

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bank Syariah

2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.¹

2.1.2 Kegiatan Bank Syariah

Kegiatan utama dari Bank Syariah selalu terkait dengan masalah uang antara lain:

- a. Memindahkan uang
- b. Menerima dan membayarkan kembali uang dalam rekening koran.
- c. Mendiskonto surat wesel, surat order maupun surat berharga lainnya.
- d. Membeli dan menjual surat –surat berharga.
- e. Membeli dan menjual cek, surat wesel dan kertas dagang.
- f. Memberi jaminan bank.²

2.2 Perbandingan Antara Bank Syariah Dengan Bank Konvensional

Persamaan dan perbedaan antara Bank Syariah dengan bank konvensional adalah sebagai berikut³:

¹ Dadan Mutaqqin, *Aspek Legal lembaga Keuangan Syariah Bank, LKM, Asuransi, dan Reasuransi*, Yogyakarta : Safiria Insania Press, 2008, hlm. 14

² Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah*, Pengantar, Yogyakarta, LPPI, 2001, Cet.1, hlm. 127

a. Persamaan

Persamaan antara Bank Syariah dengan bank konvensional adalah:

- 1) Dalam sisi teknis penerimaan uang.
- 2) Mekanisme transfer.
- 3) Teknologi Komputer yang digunakan.

b. Perbedaan

Secara umum perbedaan Bank Syariah dengan bank konvensional adalah sebagai berikut:⁴

Bank Syariah	Bank Konvensional
Melakukan investasi-investasi yang halal saja	Investasi yang halal dan haram
Berdasarkan prinsip bagi hasil	<i>Memake</i> metode bunga
<i>Profit dan falah oriented</i>	<i>Profit oriented</i>
Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kreditur-debitur

2.3 Keunggulan dan Kelemahan Bank Konvensional Dengan Bank Syariah

Bank konvensional memiliki beberapa keunggulan dan kelemahan⁵:

a. Keunggulan bank konvensional adalah :

³ Amir Machmud dan Rukmana, Bank Syariah, *Teori, kebijakan, Dan Studi Empiris di Indonesia*, Jakarta :Erlangga, 2010, hlm. 10-11

⁴ Muhamad Syafi, I Antonio, *Bank Syariah dari teori ke praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, hlm. 34

⁵ Edy Wibowo dan Untung Hendi Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, Ghalia Indonesia, Bogor : 2005, hlm. 47-45

- 1) Metode bunga telah lama dikenal oleh masyarakat, bank konvensional lebih mudah menarik nasabah penyimpanan dana sehingga lebih mudah mendapatkan modal.
 - 2) Bank konvensional lebih kreatif dalam menciptakan produk-produk dengan metode yang telah teruji dan berpengalaman, bank konvensional lebih mengetahui permainan pasar perbankan dan mencari celah-celah baru dalam mengupayakan ekspansinya.
 - 3) Nasabah penyimpan dana yang telah terbiasa dengan metode bunga cenderung memilih bank konvensional dari pada beralih ke metode bagi hasil yang relatif masih baru.
 - 4) Dengan banyaknya bank-bank konvensional, persaingan antar bank lebih menggairahkan yang dapat memacu manajemen untuk bekerja lebih baik.
 - 5) Dukungan peraturan perundang-undangan dan kebijakan pemerintah yang lebih mapan, sehingga bank dapat bergerak lebih pasti.
- b. Kelemahan bank konvensional adalah:
- 1) Faktor manajemen, yang ditandai oleh inkonsistensi penyaluran kredit, campur tangan pemilik yang berlebihan, dan manajer yang tidak profesional.
 - 2) Kredit bermasalah, karena prosedur pemberian kredit tidak dipatuhi dan penumpukan pemberian kredit pada grup sendiri dan kalangan tertentu.
 - 3) Praktik curang, seperti bank dalam bank dan transaksi fiktif.

- 4) Praktik spekulasi yang terlalu ambisius dan tanpa perhitungan.

