel terikat (produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan) yang mempengaruhi keputusan nasabah non muslim dalam menggunakan jasa pembiayaan bank syariah di Kota Pontianak. Defenisi operasional variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mempermudah pembentukan kisi-kisi penelitian.

Untuk lebih jelasnya peneliti menyusun indikator kisi-kisi instrumen penelitian yang bertujuan agar mempermudah dalam pengambilan data, adapun kisi-kisi tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Variabel dan Definisi Operasional

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Produk (X1)	Semua komponen kinerja pelayanan yang menciptakan nilai pada pelanggan (Love Lock,2007)	. Produk inti . Layanan tambahan . Proses penghantaran. (Lovelock, 2011)	Ordinal

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Harga (X2)	Pengeluaran uang, waktu dan usaha yang pelanggan dikenakan dalam pembelian dan layanan mengkonsumsi (Lovelock,2007)	1. Biaya pencarian 2. Biaya pembelian dan perolehan jasa (Lovelock, 2011).	Ordinal
Tempat dan waktu (X3)	Keputusan manajemen tentang kapan, dimana, dan bagaimana memberikan layanan kepada pelanggan. (Love lock,2007). Lingkungan fisik membantu membentuk perasaan dan reaksi yang diinginkan dari pelanggan dan pegawai. (Lovelock, 2011).	1. kenyamanan 2. preferensi pelanggan. 3. Memudahkan 4. Kondisi sekitar. 5. Tata letak spasioal dan fungsional. 6. Tanda simbol dan artefak. (Lovelock, 2011).	Ordinal
Promosi (X4)	Semua aktifitas komunikasi dan preferensi perusahaan. (Lovelock,2007).	1. Komunikasi personal. 2. Periklanan. 3. Promosi penjualan. 4. Publisitas & humas. 5. Materi pembelajaran. 6. Rancangan korporat. (Lovelock, 2011).	Ordinal
Orang/karyawan (X5)	Pelanggan dan karyawan yang terlibat dalam produksi layanan. (Lovelock,2007). Proses adalah bagian dari layanan jasa yang dihasilkan dari tiga proses input yaitu <i>people</i> , material dan informasi yang saling berkaitan satu sama lainnya.(Lovelock, 2011).	1. Karyawan mengantisipasi kebutuhan pelanggan. 2. Menyesuaikan penghantaran layanan. 3. Membangun hubungan personal. 4. Prolog dan adegan awal. 5. Penghantaran produk inti. 6. Penutup. (Lovelock, 2011).	Ordinal

Sumber: Lovelock danWirtz (2011)

2. Metode dan Alat Pengumpul Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi tidak langsung, Teknik pengumpulan data dengan menyusun daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diajukan kepada beberapa responden sebagai sampel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah metode kuisisioner atau angket.

Jumlah pertanyaan yang ada diambil dari masing-masing item yang diperoleh dari masing-masing indikator variabel. Angket diberikan langsung kepada responden dengan tujuan agar lebih efektif dan efisien menjangkau jumlah sampel dan mudah memberi penjelasan berkenaan dengan pengisian angket tersebut. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan Ordinal 5 poin (Amirin, T. M.,2010). Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada dengan poin, yaitu :

1. Sangat Setuju (SS)= 5
2. Setuju (S) = 4
3. Kurang Setuju (KS) = 3
4. Tidak Setuju (TS) =2
5. Sangat Tidak Setuju (STS)= 1

3. Analisa Data

Untuk menganalisis dan menemukan serta mereduksi faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh nasabah dalam memilih jasa pembiayaan perbankan syariah, peneliti menggunakan Analisis Faktor.

Namun sebelum melakukan analisis faktor, untuk menguji apakah pernyataan atau pertanyaan di dalam instrumen pengumpulan data berupa kuisisioner telah valid (shahih) dan reliabel (handal) perlu dilakukan pengujian Validitas dan Reliabilitas. Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah item pernyataan telah mampu mengukur tanggapan responden berdasarkan indikator di dalam variabel penelitian, sebagaimana yang hendak kita ukur. Sementara itu uji reliabilitas untuk mengetahui apakah pernyataan atau pertanyaan di dalam kuisisioner telah handal dan tepat dalam mengukur indikator dari masing-masing variabel.

Analisis faktor merupakan teknik prosedural yang dipergunakan dan bertujuan untuk mencari seberapa besar faktor-faktor yang dinilai mampu menjabarkan atau menjelaskan korelasi antara berbagai indikator yang berhubungan pada berbagai indikator independen yang diobservasi.

Analisis faktor juga adalah sebuah pengembangan dari analisis komponen utama. Penggunaan Analisis faktor untuk mengetahui beberapa faktor yang relatif kecil juga dapat dipergunakan untuk menjabarkan beberapa besar variabel yang saling memiliki keterkaitan atau korelasi.

