

## Pengaruh Produk, Fasilitas Pelayanan, *Brand Image*, Promosi terhadap Keputusan Menabung Nasabah Non Muslim Menabung di Bank Syariah Sumsel Syariah Cabang Baturaja.

**Nur Hawa, Yose Rizal Fajri**

Prodi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Baturaja, Sumatera Selatan, Indonesia  
 Email: nurhawa965@gmail.com, staibta@gmail.com

Article	Abstract
<p><b>Keywords:</b>  <i>Product, Service Facilities, Brand Image, Promotion, Saving Decision</i></p> <p><b>Article History</b>            Received: 18-07-2025;            Reviewed: 03-08-2025;            Accepted: 05 08, 2025;            Published: 07-08-2025;</p>	<p><i>The purpose of this study is to test whether there is an influence of Product Influence, Service Facilities, Brand Image, Promotion on the Saving Decision of Non-Muslim Customers Saving at Bank Syariah Sumsel Syariah Baturaja Branch. The research method used is a descriptive method with a quantitative approach. Based on the results of the study, it explains that the product has a significant effect on the variable of non-Muslim customer saving decisions at Bank Sumsel Babel Syariah Baturaja Branch. service facilities have a significant effect on the saving decisions of non-Muslim customers at Bank Sumsel Babel Syariah Baturaja Branch. brand image has a significant positive effect on the decision of non-Muslim customers to save at Bank Sumsel Babel Syariah Baturaja Branch.</i></p>

Abstrak	
<p><b>Kata Kunci</b>            Produk, Fasilitas Pelayanan, Brand Image, Promosi, Keputusan Menabung</p>	<p>Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menguji apakah ada pengaruh Pengaruh Produk, Fasilitas Pelayanan, <i>Brand Image</i>, Promosi terhadap Keputusan Menabung Nasabah Non Muslim Menabung di Bank Syariah Sumsel Syariah Cabang Baturaja.. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan menabung nasabah non muslim di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja. fasilitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah non muslim di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja. brand image berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah non muslim menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja.</p>



Copyright ©2025 by Nur Hawa, et.al. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

## PENDAHULUAN

Muncul dan berkembangnya Perbankan Syariah di Indonesia mulai pada tahun 1992 dengan diawali oleh Bank Muamalat, dengan lahirnya UU No. 10 tahun 1993 yang mengandung ketentuan tentang bolehnya bank beroperasi dengan sistem bagi hasil. Undang – undang ini mengawali era baru dalam perbankan syariah di Indonesia, yang ditandai dengan tumbuh pesatnya bank-bank syariah baru dan cabang bank syariah pada bank umum (Hejazziey, 2014),

Undang – undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank - bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah. Satu perkembangan lain perbankan syariah di Indonesia pasca reformasi adalah diperkenalkan konversi cabang bank umum konvensional menjadi cabang syariah. Misalnya Bank BCA Syariah, Danamon Syariah, Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah, BRI Syariah dan masih banyak lagi bank syariah yang ada di Indonesia.

Bank Syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Bank Islam atau bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip Islam (Muhammad, 2002).

Dalam menjalankan semua kegiatan perbankan agar tidak ada yang keluar dari prinsip syariah Islam maka diperlukan suatu dewan yang bertugas untuk mengawasi jalannya praktek perbankan syariah supaya nantinya akan benar-benar dijalankan sesuai dengan koridor syariat Islam. Dewan tersebut adalah Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang berada dibawah naungan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Inilah salah satu hal yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional.

Sistem bunga titik perbedaan mendasar antara bank syariah dengan bank konvensional. Kehadiran sebuah bank syariah dalam percaturan dunia moderen yang mengglobal, diharapkan mampu menjadi sebuah perwujudan penghapusan terhadap sistem bunga bank konvensional yang dapat melahirkan pemerasan secara tidak langsung terlindungi oleh hukum positif yang ada. Situasi kondisi umat Islam dewasa ini pada umumnya dan di Indonesia khususnya, tidak mungkin melepaskan diri dari perbankan konvensional dengan sistem bunganya.

Mengenai pandangan nasabah pada kondisi saat ini dalam menentukan bank yang menjadi pilihannya dalam setiap pelayanan, akan membantu bank dalam memilih strategi terbaik dalam merebut dan mempertahankan nasabah. Sistem informasi tentang bank syariah masih dilakukan dalam memperkenalkan bank syariah, dengan tujuan agar masyarakat dapat mengenal bank syariah tidak hanya pada kalangan muslim saja tetapi juga untuk kalangan non muslim (Kamsil, 2002).

