

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah bank syariah yang ada di Kota Palangka Raya Provinsi Kalimantan Tengah. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat non muslim yang menjadi nasabah bank syariah di Kota Palangka Raya.

1. Karakteristik Responden

Peneliti berhasil mengumpulkan data sebanyak 10 kuesioner dari survei yang bersifat *online*, dan 140 kuesioner dari survei yang bersifat langsung. Dari total 150 kuesioner, peneliti berhasil mengumpulkan data yang memenuhi kriteria sebanyak 88 kuesioner yang dapat diolah. Dari 88 kuesioner tersebut, tidak ada data *outlier*. Oleh karena itu, total kuesioner yang diolah dengan baik adalah sebanyak 88 kuesioner. Berikut merupakan tabel karakteristik data berdasarkan hasil pengisian kuesioner :

Tabel 4. 1
Karakteristik Data Berdasarkan Hasil Pengisian Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuesioner terkumpul	150	100%
Kuesioner memenuhi kriteria	88	59%
Kuesioner tidak memenuhi kriteria	72	41%
Data outlier	0	0
Kuesioner yang dapat diolah	88	59%

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

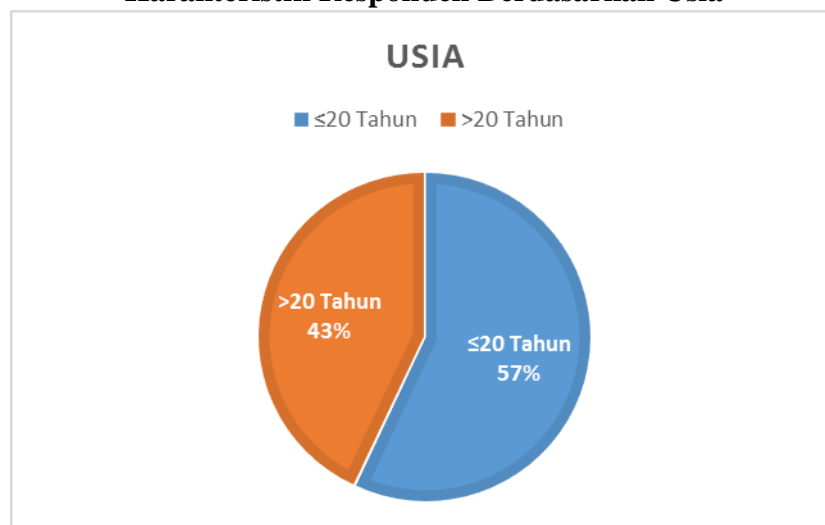
Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden
1	Laki-laki	40
2	Perempuan	48
Jumlah		88

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas, diketahui bahwa dari 88 responden yang memenuhi kriteria dan data yang dapat diolah, terdapat 45% responden berjenis kelamin laki-laki atau hanya sebanyak 40 orang. Mayoritas responden yang sesuai dengan kriteria dan data yang dapat diolah berjenis kelamin perempuan, yaitu mencapai 54% atau jika dikalkulasikan mencapai 48 orang.

Gambar 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

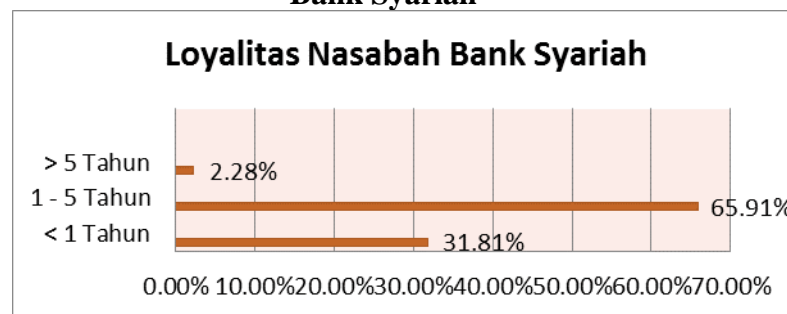


Sumber : Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Berdasarkan pada gambar 4.1, dapat diketahui bahwa responden yang memenuhi kriteria terdiri dari dua jenis usia. Dari total 88 responden yang

memenuhi kriteria, terdapat 43% atau 38 orang masyarakat non muslim yang berusia ≤ 20 tahun dan terdapat 57% atau 50 orang masyarakat non muslim yang berusia > 20 tahun.