Bank Syariah memiliki beberapa keunggulan dan kelemahan antara lain sebagai berikut.

a. Keunggulan Bank Syariah adalah:

- 1) Mekanisme Bank Syariah didasarkan pada prinsip efisiensi, keadilan, dan kebersamaan.
- 2) Tidak mudah dipengaruhi gejolak moneter. Penentuan harga bagi bank bagi hasil didasarkan pada kesepakatan antara bank dengan nasabah penyimpanan dana sesuai dengan jenis simpanan dan jangka waktunya, yang akan menentukan besar kecilnya porsi bagi hasil yang akan diterima penyimpan.
- 3) Bank Syariah lebih mandiri dalam penentuan kebijakan bagi hasilnya
- 4) Bank Syariah relatif lebih mudah merespon kebijakan pemerintah
- 5) Terhindar dari praktik money laundering.

b. Kelemahan Bank Syariah adalah:

- 1) Terlalu berprasangka baik kepada semua nasabah dan berasumsi bahwa semua orang terlihat jujur dan dapat dipercaya, sehingga rawan terhadap itikad baik.
- 2) Metode bagi hasil memerlukan perhitungan rumit, sehingga resiko salah hitung lebih besar dari pada bank konvensional.
- 3) Kekeliruan penilaian proyek berakibat lebih besar dari pada bank konvensional.

- 4) Produk-produk Bank Syariah belum biasa mengakomodasi kebutuhan masyarakat dan kurang kompetitif, karena manajemen Bank Syariah cenderung mengadopsi produk perbankan konvensional yang disyariahkan, dengan variasi produk yang terbatas.
- 5) Pemahaman masyarakat yang kurang tepat terhadap kegiatan operasional Bank Syariah.

2.4 Kontroversi Bunga Bank dan Riba

Pro-kontra terhadap penerapan metode bunga adalah sebagai berikut⁶:

- a. Alasan yang mendukung penerapan metode bunga :
 - 1) Bunga atas pinjaman adalah hal wajar, bahkan sudah seharusnya ada. Debitor yang meminjamkan uang akan kehilangan kesempatan untuk memperoleh keuntungan, dan menanggung resiko kerugian karena perbuatan debitor dan keterlambatan pelunasan bahkan resiko kehilangan uang.
 - 2) Banyak pendukung metode bunga yang menganggap bahwa uang adalah komoditi, sehingga dapat disewakan.
 - 3) Menurut Adam Smith bunga sebagai alat tukar jadi wajar bahwa tambahan uang yang beredar dalam masyarakat akan menaikkan tingkat harga keseluruhan.
 - 4) Metode bunga dapat dibenarkan karena dalam perekonomian sering terjadi inflasi yang menyebabkan penurunan nilai uang.

⁶ Ibid, hlm.2-7

- 5) Time preference of money theory, bahwa jumlah uang pada masa kini mempunyai nilai yang lebih tinggi dari jumlah yang sama pada suatu masa nanti.
- b. Alasan yang menolak penerapan bunga
- 1) Menurut Aristoteles bunga membuat orang tergoda untuk mengejar keuntungan dan menumpuk kekayaan sehingga uang menjadi tidak produktif dan hanya menimbulkan kesenjangan antara yang kaya dan yang miskin.
 - 2) Menurut Plato bunga menyebabkan perpecahan dan perasaan tidak puas dalam masyarakat dan dipergunakan oleh orang kaya untuk mengeksploitasi orang miskin.
 - 3) Metode bunga melanggar keadilan atau kewajaran bisnis: infleksibilitas metode bunga menyebabkan kebangkrutan.
 - 4) Keberadaan bunga atas modal menyebabkan terjadinya penumpukan kekayaan pada golongan tertentu dan proses pemiskinan pada golongan yang lain.
- c. Pandangan ulama tentang bunga bank
- 1) Majelis Tarjih Muhammadiyah di Sidoarjo pada tahun 1968 memutuskan:
 - a) Riba hukumnya haram dengan sharih Al-qur'an dan As Sunah.
 - b) Bank dengan sistem riba hukumnya haram dan bank tanpa riba hukumnya halal.
 - c) Bunga yang diberikan oleh bank-bank milik Negara kepada para nasabahnya yang selama ini berlaku termasuk perkara mustahab.