Data penelitian ini dianalisis menggunakan analisis faktor non parametrik dengan pendekatan Partial Least Square (PLS) dengan bantuan paket software pengolah data *SmartPLS versi 3.0* untuk mengolah data yang didapat.

Partial Least square merupakan sarana yang dikembangkan oleh Wold sebagai suatu metode umum untuk memperkirakan path model yang menggunakan konstruk laten

dengan multiple indikator. *Partial Least square* adalah pendekatan yang tidak memperkirakan data berdistribusi tertentu, dimana data tersebut dapat berupa kategori, interval, nominal, rasio dan juga ordinal.(Wold, 1982).

Partial Least square adalah sebuah cara analisis yang powerfull dan sering disebut juga sebagai *soft modeling* karena meniadakan asumsi-asumsi OLS (*Ordinary Least Square*) regresi, seperti syarat yang ada bahwa data harus berdistribusi normal secara multivariate dan tidak ada pembahasan masalah mengenai uji multikolonieritas diantara kumpulan variabel eksogen (Wold, 1985).

Perkiraan pengukuran pemodelan dalam persamaan struktural dengan pendekatan *Partial Least square* diperoleh melalui proses perulangan (iterasi) tiga tahap, dari masing-masing tahap tersebut, menghasilkan estimasi. Tahap pertama menghasilkan estimasi/ perkiraan bobot (*weight estimate*), tahap kedua menghasilkan estimasi untuk *inner model* dan *outer model*, dan tahap terakhir atau ketiga menghasilkan estimasi rata-rata (*mean*) dan lokasi parameter (konstanta). Dalam dua tahap pertama, proses perulangan (iterasi) dilakukan dengan pendekatan deviasi (penyimpangan) dari nilai rata-rata. Sementara pada tahap ketiga, perkiraan atau estimasi dilaksanakan berdasarkan pada matriks data asli dan atau hasil perkiraan / estimasi bobot dan koefisien jalur pada tahap kedua, dan tujuannya adalah untuk menghitung seberapa besarkah rata-rata dan lokasi parameter.

Analisis faktor merupakan sebuah alat analisis yang dipergunakan secara apriori, dengan kata lain penggunaannya berdasarkan peran teoritis atau konsep yang sebelumnya telah diketahui, sejumlah faktor yang akan dibentuk didalam sebuah penelitian sudah diketahui, dengan demikian variabel apasaja yang akan dimasukkan kedalam masing-masing faktor yang dibentuk, tujuannya sudah jelas dan pasti.

Secara mendasar analisis semacam ini dipergunakan untuk tujuan mengetahui seberapa besar korelasi atau hubungan dari berbagai jenis variabel, apakah berhubungan secara signifikan atautidak memiliki keterkaitan secara signifikan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis faktor yang kedua, sebagaimana yang dikutip dari Suliyanti (2005). Yaitu peneliti menggunakan model analisis faktor konfirmatori, dimana model analisis ini dilakukan dengan berdasarkan pada teori atau pembahasan konseptual yang sudah ada dalam suatu ilmu pengetahuan.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini, peneliti menyimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah non muslim dalam mempergunakan jasa pembiayaan bank Syariah di Kota Pontianak dapat dijabarkan yaitu : Variabel Produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah non muslim dalam menggunakan jasa pembiayaan syariah dengan nilai loading faktor sebesar 0,187 ; Variabel harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah non muslim dalam menggunakan jasa pembiayaan syariah dengan nilai sebesar loading faktor 0,181 ; Variabel Tempat (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah non muslim dalam menggunakan jasa pembiayaan syariah dengan nilai loading faktor sebesar 0,387 ; Variabel Promosi(X4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah non muslim dalam menggunakan jasa

pembiayaan syariah dengan nilai loading faktor sebesar 0,209 ; dan Variabel Pelayanan (X5) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah non muslim dalam menggunakan jasa pembiayaan syariah dengan nilai loading faktor sebesar 0,319.

2. Dari kelima faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah non muslim tersebut, didapatkan nilai faktor atau variabel yang paling dominan dan berpengaruh terhadap keputusan nasabah non muslim dalam menggunakan jasa pembiayaan bank syariah di Kota Pontianak, setelah dilakukan pengujian dengan analisis faktor. Variabel atau faktor yang paling dominan tersebut adalah variabel tempat dengan perolehan nilai sebesar 0,387. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tempat sangat mempengaruhi loyalitas nasabah non muslim dalam mempergunakan jasa pembiayaan. Hal itu menindikasikan bahwa tempat atau lokasi pelayanan bank syariah sangat strategis dan mudah untuk dijangkau, selain itu pula lingkungan perbankan syariah yang dipenuhi beberapa fasilitas pendukung, menjadikan nasabah nyaman untuk bertahan mempergunakan jasa-jasa atau produk-produk yang ada pada bank syariah di Kota Pontianak.
3. Faktor atau variabel yang memiliki nilai pengaruh yang paling kecil setelah dilakukan pengujian analisis faktor adalah terdapat pada variabel atau faktor harga dan produk , yaitu dengan perolehan nilai sebesar 0,181 dan 0,187. Hal tersebut mengindikasikan bahwa faktor atau variabel harga dan produk masih lemah dalam mempengaruhi loyalitas nasabah non muslim, ini dapat dikatakan harga jual atau beli yang terdapat pada bank syariah masih begitu kurang menarik perhatian nasabah non muslim. Hal ini dapat disebabkan beberapa pengaruh, yaitu karena penetapan biaya administrasi yang terlalu mahal, penyediaan pembiayaan yang terlalu memakan banyak waktu, beserta minim atau nihilnya keuntungan setelah menggunakan produk atau jasa perbankan syariah, dan bahkan sistem perbankan syariah yang secara menyeluruh belum berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip perbankan syariah.