Gambar 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Loyalitas Menjadi Nasabah Bank Syariah



Sumber : Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Berdasarkan pada gambar 4.2, dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan loyalitas menjadi nasabah perbankan syariah. Responden yang telah menjadi nasabah lebih dari 5 tahun hanya berjumlah 2 orang atau kontribusinya dalam penelitian ini hanya sebesar 2,28%. Responden yang telah menjadi nasabah perbankan syariah dalam kurun waktu 1 sampai dengan 5 tahun berjumlah 58 orang atau memiliki tingkat kontribusi paling besar dalam penelitian ini yang mencapai 65,91%. Kontribusi lainnya yang mencapai 31,81% atau 28 orang ditunjang oleh responden yang baru menjadi nasabah perbankan syariah dalam jangka waktu kurang dari 1 tahun.

B. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Uji Validitas

Salah satu usaha peneliti yang dilakukan untuk mendapatkan hasil penelitian yang akurat dan dapat diandalkan, maka selanjutnya melakukan uji validitas. Uji validitas berguna untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika kuesioner dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Nazaruddin dan Basuki (2015) menyatakan bahwa instrumen penelitian akan dinyatakan valid apabila $KMO > 0,5$.

Kuesioner yang digunakan bersifat langsung yang disebar luaskan, kemudian mendapatkan sebanyak 54 responden. Hasil tersebut di sortir kembali sesuai kriteria yang telah ditentukan, Sehingga hasil akhir responden yang sesuai dengan kriteria berjumlah 40 orang terdiri dari laki-laki dan perempuan.

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan menggunakan SPSS 15.0 diperoleh hasil uji validitas untuk masing-masing pertanyaan yang terdapat pada setiap variabel dalam kuesioner, yaitu sebagai berikut:

a. Variabel Minat

Tabel 4. 3
Hasil Uji Validitas Variabel Minat

Item	Component Matrix	Kesimpulan
Minat 1	.886	Valid
Minat 2	.765	Valid
Minat 3	.819	Valid
Minat 4	.887	Valid
Minat 5	.937	Valid
Nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = .789		

sumber: Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Mengacu pada hasil uji validitas terhadap variabel minat yang terdiri dari 5 item pertanyaan yang terdapat pada tabel 4.3 maka dapat dinyatakan bahwa semua item pertanyaan telah valid, dikarenakan nilai $KMO = 0,789 > 0,5$. Setiap komponen pertanyaan telah memenuhi syarat dengan menunjukkan nilai *component matrix* $> 0,5$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan yang mewakili variabel minat dapat digunakan untuk mengumpulkan data sesuai yang diperlukan dalam penelitian.

b. Variabel Lokasi

Tabel 4. 4
Uji Validitas Variabel Lokasi

Item	Component Matrix	Kesimpulan
Lokasi 1	.787	Valid
Lokasi 2	.592	Valid
Lokasi 3	.831	Valid
Lokasi 4	.641	Valid
Lokasi 5	.603	Valid
Nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = .660		

Sumber: Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Mengacu pada hasil uji validitas terhadap variabel lokasi yang terdiri dari 5 item pertanyaan yang terdapat pada tabel 4.4 maka dapat dinyatakan bahwa semua item pertanyaan telah valid, dikarenakan nilai KMO = 0,660 > 0,5. Setiap komponen pertanyaan telah memenuhi syarat dengan menunjukkan nilai *component matrix* > 0,5. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan yang mewakili variabel lokasi dapat digunakan untuk mengumpulkan data sesuai yang diperlukan dalam penelitian.

