

**PENGARUH PERSEPSI DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN NON MUSLIM MENJADI NASABAH
PERBANKAN SYARIAH DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

RAIHANI ALIN NURAINI

NIM 4220112

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

2025

**PENGARUH PERSEPSI DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN NON MUSLIM MENJADI NASABAH
PERBANKAN SYARIAH DI KOTA MEDAN
SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

RAIHANI ALIN NURAINI

NIM 4220112

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raihani Alin Nuraini
NIM : 4220112
Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi dan Promosi Terhadap Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Perbankan Syariah di Kota Medan**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 21 Oktober 2024

Yang Menyatakan,



Raihani Alin Nuraini

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Raihani Alin Nuraini

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Saudara/i :

Nama : **Raihani Alin Nuraini**
NIM : **4220112**
Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi dan Promosi Terhadap Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Perbankan Syariah di Kota Medan**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 21 Oktober 2024
Pembimbing,



Wilda Yulia Rusyida, M.Sc.

NIP.199110262019032014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : **Raihani Alin Nuraini**
NIM : **4220112**
Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi dan Promosi Terhadap Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Perbankan Syariah di Kota Medan**
Dosen Pembimbing : **Wilda Yulia Rusyida, M.Sc.**

Telah diujikan pada hari kamis tanggal 05 Juni 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Muhammad Aris Safi'i, M.E.I.

NIP. 198510122015031004

Penguji II

Husni Awali, M.M.

NIP. 198909292019031016

Pekalongan, 20 Juni 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. A.M. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag.

NIP. 197806162003121003

MOTTO

"Sungguh, Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."

(QS. Ar-Ra'd: 11)

It is okay to be scared. It is okay to cry. Everything is okay, but giving up should not be an option. They always say that failure is not option, failure should be an option because when you fail you get up and then you fail and then you get up and that keeps you going. That's how humans are strong.

(Muniba Mazari)

"Ketika impian orang tuamu menjadi nyata melalui usahamu, saat itulah Allah menebarkan kemudahan di langkahmu, membuka pintu-pintu rezeki dari arah yang tak disangka.

(Ustadz Adi Hidayat)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dan dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini :

1. Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Suprayetno dan Ibu Napiroh. Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga, saya persembahkan karya kecil ini kepada Ibu dan Bapak yang telah memberikan segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat saya balas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dalam kata persembahan. Terima kasih telah menjadi cahaya dalam setiap langkah, terima kasih atas segala pengorbanan, doa, dan semangat yang telah diberikan, serta dari kasih sayang yang tak pernah henti. Pencapaian ini menjadi bukti bahwa setiap perjuangan serta doa Bapak dan Ibu tidak berakhir sia-sia.
3. Paman saya, Om Suminar Ariwibowo, M.Kom., dan Om Surya Bakti. Terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang tak ternilai harganya. Terima kasih telah membantu menemukan ide judul yang tepat dan membimbing dalam memperoleh data yang sangat penting bagi penelitian ini. Serta seluruh keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terima kasih atas dukungan, arahan dan semangat yang telah diberikan selama ini.

4. Saudara tersayang, Kakak Rezqi Nugraha Widiatama dan Adik Agil Prayo Oktora. Terima kasih telah melengkapi setiap langkah perjalanan ini, selalu memberikan keceriaan, kebaikan, perhatian dan semangat untuk menjadi inspirasi agar terus berjuang dan menjadi contoh yang baik.
5. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Dosen Pembimbing Skripsi saya, Ibu Wilda Yulia Rusyida, M.Sc. Terima kasih telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penyusunan skripsi ini.
7. Dosen Wali saya, Ibu Rinda Asytuti, M.Si. Terima kasih telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam kelancaran skripsi ini.
8. Sahabat saya, Ika Roekanah, S.E. Terima kasih telah menjadi support sistem saya setelah keluarga, menemani 4 tahun di masa perkuliahan ini. Setiap kenangan, suka, dan duka yang kita lalui adalah bagian tak terlupakan. Terima kasih telah menjadi inspirasi untuk terus berjuang dan tidak bermalas-malasan. Semoga kita bisa menggapai mimpi-mimpi besar yang dulu kita bicarakan bersama.

ABSTRAK

RAIHANI ALIN NURAINI, Pengaruh Persepsi dan Promosi Terhadap Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Perbankan Syariah di Kota Medan.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan perbankan yang etis dan berkelanjutan, bank syariah telah menarik perhatian non-Muslim sebagai calon nasabah. Persepsi terhadap produk dan layanan syariah serta efektivitas strategi promosi yang dilakukan oleh bank syariah diidentifikasi sebagai dua faktor kunci yang dapat mempengaruhi keputusan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi dan promosi terhadap keputusan non-Muslim menjadi nasabah perbankan syariah di Kota Medan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data yang disebarkan kepada 100 responden non-Muslim yang memiliki pengalaman dengan bank syariah. Teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 29 .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan non-Muslim menjadi nasabah perbankan syariah di Kota Medan. Promosi juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah perbankan syariah di Kota Medan. Kemudian secara simultan, persepsi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah perbankan syariah di Kota Medan.

Kata Kunci : Persepsi, Promosi, Keputusan Nasabah, Perbankan Syariah, Non-Muslim

ABSTRACT

RAIHANI ALIN NURAINI, The Influence of Perception and Promotion on the Decision of Non-Muslims to Become Customers of Islamic Banking in Medan City.

As the demand for ethical and sustainable banking services increases, Islamic banks have attracted the attention of non-Muslims as potential customers. Perception of Islamic products and services, as well as the effectiveness of promotional strategies carried out by Islamic banks, are identified as two key factors that can influence this decision. This study aims to analyze the influence of perception and promotion on the decision of non-Muslims to become customers of Islamic banking in Medan City.

This research uses a quantitative method with a questionnaire as a data collection instrument, distributed to 100 non-Muslim respondents who have experience with Islamic banks. The sampling technique used is purposive sampling. Data analysis is performed using multiple linear regression with the help of SPSS 29.

The results of the study show that perception has a positive and significant influence on the decision of non-Muslims to become customers of Islamic banking in Medan City. Promotion also has a significant influence on the decision of non-Muslims to become customers of Islamic banking in Medan City. Furthermore, both perception and promotion simultaneously influence the decision of non-Muslims to become customers of Islamic banking in Medan City.