Faktor utama sebagai dasar pertimbangan bagi nasabah dalam memilih layanan perbankan adalah kepercayaan atas kinerja profesional perbankan, seperti jaminan keamanan dana nasabah, efektifitas dan efisiensi layanan jasa perbankan. Faktor bunga tidaklah menjadi alasan utama nasabah dalam memilih jasa perbankan, sebagian masyarakat tidak terlalu memperhatikan masalah atas bunga tersebut dan lebih mengutamakan efektifitas, efisien dan keamanan atas dana yang disimpan oleh lembaga perbankan (Al-Arif, 2012).

**Tabel 1 Data nasabah non muslim yang menabung  
 di Bank Sumsel Sumsel Cabang Baturaja**

<b>NO</b>	<b>Nama</b>	<b>Alamat</b>
1.	Amos sucipto	Jl. Mayor toyib
2.	Kedrik	Jl. STM badarudin
3.	Sutamsri	Jl. Letna tukiran
4.	Evaristusrusito	Jl. Doter sutomo
5.	Niko demussriwiranto	Jl. kertapi
6.	Pius sumadi	Jl. Dusun baturaja
7.	Maria saputri	Jl. Garuda lintas
8.	Elsa nasution	Jl. Radio sukses
9.	Viktor dirgantara	Jl. RS holindo
10.	Carles antunius	DS. tanjung baru
11.	Tomas edison	Jl. Darmo sugundo
12.	Jonatan	Jl. Mayor toyib
13.	Imanuel	DS. Tanjung kemala
14.	Kedrick	Lr. Senen malik
15.	Danil edwar	Kel.kemelak bindung langit
16.	Gevarial	Jl. kertapi
17.	Putri lusinasution	Jl. Mayor toyib
18.	Dewi crisna	Jl. Garuda lintas
19.	Maryadinata	Jl. A.yani Tegal Arum
20.	Zio nathan	Kel.kemelak bindung langit
21.	Nika rusdiana	Jl. kertapi
22.	Joni iskandar	Jl. Garuda lintas
23.	Yohanesbudiman	Jl. Mayor toyib
24.	Antonio	Jl. Letna tukiran
25.	Albertus sarendi	Jl. A.yani Tegal Arum
26.	Ketut jaya	Jl. A.yani Tegal Arum
27.	Robsonelieses hutauruk	Kel.kemelak bindung langit
28.	Ranier hutauruk	Jl. A.yani Tegal Arum
29.	Natassa	Lr. Okoda air paoh
30.	Agustinus	Jl. Letna tukiran
31.	Hansan	Jl. A.yani Tegal Arum
32.	Asa	Jl. kertapi
33.	Toni irawan	Lr. Okoda air paoh
34.	Jesika parmana	Jl. A.yani Tegal Arum
35.	Debora naumi	Jl. A.yani Tegal Arum
36.	Sarah topan	Jl. Air gading
37.	Adina agustin	Jl. A.yani Tegal Arum
38.	Anastasia	Jl. Mayor toyib
39.	Jonathan	Jl. A.yani Tegal Arum

40.	Pius sumandi	Jl. Garuda lintas
41.	Antoni	Jl. A.yani Tegal Arum
42.	Sutamsri	Jl. Air gading
43.	Yohanesenggar	Jl. Mayor toyib
44.	Cikodemus	Jl. A.yani Tegal Arum

Sumber: Bank Sumsel Babel Syariah Baturaja

Dalam transaksi pembiayaan perbankan syariah menggunakan akad musyarakah, mudarabah, dan musaqah. Sedangkan dalam sewa perbankan Syariah menggunakan akad ijarah, dan ijarah *almuntahiya bit tamlik*. Dalam transaksi jual beli perbankan Syariah menerapkan jual beli barang dengan menerapkan akad murabahah, salam, dan istishna. Pada fungsi pelayanan jasa yang diberikan perbankan syariah yaitu jasa transfer (pengiriman uang), penagihan surat berharga, *kliring*, *letterof credit*, garansi bank, inkaso dan jasa lainnya.

Faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah yaitu produk yang ditawarkan oleh bank syariah sangat banyak berbagai macam jenis nya sehingga memudahkan para konsumen untuk memilih Pemilihan lokasi Bank yang strategis menjadi faktor penting karena konsumen akan lebih mudah menjangkau lokasi sehingga dapat mengundang nasabah datang kebank. hal ini sesuai dengan pendapat Abdul Amrin, yang menyatakan bahwa faktor pertama pemilihan tempat atau lokasi adalah aksesibilitas (Amrin, 2007).