c. Variabel Pelayanan

Tabel 4. 5
Uji Validitas Variabel Pelayanan

Item	Component Matrix	Kesimpulan
Pelayanan 1	.729	Valid
Pelayanan 2	.812	Valid
Pelayanan 3	.859	Valid
Pelayanan 4	.804	Valid
Pelayanan 5	.876	Valid
Nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = .775		

Sumber: Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Mengacu pada hasil uji validitas terhadap variabel pelayanan yang terdiri dari 5 item pertanyaan yang terdapat pada tabel 4.5, maka dapat dinyatakan bahwa semua item pertanyaan *valid*, dengan nilai $KMO = 0,775 > 0,5$. Setiap komponen pertanyaan telah memenuhi syarat dengan menunjukkan nilai *component matrix* $> 0,5$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan yang mewakili variabel pelayanan dapat digunakan untuk mengumpulkan data sesuai yang diperlukan dalam penelitian.

d. Variabel *Profit Sharing*

Tabel 4. 6
Uji Validitas Variabel *Profit Sharing*

Item	Component Matrix	Kesimpulan
<i>Profit s 1</i>	.900	Valid
<i>Profit s 2</i>	.864	Valid
<i>Profit s 3</i>	.876	Valid
<i>Profit s 4</i>	.784	Valid
<i>Profit s 5</i>	.859	Valid
Nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = .828		

Sumber: Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Mengacu pada hasil uji validitas terhadap variabel *profit sharing* yang terdiri dari 5 item pertanyaan yang terdapat pada tabel 4.6, maka dapat dinyatakan bahwa semua item pertanyaan telah valid, dikarenakan nilai $KMO = 0,828 > 0,5$. Setiap komponen pertanyaan telah memenuhi syarat dengan menunjukkan nilai *component matrix* $> 0,5$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan yang mewakili variabel *profit sharing* dapat digunakan untuk mengumpulkan data sesuai yang diperlukan dalam penelitian.

e. Variabel Informasi Keuangan

Tabel 4. 7
Uji Validitas Variabel Informasi Keuangan

Item	Component Matrix	Kesimpulan
IK 1	.907	Valid
IK 2	.932	Valid
IK 3	.901	Valid
IK4	.895	Valid
IK5	.920	Valid
Nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = .832		

Sumber: Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Mengacu pada hasil uji validitas terhadap informasi keuangan yang terdiri dari 5 item pertanyaan yang terdapat pada tabel 4.7 maka dapat dinyatakan bahwa semua item pertanyaan telah valid, dikarenakan nilai KMO = 0,832 > 0,5. Setiap komponen pertanyaan telah memenuhi syarat dengan menunjukkan nilai *component matrix* > 0,5. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan yang mewakili variabel informasi keuangan dapat digunakan untuk mengumpulkan data sesuai yang diperlukan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas mencakup dua hal yang utama yaitu stabilitas dan konsistensi internal dari pengukuran. Suatu instrumen kuesioner dinyatakan reliabel jika di uji cobakan secara berulang-ulang pada kelompok yang sama cenderung menghasilkan data yang tidak jauh berbeda.

Kriteria untuk menunjukkan suatu instrumen kuesioner adalah reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar atau sama dengan batas yang telah ditentukan (standarisasi) sebesar 0,70 (Nazaruddin dan Basuki, 2015). Teknik analisis yang digunakan dalam uji reliabilitas ini menggunakan pengujian *Cronbach's Alpha*.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Minat	.911	Reliable
Lokasi	.732	Reliable
Pelayanan	.871	Reliable
<i>Profit sharing</i>	.906	Reliable
Informasi Keuangan	.947	Reliable

Sumber: Data primer diolah oleh peneliti tahun 2018

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa telah diperoleh perhitungan koefisien *cronbach alpha* dari kelima variabel di atas $> 0,70$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan baik yang mewakili variabel dependen maupun independen telah reliabel.