Keywords : Perception, Promotion, Customer Decision, Islamic Banking, Non-Muslims.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

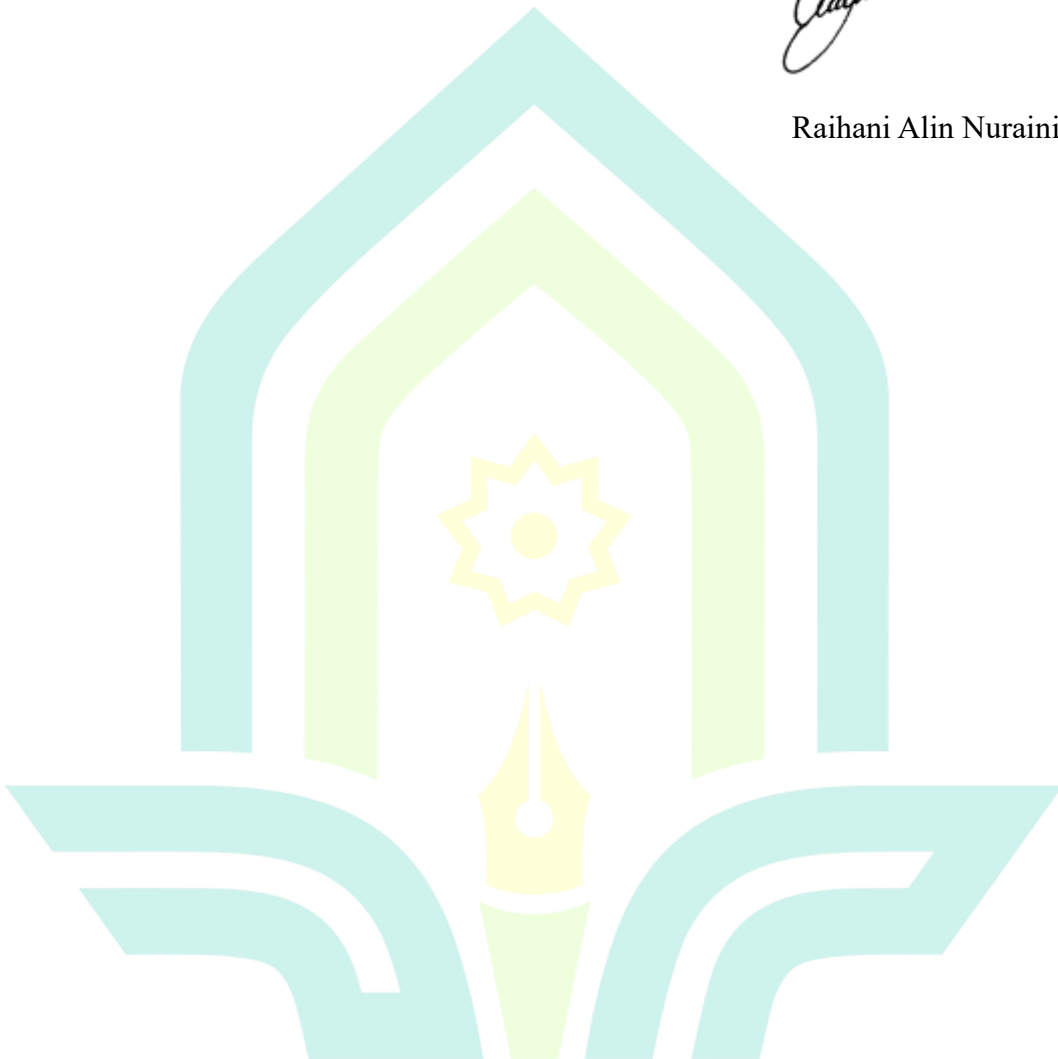
1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. H. AM. Khafidz Ma'shum, M.Ag. Selaku Dekan FEBI Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Kuat Ismanto, M.Ag. Selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ibu Ulfa Kurniasih, M.Hum. Selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah FEBI Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Ibu Wilda Yulia Rusyida, M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Rinda Asytuti, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA).
8. Paman saya, Om Suminar Ariwibowo, M.Kom., dan om Surya Bakti yang telah membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan materil dan moral.
10. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 21 Oktober 2024



Raihani Alin Nuraini



DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
P E N G E S A H A N	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori	11
1. Perilaku Konsumen	11
2. Keputusan Menjadi Nasabah.....	13
3. Persepsi	15
4. Promosi	19
B. Telaah Pustaka.....	22
C. Kerangka Berfikir.....	27
D. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31

B. Pendekatan Penelitian	31
C. Setting Penelitian	31
D. Populasi dan Sampel Penelitian	32
E. Variabel Penelitian	33
F. Sumber Data.....	35
G. Teknik Pengumpulan Data	35
H. Metode Analisis Data	36
1. Analisis Deskriptif	36
2. Uji Instrumen Penelitian	37
3. Uji Asumsi Klasik.....	39
4. Analisis Regresi Linier Berganda	40
5. Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Hasil Penelitian	43
1. Profil Responden.....	43
2. Hasil Analisi Deskriptif.....	45
3. Uji Instrumen Penelitian	49
4. Uji Asumsi Klasik	51
5. Analisis Regresi Linier Berganda	54
6. Hipotesis.....	56
B. Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Keterbatasan Penelitian.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	I
Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian	I
Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian Mahasiswa.....	II
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian	IV
Lampiran 4 Tabulasi Data Responden.....	VII
Lampiran 5 Identitas Responden	XIII
Lampiran 6 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	XVIII
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	XXI
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis	XXII

Lampiran 9 t tabel.....	XXIII
Lampiran 10 F tabel.....	XXIV
Lampiran 11 Screenshot Kuesioner via Google Form	XXV
Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup	XXXI



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman penulisan transliterasi yang digunakan dalam skripsi ini berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 tahun 1987 dan No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	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	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ..	Fathah dan ya	Ai	a dan i
وَ..	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut :

Harakat dan Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ.يَ.وَ	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
إِ.يِ.وِ	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
أَ.وُ.وِ	Dammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh :

- قَالَ Qāla
- رَمَى Ramā
- قِيلَ Qīla

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua :

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah

al-madīnatul munawwarah

- طَلْحَةُ talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan,

maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-
rāziqīn

Wa innallāha lahuwa
khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa
mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya : Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn

Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm

Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan

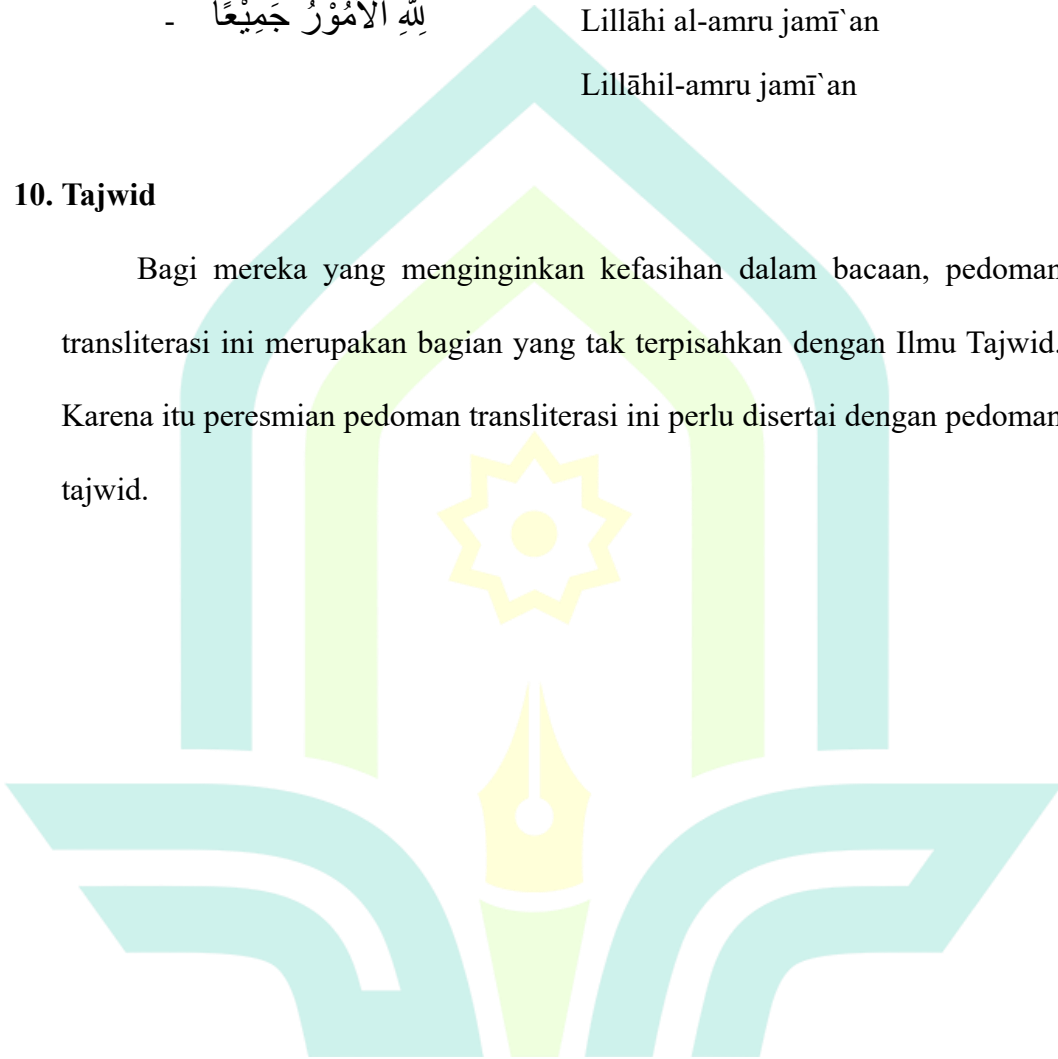
kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an
Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

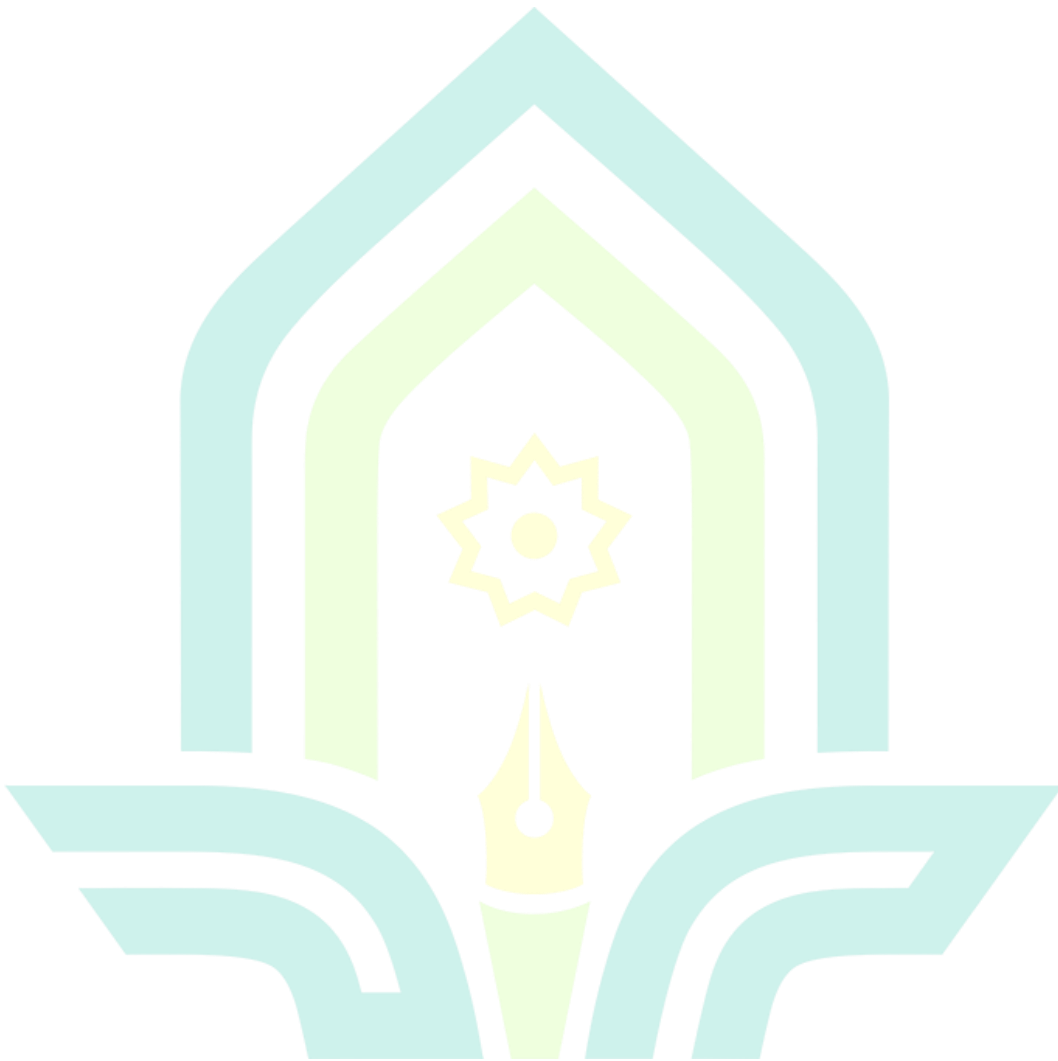


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Bank syariah di Kota Medan	5
Tabel 1. 2 Penyaluran pembiayaan pada bank syariah di Kota Medan.....	6
Tabel 3. 1 Definisi operasional variabel penelitian	33
Tabel 3. 2 Skala Likert	36
Tabel 3. 3 Klasifikasi TCR.....	37
Tabel 4. 1 Jenis kelamin	43
Tabel 4. 2 Agama responden	44
Tabel 4. 3 Usia responden	44
Tabel 4. 4 Pekerjaan responden.....	45
Tabel 4. 5 TCR Variabel persepsi.....	46
Tabel 4. 6 TCR variabel promosi	47
Tabel 4. 7 TCR Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Perbankan Syariah....	48
Tabel 4. 8 Hasil uji validitas.....	49
Tabel 4. 9 Hasil uji reliabilitas	50
Tabel 4. 10 Hasil <i>methode successive interval</i> (MSI)	51
Tabel 4. 11 Hasil analisis one kolmogorov smirnov	52
Tabel 4. 12 Hasil uji multikolinearitas	53
Tabel 4. 13 Hasil uji heteroskedastisitas	54
Tabel 4. 14 Hasil analisis regresi linier berganda.....	55
Tabel 4. 15 Hasil uji t	56
Tabel 4. 16 Hasil uji F	58
Tabel 4. 17 Hasil uji koefisien determinasi (R^2)	59