- 2) Lajnah Bahsul Masa'il Nahdatul Ulama mencapai kesepakatan, bahwa dalam kenyataannya memang para penafsir Al-Qur'an berbeda pendapat mengenai bunga bank yaitu sebagai berikut:
 - a) Bunga bank sama dengan riba secara mutlak
 - b) Bunga bank tidak sama dengan riba
 - c) Bunga bank hukumnya syubhat
- 3) Majelis Ulama Indonesia (MUI)
 - a) Alasan pendapat yang mengharamkan ialah karena di dalam bunga bank terdapat unsur-unsur riba yaitu
 - (1)Unsur tambahan pembayaran atas modal yang dipinjamkan
 - (2)Tambahan tersebut tanpa 'iwad/muqabil (risiko), hanya karena adanya tenggang waktu pembayaran kembali
 - (3)Tambahan itu diisyaratkan dalam akad
 - (4)Dapat menimbulkan adanya unsur pemerasan.
 - b) Alasan pendapat yang menghalalkan ialah:
 - (1) Adanya kesukarelaan kedua belah pihak
 - (2) Tidak adanya unsur pemerasan
 - (3) Mengandung manfaat untuk kemaslahatan umum

2.5 Minat

2.5.1 Pengertian Minat

Minat adalah keinginan dan perhatian yang mengandung unsur-unsur suatu dorongan untuk berbuat sesuatu.⁷ Pengertian minat menurut

⁷ Sudarsono, *Kamus Filsafat Dan Psikologi*, Jakarta :Anggota IKAPI, 1993, hlm. 156

Muhibbin Syah adalah suatu kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.⁸

Sedangkan minat menurut Slameto adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.⁹

Dari beberapa pengertian di atas, dapat dikemukakan bahwa minat mengandung unsur sebagai berikut:

1. Adanya pemusatan perhatian, perasaan dan pikiran dari subyek tertarik.
2. Adanya perasaan senang terhadap obyek yang menjadi sasaran.
3. Adanya kemauan kecendrungan pada diri subyek untuk melakukan guna mencapai tujuan.

2.5.2 Macam-Macam Minat

- a.* Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan. Sedangkan minat kultural adalah minat yang timbul karena proses belajar.
- b.* Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Minat ekstrinsik adalah

⁸ Muhibbin Syah, *Psikologis Belajar*, Jakarta : PT LOGOS Wacana Ilmu, 1999, hlm. 136

⁹ Slameto, *belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*, Jakarta : PT RINEKA CIPTA, 2010, hlm. 180

minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

- c. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat di bedakan menjadi empat yaitu: *expressed interest, manifest interest, tested interest, dan inventoried interest*.¹⁰

2.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Menurut Crow and Crow yang dikutip dalam bukunya Abdul Rahman Saleh berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

- a. Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu dan seks.
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.¹¹

Menurut Orizanti Nurul Setianingsih dalam skripsinya berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah produk simpanan mudharabah (Studi Kasus KJKS BMT Muamalat rowosari Kendal) faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yaitu :

- a. Status ekonomi

¹⁰ Abdul Rahman Shaleh Dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam perspektif Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2004, hlm. 265-267

¹¹ Ibid, hlm. 263-268

Apabila status ekonomi membaik, orang cenderung memperluas minat mereka untuk mencakup hal yang semula belum mampu mereka laksanakan. Sebaliknya kalau status ekonomi mengalami kemunduran karena tanggung jawab keluarga atau usaha yang kurang maju, maka orang cenderung untuk mempersempit minat mereka.

b. Pendidikan

Semakin tinggi dan semakin formal tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang maka semakin besar pula kegiatan yang bersifat intelek yang dilakukan.

Seperti yang dikutip Notoatmojo, 1997 dari L.W. Green mengatakan bahwa “Jika ada seseorang yang mempunyai pengetahuan yang baik, maka ia mencari pelayanan yang lebih kompeten atau lebih aman baginya.

c. Tempat tinggal

Dimana orang tinggal banyak dipengaruhi oleh keinginan yang biasa mereka penuhi pada kehidupan sebelumnya masih dapat dilakukan atau tidak.¹²

Rifatul Mahmudah dalam skripsinya berjudul Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi kasus CIMB NIAGA Syariah Cabang Semarang) faktor –

¹² Orizanti Nurul S, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Produk Simpanan Mudharabah (Studi kasus KJKS BMT Muamalat Rowosari Kendal)*, skripsi IAIN Semarang ekonomi Islam, 2011, hlm. 26-27

faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yaitu : lokasi, pelayanan, *religius stimuli*, reputasi, *profit sharing* dan promosi.¹³

a. Lokasi

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.

Secara umum pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi adalah sebagai berikut :

1. Dekat dengan pasar / konsumen.
2. Tersedia sarana dan prasarana.
3. Dekat dengan pusat pemerintahan.
4. Kemudahan untuk melakukan ekspansi.

b. Pelayanan

Pelayanan yaitu suatu kegiatan yang menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik-baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang-ulang.

Salah satu model kualitas jasa yang paling populer dan hingga ini masih dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model

¹³ Rifa'atul Machmudah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Cimb Niaga Syariah Cabang Semarang*, skripsi IAIN ekonomi Islam, 2009, hlm. 29-38

SERVQUAL (Service Quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman yang terdiri dari lima dimensi *SERVQUAL* sebagai berikut:

1. Berwujud (*Tangible*): meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan (*Reliability*): pemberian pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Ketanggapan (*Responsiveness*): membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*): pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai.
5. Empati (*Empathy*): perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan.

c. *Religius Stimuli*

Religius stimuli merupakan faktor pengetahuan dan pengalaman keberagaman yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan ekonomi. Variabel ini memiliki dua dimensi, yaitu dimensi pemahaman produk dan ketaatan terhadap agama.

- 1) Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

2) Ketaatan terhadap agama merupakan tingkat kesadaran dan ketaatan seseorang melakukan apa yang diyakini dalam melaksanakan apa yang diajarkan dalam agama yang telah mereka anut. Karena kesadaran ini merupakan awal dari ekspresi isi dalam kehidupan praktis sebagai pangkal proses perilaku ekonomi religius.

d. Reputasi

Reputasi bank diartikan sebagai suatu bangunan sosial yang mengayomi suatu hubungan, kepercayaan yang akhirnya akan menciptakan *brand image* bagi suatu perusahaan. Reputasi yang baik dan terpercaya merupakan sumber keunggulan bersaing suatu bank. Adanya reputasi yang baik dalam sebuah perusahaan bank akan menimbulkan kepercayaan bagi nasabahnya.

Dalam penelitiannya Joko Cahyono (dalam Gatot Febianto, 2006) menyatakan reputasi adalah persepsi kualitas berkaitan dengan nama dan akan mempengaruhi konsumen serta menyediakan jaminan bila ada kendala-kendala kecil di perusahaan.

e. *Profit sharing* (bagi hasil)

Bagi hasil menurut terminologi asing (*Inggris*) dikenal dengan *profit sharing*. *Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan sebagai pembagian laba. Secara definitif *profit sharing* diartikan: “distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan”. Secara syariah prinsip bagi hasil (*profit sharing*) berdasarkan pada

kaidah *Mudharabah*. Dimana bank akan bertindak sebagai *Mudharib* (Pengelola dana) sementara penabung sebagai *Shahibul Maal* (Penyandang dana).

f. Promosi.

Promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Dalam promosi hal yang perlu di perhatikan adalah pemilihan bauran promosi (*promotion mix*), bauran promosi terdiri dari:

1. Iklan
2. Promosi Penjualan
3. Hubungan Masyarakat

2. 6. Nasabah Non Muslim

2.6.1. Pengertian Nasabah Non Muslim

Nasabah merupakan orang atau perusahaan atau badan atau lembaga yang memiliki rekening pada suatu bank.¹⁴ Menurut kamus manajemen nasabah yaitu orang yang mempunyai perkiraan simpanan atau pinjamam pada suatu bank¹⁵, sedangkan menurut Undang-Undang Republik Indonesia nomer 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah sebagai berikut:

¹⁴ Sigit Winarno, dan Sujana Ismaya, SE., *Kamus Besar Ekonomi*, Bandung: Pustaka Grafika, 2003, hlm. 49.

¹⁵ B.N. Marbun, *Kamus Manajemen*, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 2003, hlm. 183

- a) Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa Bank Syariah atau Unit Usaha Syariah.¹⁶
- b) Nasabah funding adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan seperti tabungan dan giro dan deposito
- c) Nasabah lending adalah nasabah yang meminjam dana di bank seperti kredit.¹⁷

Dari beberapa pengertian yang di uraikan tersebut dapat di terangkan bahwa nasabah Bank Syariah adalah orang yang menempatkan dananya di Bank Syariah dalam bentuk simpanan atau yang meminjam dana di bank. Dengan demikian yang di maksud dengan nasabah non muslim ialah orang yang beragama selain Islam yang menempatkan dananya di Bank Syariah dalam bentuk simpanan atau yang meminjam dana di bank.

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan Rifa'tul Machmudah dalam penelitiannya yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah(studi pada Bank CIMB Niaga Syariah). Hasil analisis regresi menghasilkan urutan besarnya pengaruh variabel-variabel independen yang berbeda. Ini terlihat dari besarnya koefisien regresi dari yang terbesar pengaruhnya sampai yang terkecil berturut-turut adalah

¹⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan syariah, hlm. 4-6

¹⁷ Martono, Bank dan Lembaga Keuangan Lain, Yogyakarta:Ekonosia, 2002, hlm. 24-25

profit sharing (23,7), Pelayanan (22,2), Promosi (18,5), Lokasi (12,7), Reputasi (12,2), dan *Religius Stimuli* (7,9). Semua variabel independen (secara *parsial*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah (Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang) dengan dilakukan uji secara parsial¹⁸.

Penelitian yang dilakukan oleh Iis Maryani dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri”, Dari hasil penelitian pelayanan merupakan faktor dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah. Perhitungan uji f sebesar 17,447 mengandung arti bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel produk, lokasi, reputasi, dan pelayanan secara simultan terhadap nasabah dalam memilih bank syariah.¹⁹

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Anita Rahmawaty tentang “Analisis Pemicu Perbedaan Motivasi Nasabah Berafiliasi Antara Bank Konvensional Dan Bank Syariah di Semarang”, Hasil yang ditunjukkan dengan hasil perhitungan statistik lewat nilai *Square Canonical Correlation*, sebesar 0.887 artinya bahwa seluruh variabel diskriminan mampu menjelaskan perbedaan motivasi berafiliasi antara bank konvensional dan bank syaria’ah sebesar 88,7 %.²⁰

¹⁸ Rifatl Machmudah, *op.cit* hlm. 114-115

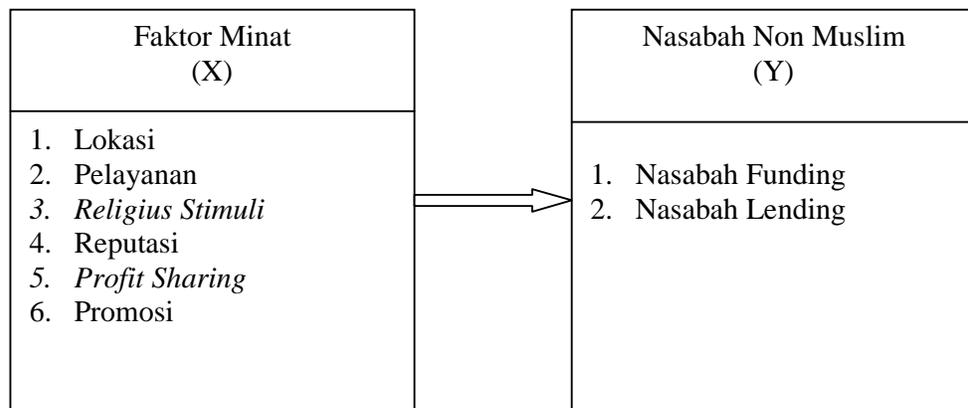
¹⁹ Iis Maryani, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Mandiri*, Semarang: Skripsi UNDIP Manajemen, 2005

²⁰ Anita Rahmawaty, *Analisis Pemicu Perbedaan Motivasi Nasabah Berafiliasi Antara Bank Konvensional dan Bank Syariah di Semarang*, Kumpulam Makalah ACIS “Penguatan Peran Perguruan Tinggi Agama Islam Dalam Meningkatkan Daya Saing Bangsa” Palembang, 2008., hlm 35

Ratu Hamaemah dengan penelitiannya yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etnis China Non-Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dan Implikasinya Terhadap Strategi Pemasaran”, alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah tehnik analisis faktor. Hasil penelitian menyebutkan bahwa faktor promosi yang dominan mempengaruhi keputusan etnis China non-muslim untuk menggunakan jasa Bank Mega Syariah. Dimana faktor promosi tersebut terdiri dari enam atribut, yaitu promosi melalui iklan di media massa, promosi di mall-mall, promosi lebih dikemas menarik dan kreatif, sosialisasi, promosi melalui figur seorang tokoh, promosi awal atas suatu produk Bank Syariah.²¹

2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan pada tinjauan pustaka maka kerangka pemikiran teoritis yang disajikan dalam penelitian dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



²¹ <http://one.indoskripsi.com/judul-skripsi/ekonomi/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-etnis-china-non-muslim-menjadi-nasabah-dibank-syariah-dan-implikasinya-terhadap-pemasaran>

2.9 Hipotesis

Adapun hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah Faktor Lokasi, Pelayanan, *Religius Stimuli*, Reputasi *Profit Sharing* dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank BNI Syariah Cabang Semarang.