C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan regresi linier berganda. Uji asumsi klasik ini juga digunakan untuk memastikan bahwa data penelitian valid, tidak bias, efisiensi dalam

penaksiran regresi serta konsisten. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan dengan uji F, uji T, dan R_2 perlu dilakukan terlebih dahulu uji asumsi klasik yang terbagi menjadi uji normalitas data, uji multikolinieritas, serta uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi variabel dependen dan independen keduanya berdistribusi normal, karena regresi yang baik sejatinya berdistribusi normal. Tujuan dari uji normalitas data ini adalah untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian telah berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas data dilakukan dengan uji kolmogorov-smirnov. Hasil uji normalitas data disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Normalitas Data

No	Uraian	Understandarized Residual
1	Kolmogorov-Smirnov Z	.823
2	Asymp. Sig (2-tailed)	.508

Hasil uji normalitas data dengan menggunakan kolmogorov-smirnov test pada tabel 4.9 menghasilkan nilai kolmogorov-smirnov Z sebesar 0,823 dan Asymp.sig sebesar $0,508 > 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa data atau residual telah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas menunjukkan adanya hubungan antar variabel independen atau variabel yang menjelaskan. Model ini mensyaratkan memenuhi asumsi bahwa tidak ada hubungan antar variabel tersebut artinya tidak terdapat multikolinieritas. Indikator yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas mengacu pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. Jika nilai VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinieritas diantara variabel independen yang digunakan. Hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Lokasi	.704	1.420
Pelayanan	.450	2.220
<i>Profit s</i>	.354	2.828
Informasi K	.493	2.030

Sumber: Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Berdasarkan pada data yang dimuat dalam tabel 4.10 diatas, dapat dilihat bahwa variabel lokasi memiliki nilai VIF $1,420 < 10$ maka data variabel tersebut tidak terkena multikolinieritas. Variabel pelayanan memiliki nilai VIF $2,220 < 10$ maka data variabel tersebut tidak terkena multikolinieritas. Variabel *profit sharing* memiliki nilai VIF $2,828 < 10$ sehingga variabel tersebut tidak terkena multikolinieritas. Variabel

informasi keuangan memiliki nilai VIF $2,030 < 10$ sehingga data variabel tersebut tidak terkena multikolinearitas. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terkena multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dapat didefinisikan sebagai indikator terdapatnya varian yang berbeda dari unsur gangguan (*disturbance*) sedangkan syarat asumsi klasik yang harus terpenuhi adalah data bersifat homogen, varian dari unsur tersebut harus konstan. Varian atau data dapat dikatakan tidak terkena heteroskedastisitas apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	B	Std. Error	Beta	T	Sig
Constant	32.504	232.512		.140	.889
Lokasi	-1.523	12.634	-.015	-.121	.904
Pelayanan	31.660	16.405	.308	1.930	.057
<i>Profit s</i>	-16.674	19.050	-.158	-.875	.384
Informasi K	-13.110	15.085	-.133	-.869	.387

Sumber: Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang disajikan dalam tabel 4.11 diatas, dapat diketahui bahwa variabel lokasi memiliki nilai sig 0,904 > 0,05 maka tidak terkena heteroskedastisitas. Variabel pelayanan memiliki nilai sig 0,057 > 0,05 maka tidak terkena heteroskedastisitas. Variabel *profit sharing* menunjukkan nilai sig 0,384 > 0,05 maka tidak

terkena heteroskedastisitas. Variabel informasi keuangan menunjukkan nilai sig $0,387 > 0,05$ maka tidak terkena heteroskedastisitas. Berdasarkan pada uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai sig dari setiap variabel lebih besar dari 0,05 atau 5% maka dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif pada penelitian ini menyajikan jumlah data, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*) dan simpangan baku (*standar deviation*) dari variabel independen dan variabel dependen. Hasil statistik deskriptif ditunjukkan dalam tabel 4.12 dibawah ini:

Tabel 4. 12
Statistik Deskriptif

N		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MI	88	7	25	16.06	3.752
LO	88	5	25	15.25	3.621
PE	88	7	25	18.56	3.487
PS	88	7	25	16.15	3.389
IK	88	12	25	18.19	3.626
Valid N (listwise)	88				

Berdasarkan data yang dimuat dalam tabel 4.12 di atas, menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini sebanyak 88 sampel. Adapun hasil dari masing-masing pengujian terhadap setiap variabel dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel lokasi (X1) memiliki nilai minimum 5, nilai maksimum 25 rata-rata total jawaban responden (*mean*) adalah 15,25, dan simpangan baku (*standard deviation*) 3,621.
- b. Variabel pelayanan (X2) memiliki nilai minimum 7, nilai maksimum 25, rata-rata total jawaban responden (*mean*) adalah 18,56 dan simpangan baku (*standard deviation*) 3,487.
- c. Variabel *profit sharing* (X3) memiliki nilai minimum 7, nilai maksimum 25, rata-rata total jawaban responden (*mean*) adalah 16,15 dan simpangan baku (*standard deviation*) 3,389.
- d. Variabel informasi keuangan (X4) memiliki nilai minimum 12, nilai maksimum 25, rata-rata total jawaban responden (*mean*) adalah 18,19, dan simpangan baku (*standard deviation*) 3,626.
- e. Variabel minat (Y) memiliki nilai minimum 7, nilai maksimum 25, rata-rata total jawaban responden (*mean*) adalah 16,06 dan simpangan baku (*standard deviation*) 3,752.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dapat didefinisikan sebagai cara menguji untuk mengetahui seberapa besar variabel-variabel independen dapat memengaruhi variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi dalam model regresi semakin kecil (mendekati nol) maka kemampuan setiap variabel independen terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Berlaku sebaliknya, jika nilai yang mendekati satu (100%), maka setiap variabel independen memberikan

hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan atau memprediksi variabel dependen.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.806	.649	.632	2.276

Sumber: Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa variabel independen lokasi, pelayanan, *profit sharing*, dan informasi keuangan memiliki nilai signifikansi 0,632 atau 63,2%. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel independen yang terdiri dari lokasi, pelayanan, *profit sharing*, informasi keuangan dapat memengaruhi minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah sebagai variabel dependen sebesar 63,2%, sedangkan sisanya 36,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk ke dalam variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

4. Uji F (Uji Signifikan Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji semua variabel independen (X) apakah memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Y). Hasil pengujian tersebut disajikan dalam tabel 4.14 Sebagai berikut:

Tabel 4. 14
Hasil Uji F (Signifikansi Simultan)

	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4	198.692	38.357	.000(a)
Residual	83	5.180		
Total	87			

Sumber: Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Data yang terdapat pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa diperoleh nilai F sebesar 38,357 dengan nilai sig (0,000) < α (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari lokasi, pelayanan, *profit sharing*, informasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim sebagai variabel dependen.

5. Uji T (Uji signifikansi parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji hipotesis dengan melihat nilai koefisien regresi dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen dalam arti untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen yang telah ditentukan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan kriteria:

- 1) Bila nilai sig > α 0,05 artinya tidak signifikan (H Ditolak)
- 2) Bila nilai sig < α 0,05 artinya signifikan (H Diterima)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 15.0, diperoleh hasil yang disajikan dalam tabel 4.15, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 15
Hasil Uji T (Signifikansi Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.698	1.478		.472	.638
LOKASI	.345	.080	.333	4.298	.000
PELAYANAN	-.095	.104	-.088	-.909	.366
PROFIT SHARING	.686	.121	.620	5.666	.000
INFORMASI K.	.043	.096	.041	.445	.657

Sumber : Data primer diolah tahun 2018 menggunakan SPSS 15.0

Berdasarkan data pada tabel 4.15, memenuhi persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + 0,345 X_1 + -0.095 X_2 + 0,686 X_3 + 0,043 X_4 + e$$

- 1) Hipotesis 1 menyebutkan bahwa variabel lokasi (X_1) merupakan variabel yang diduga berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Hasil perhitungan diperoleh nilai sig (**0,000**) < α (**0,05**) dan arah koefisien regresi positif 0,333. Dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) **DITERIMA**.