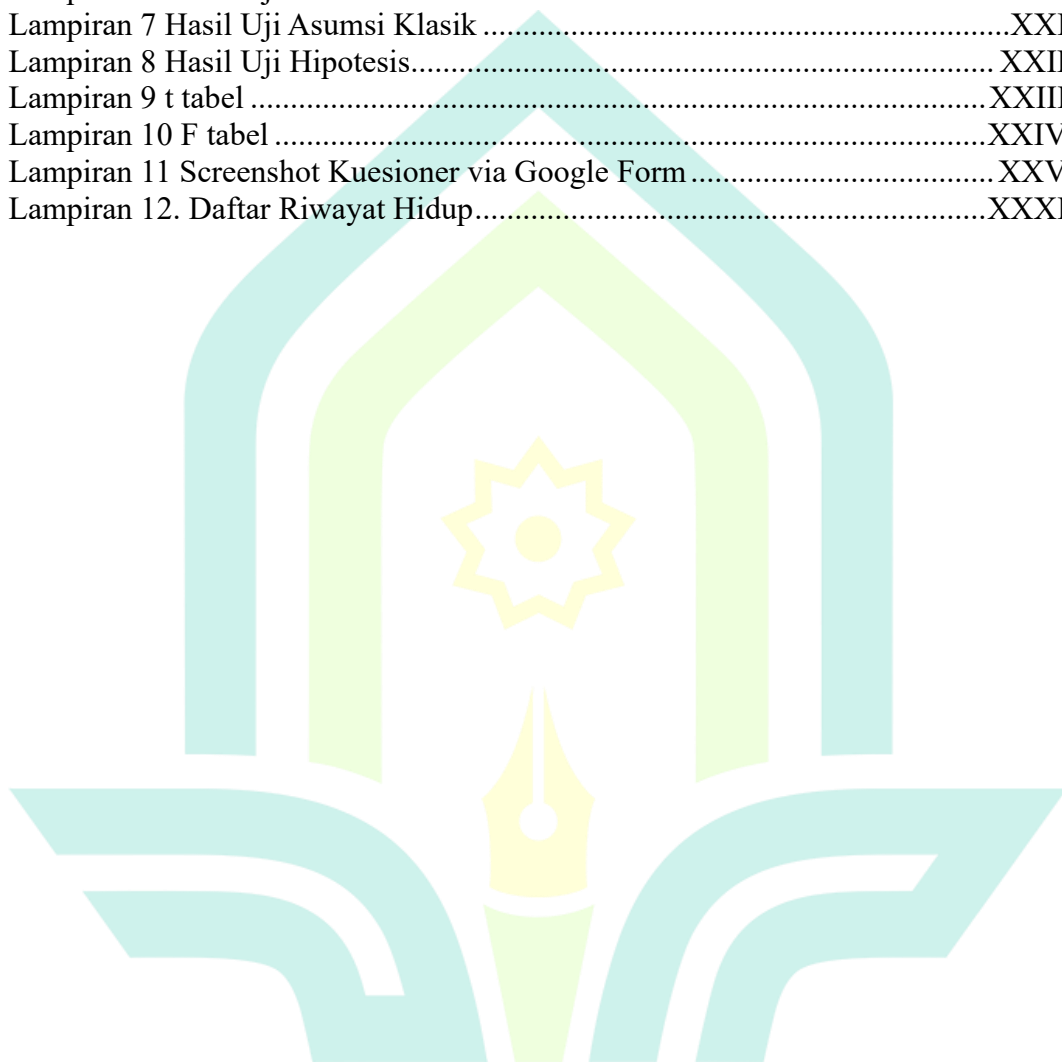
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah penduduk kota Medan menurut agama yang dianut4



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian.....	I
Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian Mahasiswa	II
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	IV
Lampiran 4 Tabulasi Data Responden	VII
Lampiran 5 Identitas Responden.....	XIII
Lampiran 6 Hasil Uji Instrumen Penelitian	XVIII
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	XXI
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis.....	XXII
Lampiran 9 t tabel	XXIII
Lampiran 10 F tabel	XXIV
Lampiran 11 Screenshot Kuesioner via Google Form	XXV
Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup.....	XXXI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah telah mengalami kemajuan signifikan dalam beberapa tahun belakangan ini di ASEAN dan di tingkat internasional. Saat ini, lebih dari 70 negara di seluruh dunia telah memasukkan perbankan syariah ke dalam sistem keuangan mereka. Meningkatnya perbankan syariah di ASEAN beberapa tahun terakhir disebabkan oleh peningkatan kesadaran publik akan pentingnya sistem keuangan yang berbasis syariah, serta dukungan pemerintah untuk pengembangan industri perbankan syariah. Selain itu, industri perbankan syariah memiliki banyak peluang di ASEAN. ASEAN memiliki potensi besar untuk menjadi pusat pengembangan perbankan syariah di Asia, dengan kawasan dengan ekonomi terbesar keempat di dunia. Beberapa negara yang paling maju dalam mengembangkan perbankan syariah termasuk Malaysia, Arab Saudi, Uni Emirat Arab, Qatar dan Indonesia. Saat ini, di Malaysia terdapat lebih dari 17 bank syariah domestik dan 5 bank syariah internasional yang sudah beroperasi, sementara 15 bank lainnya sedang berusaha untuk mengembangkan skema perbankan syariah (Ghozali, Azmi, and Nugroho 2019).

Keberadaan sistem bank syariah di Indonesia semakin kuat setelah pembaruan Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 melalui Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, perubahan ini secara jelas menegaskan keberadaan dan peran penting bank. Revisi ini memberikan pengakuan resmi terhadap fungsi

dan operasional bank dalam sistem keuangan nasional, yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil (Wilardjo 2019).