Namun nasabah muslim maupun nonmuslim tetap memiliki alasan tertentu yang mempengaruhi mereka untuk menjadi nasabah bank syariah. Ternyata tidak hanya faktor margin dan bunga lagi yang menjadi alasan utama nasabah memilih perbankan karena sebagian nasabah lebih memilih keefektifitas, efisien, dan keamanan dana yang mereka titipkan kepada perbankan. Maka faktor utama yang menjadi pertimbangan nasabah atau calon nasabah memilih jasa pelayanan bank syariah terletak pada kepercayaan mereka terhadap profesionalitas dari perbankan tersebut. Semakin bertambahnya nasabah non muslim menjadi nasabah bank syariah tentunya hal ini juga memberikan manfaat bagi bank syariah dalam meningkatkan perkembangannya (Rakhmad, 1998).

Faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah yaitu produk yang ditawarkan oleh bank syariah sangat banyak berbagai macam jenis nya sehingga memudahkan para konsumen untuk memilih Pemilihan lokasi Bank yang strategis menjadi faktor penting karena konsumen akan lebih mudah menjangkau lokasi sehingga dapat mengundang nasabah datang kebank. hal ini sesuai dengan pendapat Abdul Amrin, yang menyatakan bahwa faktor pertama pemilihan tempat atau lokasi adalah aksesibilitas (Amrin, 2007). Demikian juga terdapat faktor lain selain faktor promosi yaitu faktor *profit sharing*, produk, persepsi, lokasi dan minat yang menjadi faktor- faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menabung pada Bank Sumsel Babel Dari fenomena-fenomena diatas menarik penulis untuk meneliti kembali tentang faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat non muslim menabung di bank syariah Indonesia dengan menggunakan variabel produk dan faktor lokasi.

Penulis juga tertarik melakukan penelitian ini karna masih ada sebagian masyarakat non muslim yang ada di kota Baturaja. Dari uraian di atas maka penulis memutuskan mengambil judul penelitian "**Pengaruh Produk, Fasilitas Pelayanan,**

**Brand Image, Promosi terhadap Keputusan Menabung Nasabah Non Muslim Menabung di Bank Syariah Sumsel Syariah Cabang Baturaja.**

**METODE PENELITIAN**

Jenis Penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono penelitian kuantitatif deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk menggunakan angka-angka untuk dihitung secara pengukuran, serta digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah 44 Nasabah Non-Muslim Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja dan sampel pada penelitian ini sejumlah 44 orang Nasabah Non-Muslim Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja. Berdasarkan kuesioner yang telah peneliti sebar dalam penelitian mendapatkan 44 responden dari nasabah non muslim yang menabung di bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja terbagi berdasarkan agama, usia, jenis kelamin, Pendidikan terakhir, pekerjaan, lama menabung.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik kusioner. Menurut Sugiyono Kusioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Alat pengumpulan data yang akan digunakan yaitu angket, untuk alternatif jawaban angket yang disebarkan kepada responden, menggunakan skala *Likert*, dimana responden hanya dapat memilih salah satu jawaban untuk setiap pertanyaan dari lima alternatif jawaban yang disediakan (Sugiyono, 2013).

**Tabel 2 Jumlah Responden Berdasarkan Agama**

No	Agama	Jumlah responden	Persen
1	Kristen Protestan	29	66 %
2	Kristen Katolik	15	34%
<b>Total</b>		<b>44</b>	<b>100%</b>

**Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur**

No	Kelompok umur	Jumlah responden	Persen
1	18-27 Tahun	15	34 %
2	28-37 Tahun	17	38,6%
3	38-47 Tahun	6	13,7%
4	48-57 Tahun	6	13,7%
<b>Total</b>		<b>44</b>	<b>100%</b>

**Tabel 3 Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persen
1	Laki-laki	25	56,8%
2	Perempuan	19	43,2%
<b>Total</b>		<b>44</b>	<b>100%</b>

**Tabel 4 Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persen
1	SMP	5	11,3%
2	SMA	10	22,7%
3	D1/D2/D3	11	25%
4	S1	18	41%
<b>Total</b>		<b>44</b>	<b>100%</b>