- 2) Hipotesis 2 menyebutkan bahwa variabel pelayanan (X2) diduga berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai sig $(0,336) > \alpha (0,005)$ dan arah koefisien regresi $(-0,088)$. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Dengan demikian, hipotesis kedua (H₂) **DITOLAK**.
- 3) Hipotesis 3 menyebutkan bahwa variabel *profit sharing* (X3) diduga berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Hasil perhitungan diperoleh nilai sig $(0,000) < \alpha (0,005)$ dan arah koefisien regresi positif 0,620. Dapat disimpulkan bahwa *profit sharing* berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Dengan demikian hipotesis ketiga (H₃) **DITERIMA**.
- 4) Hipotesis 4 menyebutkan bahwa variabel informasi keuangan (X4) diduga berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Hasil perhitungan diperoleh nilai sig $(0,657) > \alpha (0,05)$ dan arah koefisien regresi positif 0,041. Dapat disimpulkan bahwa informasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Dengan demikian hipotesis keempat (H₄) **DITOLAK**.

Tabel 4. 16
RINGKASAN HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

KODE	HIPOTESIS	HASIL
H₁	Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah.	Diterima
H₂	Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah.	Ditolak
H₃	<i>Profit sharing</i> berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah.	Diterima
H₄	Informasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah.	Ditolak

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti pada tahun 2018

D. Pembahasan (Interpretasi)

Secara garis besar penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi, pelayanan, *profit sharing*, informasi keuangan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah sebagai variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari keempat variabel independen hanya dua dari empat variabel yang berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah yaitu variabel lokasi dan variabel *profit sharing*. Dua variabel lainnya yaitu pelayanan dan informasi keuangan dinyatakan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Pembahasan lebih lanjut diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah

Variabel lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi dan Ritonga (2012) bahwa lokasi bank memengaruhi masyarakat di Kota Kisaran untuk menabung di bank muamalat dan Tyas dan Setiawan (2012) menemukan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Sumber Mulia.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Hasil penelitian ini sekaligus membuktikan bahwa lokasi yang strategis, mudah dijangkau, serta aman telah menjadi prioritas utama bagi para calon konsumen dalam mengambil keputusan untuk menggunakan jasa (Jerry, 2000).

2. Pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah

Variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maski (2010) di Kota Malang yang menemukan bahwa variabel pelayanan yang diberikan oleh suatu bank sangat berpengaruh terhadap preferensi

nasabah dalam memilih suatu bank dan penelitian Arifin dan Khotimah (2014) juga menemukan bahwa variabel pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah di Kota Surakarta. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah, yang justru selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nuraini (2014) yang menemukan bahwa pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank BPD DIY syariah.

Hal ini mungkin terjadi karena semakin ketatnya persaingan dalam industri perbankan mendorong industri perbankan untuk cepat menyesuaikan diri dengan perkembangan masyarakat disekitarnya. Persaingan yang ketat baik antar bank syariah maupun dengan bank konvensional justru akan meningkatkan standar nasabah terhadap jasa perbankan. Diduga masyarakat memiliki pandangan bahwa pelayanan antara perbankan syariah dan perbankan konvensional sama saja sehingga pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah.

3. Pengaruh *profit sharing* terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah

Variabel *profit sharing* berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahab (2016) bahwa tingkat bagi hasil berpengaruh positif terhadap minat menabung

di bank syariah dan Hastuti (2013) yang menemukan bahwa pola bagi hasil berpengaruh positif memengaruhi nasabah untuk menabung di Kota Malang.