Dalam penelitian ini walaupun telah diupayakan semaksimal mungkin agar penelitian terhindar dari kesalahan-kesalahan, namun ternyata terdapat beberapa bagian dalam penelitian ini yang dirasa masih banyak keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini meliputi:

1. Obyek penelitian yang masih kecil.
2. Responden pada penelitian ini hanya terfokus pada nasabah non-muslim yang menjadi nasabah di bank syariah dengan responden < 100 responden yang dipergunakan sebagai sampel untuk lingkup di Kota Pontianak.
3. Kurangnya penjelasan aspek teoritis yang digunakan oleh peneliti, sehingga memiliki kontribusi penelitian yang kurang komprehensif.
4. Kurang mampu untuk membangun sebuah teori baru sebagai bahan pendukung di dalam ilmu pengetahuan.
5. Sulitnya mendapatkan data nasabah non-muslim dari perbankan syariah yang dijadikan tempat penelitian. Hal ini dikarenakan belum ada sistem komputerisasi yang membedakan antara nasabah muslim dan non muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- Al- Arif, NurRiantodanEuSisAmala. 2010. *TeoriMikroEkonomi :SuatuPerbandinganEkonomi Islam danEkonomiKonvensional*, KencanaPrenada MediaGroup, Jakarta.
- Amirin, T.M. (2010). Skala likert: Penggunaan dan Analisis Datanya,. (Online). Tersedia: <http://tatangmanguny.wordpress.com/2010/11/01/skala-likert-penggunaan-dan-analisis-datanya/>[Juli 2011].
- Antonio, M Syafi'i.2002. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: GemaddddInsani Press.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Dari TeorikePraktik*. Jakarta :TazkiaInstitute, 2001.
- Ascarya, 2006, Akad dan Produk Bank Syariah, Bank Indonesia :Jakarta
- Bourgeois, R. 2005. *Analytical Hierarchy Process: an Overview UNCAPSA – dUNESCAP*. Bogor.
- BPS Kota Pontianak, 2010, Pontianak dalam Angka.
- Christopher Lovelock, H Lauren K Wright, 2011, Manajemen Pemasaran Jasa (Terjemahan), PT Indeks (Gramedia Grop) Jakarta
- Engel, J.F, Blackwell, R.D & Miniard, P.W. (1994). *Perilaku Konsumen*. (Alih bahasa: Drs. F.X. Budiyanto). Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara
- Evi Yupitri dan Raina Linda Sari. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan (Vol. 1 No.1 Desember)* Hlm. 58.
- Hasan, Iqbal. 2004. Pokok-pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia
- Hasan, Iqbal. 2004. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Kotler dan Keller. 2007. ManajemenPemasaran, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta:Gramedia.
- Malhotra, Naresha K. (2006).*Marketing Research: An Applied Orientation (5th Edition)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Marlina Ayu Apriyantini, Faktor yang mempengaruhi non muslim menjadi Nasabah Bri Syariah cabang Yos Sudarso, Yogyakarta.
- Mulyono, S. 1996. *Teori Pengambilan Keputusan*, Edisi Revisi, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, Yakarta.
- Rifa'atul Machmudah ,(2014), IAIN Walisongo, faktor-faktir yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah, Semarang
- Sarwono, Jonathan. (2006). *Analisis Data Penelitian Dengan Menggunakan SPSS*. Yogyakarta. CV. Andi Offset.
- Suryadi dan Ramadhani, 1998. Sistem Pendukung Keputusan. Media Komputindo, Jakarta

Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Undang-Undang No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

Veithzal Rivai dkk. (2011). *Islamic Transaction Law in Business dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wold, H., 1985 : Partial Least Square, In S Kotz dan N.L. Johnson (Eds). *Encyclopedia of Statistic Sciences*, Vol 8 (pp. 587 – 599). New York, Wiley

Wold, H., 1982 : Models for Knowledge, In J. Gani(ed). *The Making of Statistician* (pp. 190 -212), London, Applied Probability Trust.

Yunus ,2004,Skripsi, Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan jasa bank Syariah, studi kasus pada masyarakat, Bekasi