**Tabel 5 Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persen
1	PNS	5	11,3%
2	Wiraswasta	12	27,2%
3	Pegawai Swasta/Kontrak	15	34,2%
4	TNI/POLRI	5	11,3%
5	Pelajar/Mahasiswa	7	16%
<b>Total</b>		<b>44</b>	<b>100%</b>

**Tabel 6 Berdasarkan Durasi Menabung**

No	Durasi Nabung	Jumlah	Persen
1	< 2 Tahun	5	11,3%
2	3-4 Tahun	21	47,7%
3	5-6 Tahun	18	41%
<b>Total</b>		<b>44</b>	<b>100%</b>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kuesioner yang telah peneliti sebar dalam penelitian mendapatkan 44 responden dari nasabah non muslim yang menabung di bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja terbagi berdasarkan agama, usia, jenis kelamin, Pendidikan terakhir, pekerjaan, lama menabung.

### 1. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Non Muslim di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja

Berdasarkan hasil uji statistik parsial pada variabel produk dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel produk ( $X_1$ ) memperoleh nilai  $T_{hitung}$  sebesar 1,843 dan  $T_{tabel}$  sebesar 1,682 sehingga  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dengan nilai signifikansi yang didapatkan sebesar 0,023 dan nilai signifikansi yang didapatkan lebih kecil dari 0,05 ( $0,023 < 0,05$ ) yang menyebabkan variabel produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan menabung nasabah non muslim di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja.

Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Nova Syafrina & Sudirman Manik (2018) yang mana hasil dari penelitian tersebut faktor produk merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap masyarakat menabung di Bank Syariah mandiri. Tetapi penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Asnawi (2017) yang mana pada penelitian tersebut produk mendapatkan hasil paling kecil dari pengaruhnya terhadap nasabah non muslim menabung di bank syariah dikarenakan

kurangnya pemahaman masyarakat non muslim tentang akad yang digunakan.

## **2. Pengaruh Fasilitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Non Muslim di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja**

Dari hasil uji statistik parsial pada variabel fasilitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel fasilitas pelayanan ( $X_2$ ) memperoleh  $T_{hitung}$  sebesar 2,963 dan  $T_{tabel}$  sebesar 1,682 sehingga  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $2,963 > 1,682$ ) dan nilai signifikansi yang didapatkan sebesar 0,005 dan nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,005 < 0,05$ ) yang mana menyebabkan variabel fasilitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah non muslim di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja.

Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik fasilitas dan pelayanan yang diberikan maka akan semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan nasabah non muslim menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja. Dengan melihat fasilitas yang baik dan lengkap, dan serta memberikan pelayanan yang sesuai dijanjikan akan memperkuat keputusan nasabah non muslim menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja.

## **3. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Non Muslim di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja.**

Dari hasil uji parsial yang dilakukan pada variabel brand image dapat disimpulkan bahwa parsial variabel brand image memperoleh nilai  $T_{hitung}$  sebesar 2,141 dan  $T_{tabel}$  1,682 sehingga  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $2,141 > 1,682$ ) dengan nilai signifikansi yang didapatkan 0,039 dan nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,039 < 0,05$ ) yang menyebabkan variabel brand image berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah non muslim menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja.

Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik brand image dari Bank Sumsel Babel Syariah akan semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan menabung nasabah non muslim di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja. Seperti semakin baik reputasi Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja di masyarakat umum akan semakin besar pengaruh nasabah non muslim menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja.

## **4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Non Muslim Menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja.**

Berdasarkan hasil uji parsial yang dilakukan pada variabel promosi dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel promosi mendapatkan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 3,867 dan  $T_{tabel}$  1,682 sehingga nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$  ( $3,867 > 1,682$ ) dengan nilai signifikansi yang didapatkan sebesar 0,000 dan nilai tersebut kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) yang menyebabkan variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah non muslim menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik promosi yang dibuat akan menyebabkan semakin besar keputusan nasabah non muslim di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja.

Dan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lina Marlina & Gina Rosdiana (2020) yang mana hasil penelitian mengatakan bahwa

promosi sangat berpengaruh terhadap minat non muslim menjadi nasabah bank syariah.

##### **5. Pengaruh Produk, Fasilitas Pelayanan, Brand Image, Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Non Muslim Menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja**

Berdasarkan hasil uji F yang dilakukan sebelumnya variabel produk (X1), variabel fasilitas pelayanan (X2), variabel brand image (X3), dan variabel promosi (X4) menunjukkan Fhitung lebih besar dari Ftabel sebesar  $16,187 > 2,467$  dan nilai signifikansi didapatkan sebesar  $0,000$  artinya  $0,000 < 0,05$  maka dari itu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel produk (X1), variabel fasilitas pelayanan (X2), variabel brand image (X3), dan variabel promosi (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah non muslim menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja.

Pada saat uji determinasi ( $R^2$ ) juga menunjukkan bahwa nilai koefisien  $R^2$  sebesar  $0,586$  atau  $58,6\%$  artinya sebesar  $41,4\%$  variabel bebas (independen) yaitu produk, fasilitas pelayanan, brand image, dan promosi mempengaruhi nasabah non muslim menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja, sedangkan sisanya sebesar  $41,4\%$  akan dipengaruhi variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini seperti lokasi, administrasi rendah, profit sharing dan lainnya.

Dengan demikian dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa variabel produk, fasilitas pelayanan, brand image, dan promosi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah non muslim di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja dapat diterima. Dan juga sekaligus dapat menjawab rumusan masalah yang kelima yang menyatakan bahwa secara bersama-sama atau simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara produk, fasilitas pelayanan, brand image, dan produk terhadap keputusan menabung nasabah non muslim di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja.

#### **SIMPULAN**

Dari hasil pengolahan data dan analisis data pada penelitian “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim Menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja”, dengan menggunakan sampel sebanyak 44 responden yaitu nasabah non muslim yang menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Variabel produk dari hasil Uji parsial (Uji T) yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel produk secara parsial berpengaruh terhadap nasabah non muslim menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja, yang mengindikasikan bahwa nasabah non muslim menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja sangat mementingkan produk yang ada di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja.

Berdasarkan Uji parsial (Uji T) pada variabel fasilitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nasabah non muslim menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja. Semakin baik fasilitas dan pelayanan yang diberikan dan yang dijanjikan oleh Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja maka akan semakin banyak nasabah non muslim yang menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja.

Berdasarkan Uji Parsial (Uji T) variabel brand image dapat disimpulkan bahwa

variabel brand image berpengaruh signifikan terhadap nasabah non muslim menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja. Maka dari itu semakin baik brand image dari Bank Sumsel seperti reputasi Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja di masyarakat umum semakin baik maka akan semakin banyak nasabah non muslim menabung.

Berdasarkan Uji Parsial (Uji T) yang dilakukan variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap nasabah non muslim menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja. Nasabah non muslim yang menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja yang mementingkan promosi yang digunakan.

Berdasarkan Uji Simultan (Uji F) yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel produk, fasilitas pelayanan, brand image, dan promosi secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh terhadap nasabah non muslim menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Baturaja, yang berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan melalui hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, ada saran-saran yang dapat diberikan peneliti, Adapun saran yang diberikan Bagi perbankan syariah agar lebih memberikan fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan agar semua masyarakat baik yang muslim maupun yang non muslim semakin banyak menggunakan jasa perbankan syariah. Begitu juga brand image dari perbankan syariah agar tetap menjaga atau meningkatkan reputasi yang baik agar semakin meningkatkan perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Dan pada kegiatan promosi ada baiknya perbankan syariah lebih meningkatkan lagi baik melalui media sosial atau media cetak agar masyarakat baik muslim atau non muslim lebih banyak yang mengenal. Walaupun pada penelitian produk tidak mempengaruhi ada baiknya perbankan syariah lebih inovatif dan kreatif dalam membuat produk agar masyarakat umum semakin menarik menggunakan perbankan syariah.

Bagi peneliti selanjutnya agar dapat lebih menggali lagi faktor-faktor lainnya yang tidak terdapat pada penelitian ini agar lebih sempurna. Kemudian para peneliti selanjutnya agar dapat menambah kembali jumlah responden atau menambah variabel penelitian dan memperluas ruang lingkup penelitian seperti area, wilayah ataupun pusat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andika, Randy. (2015). *Pengaruh Lokasi, Pelayanan, Religius Stimuli, Reputasi, Profit Sharing (Bagi Hasil), dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Non-muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Wilayah Jakarta Timur)*. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah
- Andrianto, Firmansyah A. M. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*. Surabaya. CV. Penerbit Qiara Media
- Arikunto, S. (2013). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Aritonang. (2005). *Kepuasan Pelanggan: Pengukuran dan Analisis dengan SPSS*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Abdul Rahman Shaleh. 2008. *Psikologi: Suatu Pengantar Dalam Perspektif*

Pengaruh Produk, Fasilitas Pelayanan, *Brand Image*, Promosi terhadap Keputusan Menabung Nasabah Non Muslim Menabung di Bank Syariah Sumsel Syariah Cabang Baturaja.

**Nur Hawa, Yose Rizal Fajri**

*Islam*, Jakarta: Kencana.

Abdul Amrin. 2007. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: PT Grasindo. Philip Kotler dan Gary Amstrong. 2011. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlanga

Asnawi. (2017). *Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Terhadap Nasabah Bank Syariah Non Muslim*. Jurnal Ekonomi Bisnis

C.S.T. Kamsil, dkk, 2002. *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.

Muhammad, 2002. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: AMPYKPN.

Djawahir Hejazziey, 2014. *Perbankan Syariah Dalam Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hariadi, Doni (2012). *Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk projector microvision*. Jurnal ilmu dan riset manajemen. 1 (8).

Hapsari, F. T., & Beik, I. S. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Nasabah Non-Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta. *Al-Muzara'ah*, 2(1),

Herawati, A. & Listyawati, L. (2017). *Faktor Penentu Keputusan Nasabah Muslim Dan Non Muslim Memilih Jasa Bank Syariah Di Surabaya*. Jurnal Ilmu Administrasi

Ismail, M. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Karim, Adiwarmanto (2016). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Jalaludin Rakhmad. 1998. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT RemajaRosdakarya

Kasmir. (2012). *Manajemen Perbankan Edisi Revisi 11*. Jakarta: PT. Rajawali pers.

Kasmir. (2013). *Dasar-Dasar Perbankan*, Edisi Revisi. Jakarta: Erlangga.

Kotler, phillip dan kevin lane, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: erlangga

Lenaini, Ika. (2021). *Teknik Pengambilan Sampling Purposive dan Snowball Sampling*. Jurnal kajian, Vol. 6 (1) , 33-39.

Li, Gou Xian, dkk. (2011). *Corporate, Product, And User Image Dimensions and Purchase Intentions*. Jurnal Of Computer Vol.6 No.9

Mallawa, A.F.Arliana. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus BRI Syariah dan BNI Syariah Mikro Kota Palopo)*. Jurnal akuntansi Vol. 03 No. 02 Juli.

Marliana, Lina & Rosdiana Gina. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Tasikmalaya*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.7 No.1 Hal. 33-40.

Misbahuddin, & Hasan, I. (2013). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Pengaruh Produk, Fasilitas Pelayanan, *Brand Image*, Promosi terhadap Keputusan Menabung Nasabah Non Muslim Menabung di Bank Syariah Sumsel Syariah Cabang Baturaja.

**Nur Hawa, Yose Rizal Fajri**

Muhammad. (2002) *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta: AMPYKPN.

Mundir, Abdillah dan Yanti. (2014). *Pengaruh kualitas pelayanan nilai nasabah dan atribut produk islam terhadap keputusan nasabah*. Hal 5

Muhammad Firdaus NH, dkk, 2005. *Konsep & Implementasi Bank Syariah*, Jakarta: Renaisan.

M. Nur Rianto Al Arif. 2012. *Lembaga Keuangan Syariah, Suatu Kajian Praktis*. Bandung: Pustaka Setia.

Muhammad. 2000. *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*. Yogyakarta: UI Press.

Rangkuti. S. Nadhilah. (2018). *Analisis Faktor Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat non muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Medan*. Skripsi Universitas Sumatera Utara. Diakses melalui web repository.usu.ac.id.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian & Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.

Widayatsari, A. (2013). *Akad Wadiah Dan Mudharabah Dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah*. Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam, 1-21.

Wisnu A. Wardhana. (2009). *Melacak Teori Einstein dalam AlQur'an: Penjelasan Ilmiah tentang Teori Einstein dalam AlQur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Yupitri, Evi & Raina, L. Sari. (2012). *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Non muslim menjadi nasabah bank syariah di medan*. Jurnal ekonomi dan keuangan. Vol.1 No.1

Zaini, M. A. (2014). *Konsepsi, Al-Qur'an Dan Al-Hadis Tentang Operasional Bank Syariah*. Iqtisaduna.

Pengaruh Produk, Fasilitas Pelayanan, *Brand Image*, Promosi terhadap Keputusan Menabung Nasabah Non Muslim Menabung di Bank Syariah Sumsel Syariah Cabang Baturaja.  
**Nur Hawa, Yose Rizal Fajri**