Bank syariah adalah institusi keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. Prinsip-prinsip ini melarang praktik-praktik yang bertentangan dengan ajaran Islam, seperti riba (bunga), gharar (ketidak pastian), dan maisir (perjudian). Oleh karena itu, produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah dirancang untuk mematuhi hukum syariah dan memberikan alternatif yang etis bagi umat Muslim (Keuangan n.d.).

Menurut pernyataan Direktur Utama PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), Hery Gunardi, yang dikutip dari CNN Indonesia pada November 2020, terdapat 30,27 juta masyarakat muslim yang menjadi nasabah bank syariah di Indonesia. Angka ini menggambarkan pangsa pasar bank syariah yang cukup baik di negara dengan mayoritas penduduk muslim seperti Indonesia (Wicaksono, 2021). Dengan demikian, peluang untuk mengembangkan perbankan syariah di Indonesia sangat baik dilihat dari luasnya segmen pasar yang ada. Namun bagaimana dengan masyarakat non muslim apakah mereka tertarik menggunakan produk lembaga keuangan syariah.

Keputusan non-Muslim untuk menjadi nasabah bank syariah merupakan hasil dari interaksi kompleks berbagai faktor, seperti keberagaman layanan yang ditawarkan, lokasi bank yang strategis, strategi promosi yang dijalankan oleh pihak bank, serta persepsi yang dimiliki oleh individu terhadap sistem perbankan syariah itu sendiri (Lubis, 2021). Dalam konteks perilaku konsumen, proses pengambilan keputusan tidak terjadi secara instan, melainkan melalui tahapan-tahapan yang

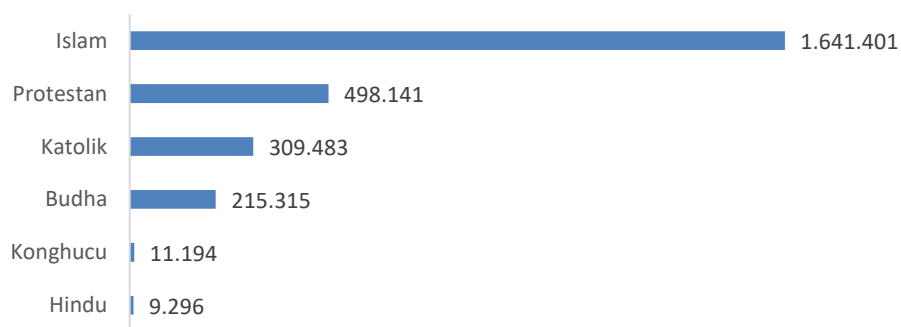
kompleks hingga akhirnya individu memilih suatu produk atau layanan tertentu (M. A. Firmansyah 2018).

Persepsi yang terbentuk dalam diri setiap orang sangat dipengaruhi oleh latar belakang pengetahuan, pemahaman, serta pengalaman mereka terhadap suatu objek, dalam hal ini bank syariah. Masyarakat yang memiliki pemahaman yang baik mengenai prinsip dan manfaat dari sistem perbankan syariah, terutama sistem bagi hasil yang tidak ditemukan dalam bank konvensional, cenderung membentuk persepsi positif yang pada akhirnya mendorong keputusan untuk menjadi nasabah (Lestari and Masruchin 2023). Dalam hal ini, persepsi merupakan hasil interpretasi dan pemahaman seseorang terhadap informasi yang diterimanya, yang kemudian membentuk cara berpikir dan pengambilan keputusan terhadap objek tersebut (Kurniawan and Fasa, 2025).

Selain persepsi, faktor promosi juga memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan konsumen. Dalam pemasaran syariah, promosi tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan produk, tetapi juga untuk memengaruhi dan mengingatkan konsumen dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, keadilan, serta menghindari unsur manipulatif (Sopyan Khoerudin, dkk, 2025). Promosi yang dilakukan dapat berupa iklan yang menyampaikan nilai dan manfaat produk melalui media cetak, elektronik, maupun media sosial. Kegiatan periklanan tersebut merupakan bagian dari strategi manajemen pemasaran yang harus dirancang secara efektif dan efisien agar mampu menarik perhatian masyarakat dan mendukung tercapainya tujuan lembaga keuangan syariah (Risnawati and Fasa, 2023).

Penelitian ini berlokasi di Kota Medan, sebuah kota besar di Indonesia yang memiliki tingkat keberagaman etnis dan agama yang sangat tinggi. Gambar di bawah ini menunjukkan jumlah penduduk menurut agama yang dianut masyarakat kota Medan :

Gambar 1. 1 Jumlah penduduk kota Medan menurut agama yang dianut



Sumber : Badan Pusat Statistik Sumatera Utara (2020)

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat, dengan jumlah penganut agama Islam yang sangat dominan (1.641.401 orang), sedangkan agama Protestan, Katolik, Budha, Konghucu, dan Hindu berada dalam kelompok minoritas, mereka tetap menjadi bagian penting dari populasi dan pasar potensial bagi bank syariah. Non-Muslim yang berjumlah sekitar 1.043.429 orang (jika dijumlahkan).

Kota Medan sebagai salah satu kota metropolitan terbesar di Indonesia juga mengalami pertumbuhan signifikan dalam penyediaan layanan perbankan syariah. Hal ini ditunjukkan oleh banyaknya kantor bank syariah yang tersebar di berbagai wilayah Kota Medan ;

Tabel 1. 1 Bank syariah di Kota Medan

No.	Bank Syariah di Kota Medan	Jumlah Kantor
1.	BCA Syariah	2
2.	Bank Mega Syariah	4
3.	Bank Bukopin Syariah	1
4.	BTN Syariah	2
5.	BTPN Syariah	1
6.	Bank Syariah Indonesia (BSI)	25
7.	Bank SUMUT Syariah	8
8.	Bank Aceh Syariah	1
9.	Bank Nano Syariah	1
10.	BPRS	4
11.	Bank CIMB Niaga Syariah	1

Berdasarkan data yang tersedia, terdapat 50 kantor layanan bank syariah dari berbagai institusi perbankan seperti BCA Syariah, Bank Mega Syariah, Bank Bukopin Syariah, BTN Syariah, BTPN Syariah, Bank SUMUT Syariah, Bank Aceh Syariah, Bank Nano Syariah, BPRS, Bank CIMB Niaga Syariah, serta Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI sendiri menjadi bank dengan jumlah kantor terbanyak, yaitu sebanyak 25 kantor di Kota Medan (BSI, 2020).

Masyarakat kota Medan memiliki ketertarikan tinggi terhadap bank syariah, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah penyaluran pembiayaan, berikut data perbandingan jumlah penyaluran pembiayaan di Kota Medan untuk berbagai kategori pada bulan Februari 2021 dan Februari 2022 :

Tabel 1. 2 Penyaluran pembiayaan pada bank syariah di Kota Medan

No	Jenis	Februari 2021	Februari 2022
		(miliar)	(miliar)
1	Konsumsi (bukan UMKM)	7.250	8.822
2	Investasi bukan UMKM	2.121	1.909
3	Pembiayaan modal kerja UMKM	1982	1914
4	Investasi UMKM	859	958
5	Pembiayaan modal kerja bukan UMKM	796	922

Sumber: Statistik Perbankan Syariah (SPS) Februari 2022 dan Februari 2021(OJK, 2022)

Berdasarkan sumber dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2022 jumlah penyaluran pembiayaan. Meningkatnya jumlah penyaluran pembiayaan di Kota Medan dari tahun 2021 ke 2022. Peningkatan ini pengaruhnya terlihat dari berbagai motivasi, yang tercermin dalam beragam jenis pembiayaan yang tersedia bagi nasabah perbankan syariah. Pada data diatas menunjukkan adanya peningkatan jumlah penyaluran pembiayaan di Kota Medan dalam waktu satu tahun, dihitung dari februari 2021 sampai februari 2022 yaitu sejumlah 1.517 miliar rupiah, dengan total keseluruhan pertahunnya yaitu februari 2021 sejumlah 13.008 miliar rupiah dan februari 2022 sejumlah 14.525 miliar rupiah.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah seperti penelitian yang dilakukan oleh Zuhirsyan and Nurlinda (2021) religiusitas berpengaruh untuk nasabah muslim, namun untuk non-Muslim, faktor motivasi dan persepsi (terutama pada etika bank syariah) lebih signifikan. Bank yang dianggap

beretika, jujur, dan adil menjadi pilihan favorit. Pada penelitian Jureid (2021) pelayanan (customer service, kenyamanan, efisiensi transaksi) adalah faktor paling dominan yang mendorong keputusan non-Muslim memilih bank syariah setelah faktor Pengetahuan (literasi), dan promosi (iklan, kampanye informasi). Demikian juga Rifai and Wijaya (2019) Penelitian ini berfokus pada persepsi masyarakat Tionghoa non-Muslim di Medan terkait minat mereka menggunakan layanan bank syariah, banyak responden awalnya ragu karena menganggap bank syariah eksklusif untuk Muslim, Namun setelah menggunakan jasa perbankan, tingkat kepuasan tinggi terhadap layanan mendorong mereka untuk tetap menjadi nasabah, produk tanpa riba dinilai menarik secara etis oleh sebagian non muslim, pelayanan ramah, etika transaksi, dan keterbukaan informasi menjadi faktor kunci membentuk persepsi positif.

Dari fenomena-fenomena diatas menarik penulis untuk meneliti kembali tentang faktor-faktor psikologis dan sosial yang juga bisa menjadi penentu penting dalam pengambilan keputusan nasabah non muslim.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi dan promosi terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah bank syariah berdomisili di Kota Medan. Dengan demikian peneliti memandang penting untuk meneliti lebih lanjut “Pengaruh Persepsi dan Promosi Terhadap Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Medan”. Dengan harapan penelitian ini bisa mengisi kesenjangan literatur yang ada dengan menyajikan wawasan baru tentang bagaimana persepsi dan promosi mempengaruhi keputusan non muslim dalam memilih bank syariah, khususnya di wilayah Kota Medan.

B. Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana pengaruh persepsi terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah perbankan syariah di kota Medan?
- 2) Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah perbankan syariah di kota Medan?
- 3) Bagaimana pengaruh persepsi dan promosi terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah perbankan syariah di kota Medan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

- 1) Untuk menganalisis pengaruh persepsi terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah perbankan syariah di kota Medan.
- 2) Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah perbankan syariah di kota Medan.
- 3) Untuk menganalisis pengaruh persepsi dan promosi terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah perbankan syariah di kota Medan.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Dimana manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti sejenis dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan untuk mengembangkan ilmu

pengetahuan untuk perkembangan dan kemajuan dunia pendidikan khususnya yang berkenaan dengan dunia perbankan syariah.

- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah dan motivasi untuk peneliti selanjutnya.

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan di bidang ekonomi Islam khususnya perbankan syariah.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan agar dapat menambah wawasan peneliti tentang perbankan syariah dan mengetahui pandangan masyarakat terhadap perbankan syariah.
- c. Bagi kampus, penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi sarana untuk menambah wawasan tentang perbankan syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan pada penelitian ini terbagi menjadi 5 (lima) bab, antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan uraian dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini membahas teori yang relevan dengan penelitian keputusan non-muslim menjadi nasabah perbankan syariah di Kota Medan yang dipengaruhi oleh persepsi dan promosi. Terdiri dari teori perilaku konsumen, pengertian, dan indikator persepsi, promosi, dan keputusan menjadi nasabah. Landasan teori didasarkan pada skripsi, buku, jurnal penelitian, terbitan resmi pemerintah, dan lembaga lainnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan paparan metode penelitian dan analisis data yang digunakan untuk menganalisis pengaruh persepsi dan faktor promosi terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah perbankan syariah di Kota Medan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Bab ini berisi tentang paparan data, temuan penelitian yang disajikan dalam topik sesuai dengan pertanyaan penelitian dan hasil analisis data.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang berkaitan dengan masalah-masalah aktual dari temuan penelitian yang dikemukakan pada bab terdahulu.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

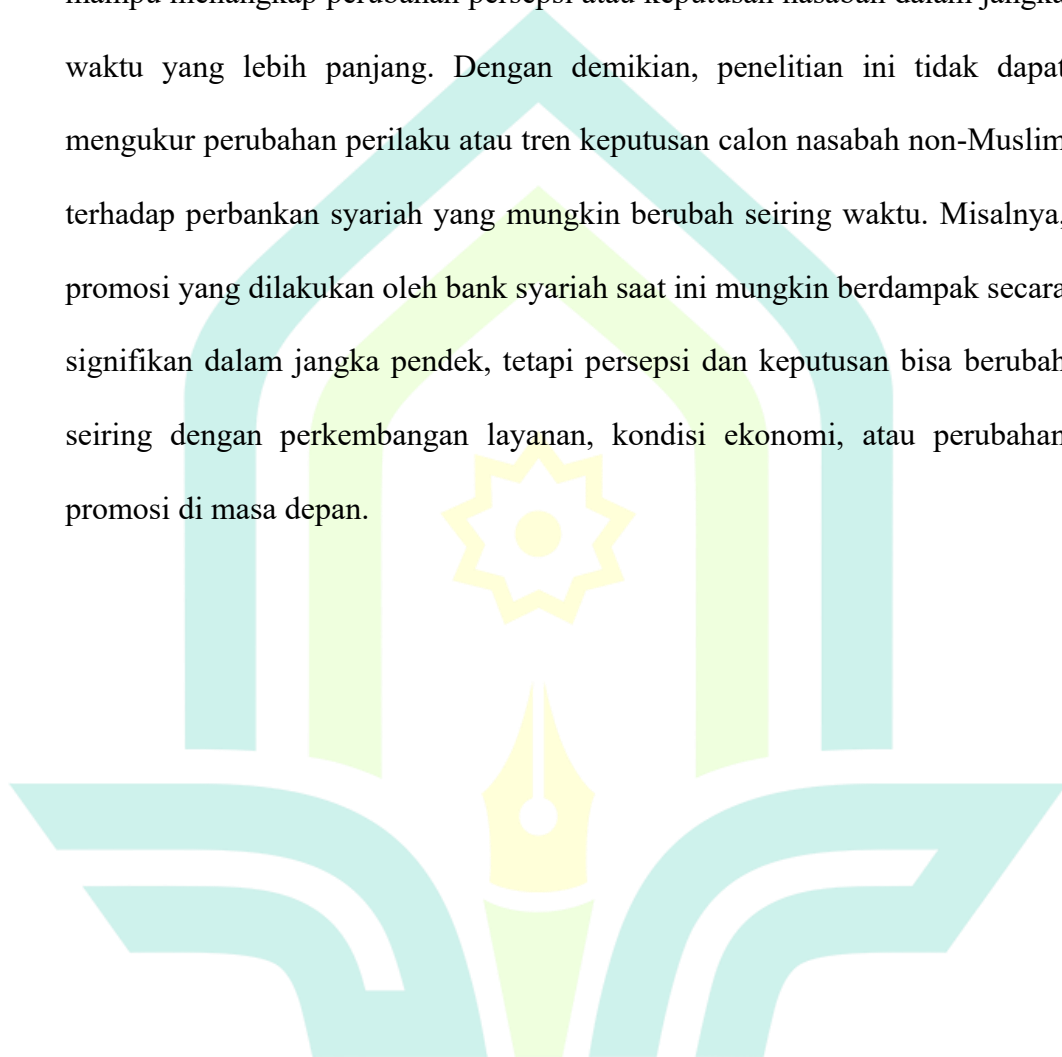
Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh persepsi dan promosi terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah perbankan syariah di Kota Medan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Persepsi memainkan peran yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan non muslim untuk memilih perbankan syariah. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa persepsi positif, yang mencakup pemahaman yang baik mengenai konsep syariah, kepercayaan terhadap transparansi dan keadilan sistem perbankan syariah, serta pengalaman yang dirasakan, memberikan dampak signifikan terhadap keputusan calon nasabah. Hal ini menandakan bahwa persepsi yang dibangun oleh perbankan syariah, baik melalui pengalaman langsung maupun informasi yang diterima, dapat membentuk pandangan positif yang mendorong keputusan calon nasabah non muslim.
- b. Promosi memainkan peran penting dalam membangun kesadaran dan menarik non muslim untuk menjadi nasabah perbankan syariah. Promosi yang berkelanjutan dan inovatif, yang disertai penjelasan mengenai keunggulan serta perbedaan mendasar dari perbankan konvensional, mampu mendorong non muslim untuk menjadikan perbankan syariah sebagai pilihan. Promosi yang efektif melalui media massa, digital, serta pendekatan personal mampu meningkatkan pengetahuan calon nasabah tentang produk syariah dan mendorong keputusan mereka untuk memilih perbankan syariah.

B. Keterbatasan Penelitian

a. Pendekatan waktu yang terbatas

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *cross sectional*, di mana data dikumpulkan dalam satu periode waktu tertentu. Pendekatan ini tidak mampu menangkap perubahan persepsi atau keputusan nasabah dalam jangka waktu yang lebih panjang. Dengan demikian, penelitian ini tidak dapat mengukur perubahan perilaku atau tren keputusan calon nasabah non-Muslim terhadap perbankan syariah yang mungkin berubah seiring waktu. Misalnya, promosi yang dilakukan oleh bank syariah saat ini mungkin berdampak secara signifikan dalam jangka pendek, tetapi persepsi dan keputusan bisa berubah seiring dengan perkembangan layanan, kondisi ekonomi, atau perubahan promosi di masa depan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. 1st ed. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Agung Widhi Kurniawan, Zarah Puspitaningtyas. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi 1. Yogyakarta: PANDIVA BUKU.
- Ariska, Apri Diana. 2020. "Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan BPRS Bumi Artha Sampang." *AmaNU: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi* 3(2):198–210.
- Asrori. 2020. *Psikologi Pendidikan Pendekatan Multidisipliner*. Edisi 1. Banyumas: Pena Persada.
- BSI. 2020. "Jaringan Kami Bank Syariah Indonesia (BSI)." *Bank Syariah Indonesia (BSI)* 1. Retrieved June 13, 2025 (<https://www.bankbsi.co.id/jaringan?page=75>).
- Dewanti, Ihza Alfi. 2021. "Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Madiun S Parman."
- Elsyarif, Dafiari, Rita Agustiar, Rahman Peliza, and Dafiari Syarif. 2024. "Pengaruh Persepsi Guru MTSN 2 Kota Sungai Penuh Tentang Kehadiran Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Sungai Penuh." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)* 10(1):57–68. doi: 10.35384/jemp.v10i1.515.
- Febri Annisa Sukma putri, Dkk. 2020. "Pengaruh Persepsi Dan Perilaku Masyarakat Terhadap Minat Pada Pembiayaan Mikro Di Perbankan Syariah." *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 6:607–11. doi: <http://dx.doi.org/10.29313/syariah.v6i2.23759>.
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Vol. 5 No. 1st ed. Yogyakarta: Deepublish Cv Budi Utama.
- Firmansyah, Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Vol. 6. 1st ed. edited by T. Q. Media. Pasuruan: Qiara Media.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen*. 1st ed. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Ghozali, Mohammad, Muhammad Ulul Azmi, and Wahyu Nugroho. 2019. "Perkembangan Bank Syariah Di Asia Tenggara: Sebuah Kajian Historis." *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah* 4(1):44. doi: 10.22219/jes.v4i1.8700.
- Janna, Nilda Miftahul, and Herianto. 2021. "Artikel Statistik Yang Benar." *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)* (18210047):1–12.

- Jureid, Anjur Perkasa Alam dan. 2021. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Medan." *Islamic Circle* 2(1):16–27. doi: 10.56874/islamiccircle.v2i1.483.
- Kuangan, Otoritas Jasa. 2022. "Statistika Perbankan Syariah (SPS) Februari 2022 Dan Februari 2021." *Otoritas Jasa Keuangan* 1–23. Retrieved (<https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Februari-2022/STATISTIK PERBANKAN SYARIAH - FEBRUARI 2022.pdf>).
- Kuangan, Otoritas Jasa. n.d. "Prinsip Dan Konsep Dasar Perbankan Syariah." *Ojk.Go.Id*. Retrieved (<https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Prinsip-dan-Konsep-PB-Syariah.aspx>).
- Komariyah, Fitri. 2020. "Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Sidoarjo Dan Surabaya." *Media Mahardhika* 18(3):341–44. doi: 10.29062/mahardhika.v18i3.172.
- Kurniawan, Riski, and Muhammad Iqbal Fasa. 2025. "Implementasi Penyaluran Pembiayaan Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Sesuai Dengan Penerapan Green Banking." *Jiic: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA* 2(April):6938–46.
- Lestari, Novieati Dwi, and Masruchin. 2023. "Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah."
- Mertha Jaya, I. Made Laut. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori, Penerapan, Dan Riset Nyata*. 3rd ed. Yogyakarta: Quadrant.
- Murtati. 2023. "Persepsi Masyarakat Kecamatan Kuantan Tengah Terhadap Penggunaan Financial Teknologi Pada Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Teluk Kuantan." *Uhanperak* 4(1):714–29.
- Mustika, Riska Jaya. 2021. "Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie."
- Nasution, Hidayat. 2024. "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Belawan." *SKYLANDSEA PROFESIONAL Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi* 4(2):19054–61.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. 2021. *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran*. 1st ed. Yogyakarta: Idea Press.
- Ningsih, Setia, and Hendra H. Dukalang. 2019. "Penerapan Metode Suksesif Interval Pada Analsis Regresi Linier Berganda." *Jambura Journal of Mathematics* 1(1):43–53. doi: 10.34312/jjom.v1i1.1742.
- Nurhidayanti. 2020. "Pengaruh Promosi Dan Persepsi Masyarakat Tentang

Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Lingkungan Taman Kelurahan Karang Baru Kecamatan Selaparang Kota Mataram.”

Philip Kotler, Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. Vol. 22. 15th ed. edited by S. Wall. United States of America: Pearson Education Limited.

Purnomo, Rochmat Aldy. 2017. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. 1st ed. edited by Puput Cahya Ambarwati. Ponorogo: Wade Group.

Putri Nugraha, Jefri, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojiati, Gazi Saloom, Rosmawati, Fathihani, Rene Johannes, Kristia, Mail Batin, Widya Jati Lestari, and Maria Khatimah, HusnilFatima Beribe. 2021. *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*. Edisi 1. edited by A. Jibril. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM - Anggota IKAPI).

Putri Yana Deswita Salwa, Putri Septiani, Dina Restiani, Mukhlisotul Jannah, Wahyu Hidayat. 2023. “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Tangerang Menjadi Nasabah Bank Syariah.” *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary* 1. doi: 10.51675/jib.v3i2.445.

Rahmadi. 2011. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Vol. 129. 1st ed. edited by Syahrani. Banjarmasin: Antasari Press.

Rifai, Nur, and Taufiq Wijaya. 2019. “Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah.” *Journal of Finance and Islamic Banking* 2(1):93. doi: 10.22515/jfib.v2i1.1811.

Risnawati, Sentia, and Muhammad Iqbal Fasa. 2023. “Peran Iklan Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Syariah.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)* 4(1):19–26. doi: 10.57084/jmb.v4i1.938.

Saputra, Riski. 2020. “Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah.”

Sari, Puspita. 2022. “Pengaruh Persepsi Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Demang Palembang.”

Savitri, Citra, Syifa Pramudita Faddila, Hanif Rani Iswari, Choirul Anam, Silvana Syah, Sri Rochani Mulyani, and Pardomuan Sihombing. 2021. *Statistik Multivariat Dalam Riset*. 1st ed. edited by Iskandar Ahmaddien. Bandung: Widina Bhakti Persada.

Setiadi Nugroho. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Shinta, Rini Dwiastuti dan Agustina. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Vol. 51. 1st ed. edited by Tim UB Press. Malang: UB Press.

Sopyan Khoerudin, Noven Lukito Hadi Saputro, Muhammad Fajrul Falah. 2025.

- “Penerapan Buran Pemasaran Syariah Pada Produk KPR BTN Syariah Kantor Cabang Surabaya.” *JIEI : Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11(1):1–14.
- Sujarweni, Wiratna. 2019. *Spss Untuk Penelitian*. Vol. 192. Yogyakarta: Pustaka baru press.
- Sumut, Badan Pusat Statistik. 2020. “Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan Dan Agama Yang Dianut 2020.” *Sumut.Bps.Go.Id* Sosial Budaya. Retrieved (<https://sumut.bps.go.id/statictable/2021/04/21/2289/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-dan-agama-yang-dianut-2020.html>).
- Sunarsi, Sidik Priadana dan Denok. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Vol. 6. 1st ed. edited by Della. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Tua, Geo Vanny Maruli, Andri, and Ira Meike Andariyani. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru.” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1(04):140–54. doi: 10.56127/jukim.v1i04.266.
- Tutik Pebrianti, Dkk. 2024. *Teori Pengambilan Keputusan*. 1st ed. edited by Efitra. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia.
- Uluwiyah, Anisatun Nurul. 2022. *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. 1st ed. edited by Benny Kurniawan dan Siti Fatimah. Yogyakarta: Multi Pustaka Utama.
- Walgito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. IV. Yogyakarta: ANDI.
- Wardani, Anjani Resti Widia. 2020. “Analisis Persepsi Non Muslim Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Jatim Syariah Cabang Madiun.” IAIN Ponorogo.
- Wibisono, Aryo, Mohammad Rofik, and Edy Purwanto. 2019. “Penerapan Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Penyelesaian Skripsi Mahasiswa.” *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara* 3(1):30. doi: 10.29407/ja.v3i1.13512.
- Wicaksono, Adhi. 2021. “180 Juta Umat Muslim, Baru 30 Juta Jadi Nasabah Bank Syariah.” *CNN Indonesia*. Retrieved (<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210210164446-78-604821/180-juta-umat-muslim-baru-30-juta-jadi-nasabah-bank-syariah>).
- Wijonarko, Gugus. 2023. *Pengambilan Keputusan Bisnis*. 1st ed. edited by H. A. Yogyakarta: KYTA Jaya Mandiri.
- Wilardjo, Setia Budhi. 2019. “Pengertian, Peranan Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia.” *Unimus* 2(No.1).
- Yulia, farida, Lamsah, and Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. 1st ed. Yogyakarta: Deepublish.
- Zuhirsyan, Muhammad, and Nurlinda Nurlinda. 2021. “Pengaruh Religiusitas,

Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah.” *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2(2):114–30. doi: 10.46367/jps.v2i2.342.