Hasil penelitian ini yang membuktikan bahwa *profit sharing* berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Hal ini terjadi karena konsep keadilan yang diberikan oleh bank syariah. Kerjasama dengan konsep *profit sharing* seperti ini memiliki resiko yaitu jika untung yang diperoleh besar maka pemilik modal dan pihak yang menjalankan usaha akan menikmati bersama sesuai dengan perjanjian dan jika hasil yang didapatkan adalah rugi maka harus diterima bersama (Al-Qardhawi, 2001)

4. Pengaruh informasi keuangan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah bahwa untuk variabel informasi keuangan (X_4) memiliki nilai sig **(0,657) > α (0,05)** dan arah koefisien regresi 0,41 yang berarti bahwa variabel informasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dianto (2016) yang menemukan bahwa informasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah dan hasil dari

penelitian Rizki (2015) yang dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta menemukan bahwa informasi keuangan berpengaruh positif terhadap preferensi untuk memilih perbankan syariah.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa informasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah, yang justru selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Indriyani (2015) yang dilakukan di Kota Yogyakarta menemukan bahwa informasi keuangan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank syariah.

Tim Penyusunan Pedoman Akuntansi Perbankan Syariah Indonesia (2003) melalui Pedoman Akuntansi Perbankan Syariah Indonesia atau PAPSI 2003 menjelaskan bahwa laporan keuangan perbankan syariah yang lengkap terdiri dari komponen-komponen berikut: neraca, laporan laba/rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, laporan perubahan dana investasi terikat, laporan sumber dan penggunaan dana zakat, infak dan shadaqah, laporan sumber dan penggunaan dana *qardhul hasan*, serta catatan atas laporan keuangan. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa komponen laporan keuangan perbankan syariah lebih luas dan kompleks jika dibandingkan dengan komponen laporan keuangan perbankan konvensional.

Perbankan syariah diwajibkan melakukan pelaporan kepada bank sentral (Bank Indonesia) dan pengguna lainnya, menyangkut laporan posisi keuangan, laporan kinerja, laporan perubahan posisi keuangan (laporan perubahan kas dan setara kas serta perubahan ekuitas), dan catatan atas laporan keuangan. Variabel informasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah diduga karena nasabah belum mengetahui manfaat serta makna dari pengungkapan informasi keuangan yang diberikan oleh perbankan syariah. Latar belakang pendidikan responden yang berbeda-beda diduga menjadi penyebab ketidaktahuan terhadap manfaat informasi keuangan yang diungkapkan oleh bank syariah.

Berdasarkan pada uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor yang memiliki pengaruh paling besar terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah adalah variabel *profit sharing* karena memiliki nilai *sig* 0,000 dan nilai *t* sebesar 5,666. Masyarakat non muslim merasa *profit sharing* yang besar yang diberikan oleh bank syariah Kota Palangka Raya cukup tinggi dan dapat bersaing dengan bank konvensional dan sangat menarik minat mereka.

Dari semua variabel independen yang diteliti dan telah mewakili faktor internal dan eksternal dari teori atribusi dan teori minat telah terbukti secara empiris dalam mempengaruhi variabel dependennya. Dalam teori atribusi dijelaskan bahwa terdapat perilaku yang berhubungan dengan sikap dan karakteristik individu (Luthans,2005). Dalam teori minat dijelaskan bahwa minat

adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu (Mappiare, 1994).

Pembentukan atau perubahan sikap ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu faktor internal dan eksternal. Empat variabel yang diteliti telah mewakili faktor internal dan eksternal yang mampu memengaruhi sikap dalam menentukan perilaku. Hipotesis yang diterima terdiri dari variabel lokasi (faktor eksternal), dan variabel *profit sharing* (faktor eksternal) telah bersama-sama menjadi penentu minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah