

**PENGARUH FAKTOR EMOSIONAL DAN FAKTOR  
RASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH  
PRODUK TABUNGAN PERBANKAN SYARIAH**

(Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak)

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S.1)

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



**Disusun Oleh:**

**Nur Safitri**

**1805036096**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

**SEMARANG**

**2022**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lampiran : 4 (empat) eks.  
Hal : Naskah Skripsi  
A.n. Sdri. Nur Safitri

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.


Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah Skripsi saudara :

Nama : Nur Safitri  
NIM : 1805036096  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : **PENGARUH FAKTOR EMOSIONAL DAN FAKTOR RASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK TABUNGAN PERBANKAN SYARIAH**

Dengan ini telah kami setuju, dan mohon kiranya Skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

  
Dr. H. Khoirul Anwar, M. Ag.  
NIP : 19690420 199003 1 002

Pembimbing II

  
Ana Zahrotun Nihayah, S.E., M.A  
NIP : 198907082019032018

# LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185 Telepon (024)7624691

## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Nur Safitri  
NIM : 1805036096  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang munaqasyah oleh Dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal 12 Desember 2022 dan dinyatakan **LULUS** dengan predikat cumlaude/baik/cukup serta dapat diterima untuk pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 dalam Ilmu Perbankan Syariah.

Semarang, 19 Desember 2022

Ketua Sidang

Dr. Ratno Agrivanto, M.Si., AKt  
NIP. 19800128 200801 1 010

Sekretaris Sidang

Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag.  
NIP. 19690420 199603 1 002

Penguji Utama I

Zuhdan Ady Fataron, S.T., MM  
NIP. 19840308 201503 1 003

Penguji Utama II

Rahman El Junusi, SE., MM.  
NIP. 19691118 200003 1 001

Pembimbing 1

Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag.  
NIP. 19690420 199603 1 002

Pembimbing 2

Ana Zahrotun Nihayah, S.E., M.A.  
NIP. 198907082019032018



## NOTA PEMBIMBING



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof DR. HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang

Nomor : 32/Un.10.5/D.1/TA.00.01/1/2022

4 Januari 2022

Lamp. :-

Hal : Penunjukan menjadi Dosen  
Pembimbing Skripsi

Kepada Yth. :  
Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag.  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo

Di Semarang

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan pengajuan proposal skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : Nur Safitri  
NIM : 1805036096  
Program Studi : S1 Perbankan Syariah  
Judul skripsi : Pengaruh Faktor emosional dan Faktor rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Perbankan Syariah (studi kasus nasabah bank syariah indonesia KCP Demak)

Maka, kami mengharap kesediaanya Saudara untuk menjadi pembimbing I penulisan skripsi mahasiswa tersebut, dengan harapan:

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahan Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbing dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan skripsi

Untuk membatu tugas Saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai pembimbing II Saudara/I Ana Zahrotun Nihayah, MA

Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*



Tembusan :

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan

## MOTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن  
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

(Q.S An-Nisa:29)

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kehadirat Allah subhanahu wa ta'ala, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta segala keridhoan dan kesempatan kepada diri penulis, sehingga skripsi ini dapat disusun sebagaimana mestinya. Tidak lupa pula sholawat serta salam semoga dilimpahkan oleh-Nya kepada Nabi Agung Muhammad sallallahu 'alaihi wa sallam, para sahabat dan semua pangikutnya yang setia di sepanjang zaman. Aamiin ya Robbal 'alamin.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang yang saya cintai, Bapak Bunyamin dan Ibu Istiaroh selaku orang tua penulis, atas segala kasih sayang dan dukungannya yang tidak mungkin dapat penulis balas, untuk kakak Ahmad Muis, Ema Ratna Puri, Ratna Zuliani, dan Nasroh atas support yang selalu diberikan untuk penulis, dan juga seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan semangatnya serta doa untuk penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kepada dosen dan guru-guru terkhusus dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing penulis, sahabat-sahabat kos yang telah menjadi keluarga yang selalu menemani serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi, teman-teman PBAS'C 18 yang telah menjadi keluarga sejak pertama kali di Semarang yang selalu memberikan dukungannya untuk penulis, serta almamater tercinta UIN Walisongo Semarang.

## DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Safitri

NIM : 1805036096

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**“Pengaruh Faktor Emosional dan faktor Rasional Terhadap keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak)”**

Secara keseluruhan adalah hasil peneliti/karya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, Desember 2022

Nur Safitri

## PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN

Transliterasi merupakan pedoman penulisan skripsi yang akan berguna dalam penulisan skripsi yang di tulis oleh peneliti, karna pedoman dalam skripsi ini terdapat kosakata nama orang, judul atikel, judul buku, nama lembaga serta bahasa arab dan begitu juga yang di tulis secara sah menggunakan abjad Arab kemudian di salin ke dalam abjad latin. Maka dari itu pedoman translitesari ini diperlukan, pedomannya yakni :

### A. Konsonan

ء = 'a	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = 'a	ي = y



ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

### B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

### C. Diftong

أَي = ay

أَوْ = aw

### D. Syaddah (ّ)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطب althibb.

### E. Kata Sandang ( ال ... )

Kata sandang ( ال ... ) ditulis dengan *al*-.... misalnya الصناعة = *al-shina* 'ah. *Al*- ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

### F. Ta' Marbuthah ( ة )

Setiap *ta' marbuthah* ditulis dengan "h" misalnya المعيشنن الطبيعي = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

## ABSTRAK

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia memasuki babak baru. Pertumbuhan industri perbankan syariah berhasil melakukan transformasi dari hanya sekedar pengenalan alternatif praktek perbankan syariah menjadi bagaimana bank syariah menempatkan posisinya sebagai pemain utama dalam bidang ekonomi tanah air. Bank syariah memiliki potensi besar untuk menjadi pilihan utama dan pertama bagi nasabah dalam pilihan transaksi mereka. Hal ini ditunjukkan dengan akselerasi pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan memilih nasabah memilih produk tabungan perbankan syariah masyarakat Kabupaten Demak yang merupakan nasabah BSI KCP Demak Sultan Fattah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive random sampling*. Data pada penelitian diproses menggunakan program aplikasi SPSS versi 22. Penelitian dilakukan pada 12 Agustus sampai 12 September 2022. Populasi pada penelitian ini merupakan masyarakat pada Kabupaten Demak yang merupakan nasabah BSI KCP Demak Sultan Fattah. Penelitian mengambil 100 responden sebagai sampel pada penelitian.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel faktor emosional dan faktor rasional secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih nasabah memilih produk tabungan perbankan syariah masyarakat Kabupaten Demak serta secara simultan atau bersamaan variabel faktor emosional dan faktor rasional secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan memilih nasabah memilih produk tabungan perbankan syariah masyarakat Kabupaten Demak.

**Kata kunci: Emosional, Rasional, Keputusan Memilih, Bank Syariah**

## **ABSTRACT**

*The development of Islamic banking in Indonesia has entered a new phase. The growth of the sharia banking industry has succeeded in transforming and merely introducing alternative sharia banking practices to how sharia banks place their position as a major player in the country's economy. Sharia banks have great potential to become the first and foremost choice for customers in their choice of transactions. This is demonstrated by the accelerated growth and development of Islamic banking in Indonesia.*

*This study aims to determine the effect of emotional factors and rational factors on the customer's decision to choose sharia banking savings products for the people of Demak Regency, who are customers of the BSI KCP Demak Sultan Fattah. This research uses a quantitative research type with purposive random sampling technique. SPSS version 22. The research was conducted from 12 August to 12 September 2022. The population in this study was the community in Demak Regency who were customers of the BSI KCP Demak Sultan Fattah. The research took 100 respondents as a sample in the study.*

*The results of this study indicate that the variables of emotional factors and rational factors partially have a positive and significant effect on the decision to choose a customer to choose a sharia banking savings product for the people of Demak Regency and simultaneously the emotional factors and rational factors positively and significantly influence the decision to choose a customer to choose a savings product. community syariah banking in Demak Regency*

***Keywords: Emotional, Rationale, Decision to Choose, Islamic Banks***

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Puji syukur kehadirat Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Faktor Emosional dan faktor Rasional Terhadap keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak)”, dalam rangka menyelesaikan studi strata 1 (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeris (UIN) Walisongo Semarang. Penulis telah mendapatkan bantuan, dukungan, maupun bimbingan dari berbagai pihak selama dalam proses penyusunan skripsi, maka dengan rasa hormat penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof Dr. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Ibu Heny Yuningrum, SE., MM selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah dan Ibu Muyassaroh, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Dr. H. Khoirul Anwar, M. Ag. Dan Ana Zahrotun Nihayah, S. E., M. A. selaku pembimbing yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dengan penuh kesabaran.
6. Segenap dosen beserta staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang sudah melayani dan memberikan sebagian ilmu mereka dengan penuh kesabaran.

7. Kedua orang tua penulis, Bapak Bunyamin dan Ibu Istiaroh atas segala kasih sayang, do'a, motivasi, dukungan moral maupun materil, yang tidak akan mampu penulis balaskan dengan apapun juga.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan prodi Perbankan Syariah angkatan 18 terkhusus kelas PBAS C'18 atas setiap do'a, dukungan serta bantuannya kepada penulis sejak awal menjadi mahasiswa hingga saat ini.
9. Sahabat-sahabat kos yang senantiasa memberikan bantuan dan dukungannya.
10. Seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan karya ilmiah berupa skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia\_nya atas segala kebaikan yang diberikan. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan kebermanfaatan bagi semua pihak, khususnya dalam bidang pendidikan. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu dengan rendah hati penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar di kemudian hari bisa tercipta karya ilmiah yang lebih baik. Aamiin ya Rabbal 'Aalamiin.

*Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Semarang, Desember 2022

Peneliti

Nur Safitri

NIM. 1805036096

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
MOTO .....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	vii
HURUF ARAB KE HURUF LATIN .....	vii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	10
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	10
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	10
<b>1.5 Sistematika Penulisan</b> .....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA .....	13
<b>2.1 Kajian Teoritis</b> .....	13
<b>2.1.1 Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i>)</b> .....	13
<b>2.1.2 Definisi Faktor Emosional</b> .....	16
<b>2.1.3 Definisi Faktor Rasional</b> .....	18
<b>2.1.4 Definisi Keputusan Memilih</b> .....	20
<b>2.1.5 Definisi Produk Perbankan Syariah</b> .....	23
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	24

<b>2.3</b>	<b>Kerangka Penelitian</b> .....	35
<b>2.4</b>	<b>Hipotesis Penelitian</b> .....	35
BAB III	.....	37
METODE PENELITIAN	.....	37
<b>3.1</b>	<b>Jenis dan Sumber Data</b> .....	37
<b>3.1.1</b>	<b>Jenis Penelitian</b> .....	37
<b>3.1.2.</b>	<b>Sumber Data</b> .....	37
<b>3.2</b>	<b>Populasi dan Sampel</b> .....	38
<b>3.2.1</b>	<b>Populasi</b> .....	38
<b>3.2.2</b>	<b>Sampel</b> .....	38
<b>3.3</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data</b> .....	39
<b>3.4</b>	<b>Variabel Penelitian dan Pengukuran</b> .....	40
<b>3.5</b>	<b>Variabel Penelitian dan Indikator</b> .....	41
<b>3.6</b>	<b>Teknik Analisis Data</b> .....	42
<b>3.6.1</b>	<b>Uji Validitas</b> .....	42
<b>3.6.2</b>	<b>Uji Reliabilitas</b> .....	43
<b>3.7</b>	<b>Uji Asumsi Klasik</b> .....	43
<b>3.7.1</b>	<b>Uji Normalitas</b> .....	43
<b>3.7.2</b>	<b>Uji Multikolinearitas</b> .....	43
<b>3.7.3</b>	<b>Uji Heterokedastisitas</b> .....	44
<b>3.8</b>	<b>Uji hipotesis</b> .....	44
<b>3.8.1</b>	<b>Uji Parsial ( <i>t test</i> )</b> .....	44
<b>3.8.2</b>	<b>Uji Simultan ( <i>F test</i> )</b> .....	44
<b>3.8.3</b>	<b>Koefisien Determinasi ( <math>R^2</math> )</b> .....	45
<b>3.8.4</b>	<b>Analisis Regresi Linier Berganda</b> .....	45
BAB IV	.....	46
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	.....	46
<b>4.1</b>	<b>Deskripsi Objek Penelitian</b> .....	46
<b>4.1.1</b>	<b>Profil Bank Syariah Indonesia</b> .....	46
<b>4.1.2</b>	<b>Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Demak Sultan Fattah</b> .....	46
<b>4.1.3</b>	<b>Struktur Organisasi BSI KCP Demak Sultan Fattah</b> .....	47
<b>4.2</b>	<b>Deskripsi Produk Tabungan</b> .....	48
<b>4.3</b>	<b>Deskripsi Data Responden</b> .....	49

4.4	Uji Instrumen Penelitian.....	51
4.3.1	Uji Validitas .....	51
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	53
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	54
4.4.1	Uji Normalitas .....	54
4.4.2	Uji Multikolinearitas .....	55
4.4.3	Uji Heterokedastisitas.....	56
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
4.5.1	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
4.5.2	Uji Hipotesis (Uji t).....	59
4.5.3	Uji Simultan (Uji F) .....	61
4.7	Pembahasan dan Analisis Data.....	62
4.6.1	Pengaruh Faktor Emosional terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Bank Syariah .....	62
4.6.2	Pengaruh Faktor Rasional terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Bank Syariah.....	63
BAB V	.....	65
PENUTUP	.....	65
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan</b> .....	65
<b>5.2</b>	<b>Keterbatasan Penelitian</b> .....	66
<b>5.3</b>	<b>Saran</b> .....	66
DAFTAR PUSTAKA	.....	68
LAMPIRAN.....	.....	72
LAMPIRAN 1.....	.....	73
Kuesioner Penelitian .....	.....	73
Jawaban Responden Terhadap Kuesioner .....	.....	76
HASIL OUTPUT .....	.....	86
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	.....	99



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Rekening Dana Pihak Ketiga.....	3
Tabel 1.2 Jumlah Tabungan Bank Umum Syariah .....	3
Tabel 1.3 Jaringan Kantor Individual Perbankan Syariah 2022 .....	5
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....	39
Tabel 3.2 Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Profesi .....	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.3 Hasil Uji Realibilitas.....	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas .....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Multokolinearitas.....	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	58
Tabel 4.9 Uji Hipotesis .....	59
Tabel 4.10 Uji Simultan (Uji F) .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Theory of Planned Behavior (TPB) (Ajzen, 2005).....	13
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir .....	34
Gambar 4.1 Gambar Struktural Organisasi BSI KCP Demak Sultan Fattah .....	46

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Berbagai upaya dilakukan perusahaan perbankan untuk tetap bertahan hidup di masa setelah krisis yang panjang ini dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan-perusahaan perbankan lainnya. Salah satu cara yang harus ditempuh perusahaan dalam hal ini adalah dengan menentukan strategi yang tepat supaya tetap bertahan hidup di tengah persaingan serta dapat meningkatkan profitabilitasnya. Namun dalam melakukan strateginya, perusahaan akan mengalami suatu kegagalan apabila tanpa didukung baik oleh pihak internal perusahaan itu sendiri maupun pihak luar perusahaan yang dalam hal ini diantaranya para nasabah. Ide pendirian perbankan syariah di Indonesia dimulai pada tahun 1980 melalui diskusi yang bertemakan Bank Syariah sebagai pilar Ekonomi Islam. Selanjutnya, pada tahun 1990 Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk kelompok kerja untuk membentuk perbankan syariah di Indonesia. Sebagai hasil dari kelompok kerja oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) tersebut adalah terbentuknya perbankan syariah pertama di Indonesia yaitu PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang resmi berdiri pada tanggal 1 November 1991 dan resmi beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992.<sup>1</sup>

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah memasuki babak baru. Pertumbuhan industri perbankan syariah telah bertransformasi dari hanya sekedar memperkenalkan suatu alternatif praktek perbankan syariah menjadi bagaimana bank syariah menempatkan posisinya sebagai pemain utama percaturan ekonomi di tanah air. Bank syariah memiliki potensi besar untuk menjadi pilihan utama dan pertama bagi nasabah dalam pilihan transaksi mereka. Hal ini ditunjukkan dengan akselerasi pertumbuhan dan

---

<sup>1</sup> Helen Noviasari, "Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Produk Perbankan Syariah di Tulungagung", Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020, 1-2.

perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Lembaga keuangan merupakan lembaga yang berperan penting dalam menstabilkan sistem keuangan di Indonesia. Perkembangan bank syariah di Indonesia sangatlah pesat dan persaingan di dunia perbankan juga semakin ketat. Dalam kondisi seperti ini mengharuskan para pelaku pasar perbankan syariah harus bekerja keras demi meningkatkan dan mempertahankan daya saing perbankan.<sup>2</sup>

Fungsi utama bank syariah sebagai lembaga intermediary adalah menghimpun dana dan menyalurkan dana. Dalam menghimpun dana bank, bank syariah memiliki tiga produk utama, yaitu giro, tabungan dan deposito. Sedangkan pada penyaluran dana bank syariah mempunyai lima bentuk utama pembiayaan, yaitu mudharabah dan musyarakah (dengan pola bagi hasil), murabahah dan salam (dengan pola jual beli), dan *ijarah* (dengan pola sewa operasional ataupun finansial). Bank syariah membentuk pelengkap yang berbasis jasa (*feebased service*) seperti *qardh* dan jasa keuangan lainnya. Penghimpunan dana di Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Dalam produk tabungan di Bank Syariah terbagi atas 2 yakni, (1) tabungan *wadiah*, dan (2) tabungan *mudharabah*. Tabungan *wadiah* adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (*savings account*) untuk keamanan dan kemudahan pemakainya. Karakteristik tabungan wadiah ini juga mirip dengan tabungan pada bank konvensional ketika nasabah menyimpan diberi garansi untuk menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank, seperti kartu atm, dan sebagainya tanpa biaya. Sedangkan tabungan mudharabah adalah bank syariah menerima simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (*savings account*), bank dapat

---

<sup>2</sup> Faricha Ihdhawatul Khoir, "Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Jatim Kantor Cabang Syariah Kediri", Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018, 1-2.

mengintegrasikan rekening tabungan dengan rekening investasi dengan prinsip mudharabah dengan bagi hasil yang disepakati.<sup>3</sup>

**Tabel 1.1**

**Jumlah Rekening Dana Pihak Ketiga**

No	Produk	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022
1.	Giro	68.751	70.673	76.528	81.861
2.	Tabungan	31.451.292	35.624.377	41.485.596	42.447.818
3.	Deposito	407.417	452.000	455.593	458.192

Sumber : <https://www.ojk.go.id> (Data Statistik Perbankan Syariah April 2022)

Dilihat dari tabel 1.1 jumlah rekening dana pihak ketiga dari tahun 2019-2022 yaitu, produk giro pada tahun 2019 berjumlah 68.751, tahun 2020 berjumlah 70.673, tahun 2021 berjumlah 76.528, tahun 2022 berjumlah 81.861. Produk tabungan pada tahun 2019 berjumlah 13.538.071, tahun 2020 berjumlah 15.160.507, tahun 2021 berjumlah 15.970.774, tahun 2022 berjumlah 17.080.651. Produk deposito pada tahun 2019 berjumlah 407.417, tahun 2020 berjumlah 452.000, tahun 2021 berjumlah 455.593, tahun 2022 berjumlah 458.192. Jumlah rekening dana pihak ketiga pertahun mengalami kenaikan dan nasabah lebih banyak berminat pada produk tabungan.<sup>4</sup>

**Tabel 1.2**

**Jumlah Tabungan Bank Umum Syariah**

No	Akad Tabungan	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022
1.	Wadiah	17.913.211	20.468.870	25.514.822	25.968.894
2.	Mudharabah	13.4538.071	15.160.507	15.970.774	16.478.924

Sumber : <https://www.ojk.go.id> (Data Statistik Perbankan Syariah April 2022)

<sup>3</sup> Sandi Amaldi Siregar, "Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Minat Menabung di BNI Syariah", Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019, 1-2.

<sup>4</sup> Otoritas Jasa Keuangan, Statistik Perbankan Syariah, april 2022, 70.

Dengan pertumbuhan ekonomi negara yang saat ini terus meningkat, dan dengan semakin banyaknya bank syariah, masyarakat lebih dituntut untuk memilih produk bank yang akan digunakan untuk mempermudah keuangan mereka. Keputusan masyarakat untuk menggunakan dan memilih akad tabungan yang akan digunakan dipengaruhi beberapa hal. Pengaruh tersebut dapat berasal baik dari sisi nasabah itu sendiri maupun dari pihak bank. Sebagai lembaga keuangan, bank syariah diharapkan mampu menggunakan strategi yang tepat guna menghimpun dana dari masyarakat. Bank syariah harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk menyampaikan informasi terhadap nasabah terkait produk. Pemahaman nasabah juga memiliki dampak bagi pengambilan keputusan untuk memilih produk yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

Menurut nasabah BSI KCP Demak memutuskan untuk memilih produk tabungan perbankan Syariah karena kemudahan dan risikonya kecil.

Menurut Yeny Agung sebagai *Branch Operation Supervisor Manager* (BOSM) BSI KCP Demak terbagi menjadi 2 tabungan, yakni tabungan wadiah yang berjumlah 7112 nasabah dan tabungan mudharabah yang berjumlah 4312 nasabah.

Sejak tahun didirikannya perbankan Syariah hingga Desember 2021 tercatat dalam Statistik Perbankan Syariah yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dalam statistik tersebut terdapat 13 Bank Umum Syariah (BUS), dan 21 Unit Usaha Syariah (UUS), yang terdapat diseluruh Indonesia. Bank Umum Syariah yang tersebar diseluruh Indonesia memiliki 482 kantor cabang (KC), 1153 kantor cabang pembantu (KCP), dan 178 kantor kas (KK). Selain Bank Syariah Umum (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) memiliki sebanyak 177 kantor cabang (KC), 195 kantor cabang pembantu (KCP), dan 67 kantor kas (KK). Dan yang terakhir adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

(BPRS) memiliki kantor cabang (KC) sebanyak 165, dan kantor kas (KK) sebanyak 655.<sup>5</sup> Seperti terdapat tabel dibawah ini :

**Tabel 1.3**

**Jaringan Kantor Individual Perbankan Syariah 2022**

No	Kelompok Bank	Jumlah Kantor		
		Kantor Cabang	Kantor Cabang Pembantu (KCP)	Kantor Kas (KK)
1	Bank Umum Syariah (BUS)	482	1153	178
2	Unit Usaha Syariah (UUS)	177	195	67
3	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)	165	-	655

Sumber : <https://www.ojk.go.id> (Data Statistik Perbankan Syariah April 2022)

Berdasarkan tabel 1.3 diatas menjelaskan bahwa, seperti bank umum yang menjalankan usahanya dengan sistem konvensional, bank umum syariah juga menjalankan fungsi sebagai lembaga intermediasi dimana bank berfungsi sebagai penghimpun dana dan penyaluran dana. Keputusan masyarakat untuk menabung biasanya lebih menarik minat masyarakat dalam menabung. Akan tetapi sekarang tingkat suku bunga bukan menjadi faktor utama yang menjadikan minat masyarakat untuk menabung, namun faktor kemudahan dan kenyamanan untuk bertransaksi yang menjadikan masyarakat berminat untuk menyimpan uangnya di bank.

Di Indonesia, yang mayoritas penduduknya beragama Islam, merupakan potensi yang luar biasa sebagai tempat tumbuh kembangnya

---

<sup>5</sup>*Ibid*, 16.

kegiatan ekonomi yang berbasis syariah. Potensi dalam hal ini dipandang dari sumber daya dan aktivitas perekonomian suatu wilayah serta pola sikap dari pelaku ekonomi terhadap produk dan jasa bank syariah. Informasi mengenai sikap dan karakteristik masyarakat terhadap perbankan syariah menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan sosialisasi dan penetapan strategi pemasaran bagi bank-bank syariah yang akan beroperasi pada suatu wilayah. Perbedaan karakteristik manusia dalam berpikir, berkata, dan bertindak, seseorang akan dikatakan baik bila perilakunya sesuai dengan ajaran agama, dan sebaliknya akan buruk bila perilakunya tidak sesuai dengan ajaran agama. Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih suatu bank diantaranya adalah faktor emosional dan faktor rasional. Penelitian ini menggunakan faktor emosional dan faktor rasional karena masyarakat dalam melakukan sebuah tindakan atau pilihan cenderung berfikir secara rasional terlebih dahulu dan juga menggunakan emosi atau perasaannya agar tidak salah memilih nantinya dengan mempertimbangkan resiko beserta keuntungan yang akan didapatkannya nanti.<sup>6</sup>

Faktor emosional dalam penelitian ini cenderung pada dorongan dalam diri seseorang untuk memutuskan sesuatu dalam memilih suatu produk dan jasa berdasarkan pertimbangan-pertimbangan subyektif seperti perasaan, kebanggaan, status dan harga diri. Perbankan syariah sangat dibutuhkan faktor emosional terhadap nasabahnya. Nasabah yang bersifat emosional lebih mengedepankan aspek religius seperti sukarela menggunakan perbankan syariah dalam segala transaksi tanpa ada dorongan. Karena nasabah mempunyai kesadaran beragama dan pengetahuan yang cukup terutama mengharapkan ridho Allah SWT.<sup>7</sup> Faktor emosional dalam penelitian ini meliputi status sosial, keamanan, dan kenyamanan. Lewat pengalaman beragama yakni penghayatan terhadap Tuhan atau agama yang diyakininya,

---

<sup>6</sup> Philip Kotler dan Keller, "Manajemen Pemasaran, alih bahasa Benyamin Molan" (Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang), 225.

<sup>7</sup> Serly Handayani, "Pengaruh Faktor emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Indonesia", Thn 2019, 104.

maka manusia yang memiliki religiusitas yang tinggi akan memutuskan apa yang akan nasabah lakukan sesuai dengan ajarannya, misalnya seorang muslim yang memilih menyimpan uangnya di bank syariah karena menganggap bahwa bunga itu haram. Satu perangkat proses psikologis berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu untuk menghasilkan proses keputusan pembelian.<sup>8</sup>

Faktor rasional dalam penelitian ini didasarkan pada pengetahuan seseorang tentang informasi dan situasi. Faktor rasional dapat mempengaruhi pemikiran dan pengetahuan nasabah yang misalnya sangat mempertimbangkan keuntungan, bagi hasil, bonus yang didapatkan, dan kemudahan fasilitas yang didapatkan. Hal ini berbanding terbalik dengan nasabah emosional yang tidak menghiraukan hal tersebut. Sebagai contoh ketika biaya layanan perbankan syariah lebih tinggi dari pada perbankan konvensional, maka nasabah rasional bertindak cepat dengan menarik seluruh simpanannya dan memindahkannya keperbankan konvensional yang lebih murah.<sup>9</sup>

Masyarakat yang memilih menjadi nasabah lembaga perbankan dipengaruhi oleh dua faktor dominan dalam sikap, yaitu sikap dominan emosional dimana nasabah tetap akan menggunakan produk/jasa bank sekalipun keuntungan yang didapatkan kecil asalkan produk/jasa tersebut halal digunakan. Sementara itu, sikap dominan lain yang berpengaruh terhadap keputusan memilih nasabah adalah sikap dominan rasional dimana nasabah memutuskan memilih bank dengan pertimbangan keuntungan yang diperoleh selama menabung di bank tersebut, semakin banyak keuntungan dapat diperoleh maka semakin mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan perbankan.

---

<sup>8</sup> Philip Kotler dan Keller, "Manajemen Pemasaran, alih bahasa Benyamin Molan" (Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang), 226.

<sup>9</sup> Serly Handayani, "Pengaruh Faktor emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Indonesia", Thn 2019, 105.



PT. Bank Syariah Indonesia merupakan lembaga perbankan syariah terbesar di Indonesia dimana dalam menjalankan operasionalnya, Bank Syariah Indonesia (BSI) memadukan dengan adanya harmonisasi idealisme usaha serta nilai-nilai spiritual menjadi suatu keunggulan tersendiri, BSI telah memiliki 737 kantor layanan di seluruh Indonesia dengan akses lebih dari 199.000 jaringan ATM terintegrasi. Salah satunya yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Demak Sultan Fattah, perkembangan perbankan syariah di Indonesia juga terlihat di Provinsi Jawa Tengah sebagai provinsi besar di Indonesia menyumbang 4,03% aset perbankan syariah nasional pada tahun 2020. Namun demikian, persebaran bank syariah di Jawa Tengah diketahui masih sulit untuk diakses, seperti pada Kabupaten Demak yang hanya terdapat satu bank syariah padahal Kabupaten Demak memiliki 1,2 juta penduduk dengan mayoritas penduduk beragama Islam.<sup>10</sup>

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Deypa Prasetya Wira Magda (2019) dengan judul “Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan mahasiswa memilih produk perbankan syariah di Tulungagung” hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor emosional berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah di Tulungagung, Faktor rasional berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah di Tulungagung dan Pengujian secara bersama-sama menunjukkan bahwa faktor emosional dan rasional berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah di Tulungagung.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ratmi Yeno Metra at.el (2020) dengan judul “Pengaruh emosional, rasional keputusan nasabah memilih bertransaksi dengan Bank Muamalat” hasil penelitian ini menunjukkan

---

<sup>10</sup> Elsa Anggriani, “Pengaruh Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kab. Demak)”, Skripsi Sarjana Ekonomi, Semarang: Perpustakaan UIN Walisongo Semarang, 2021, 39.

bahwa faktor emosional secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bertransaksi, faktor rasional juga berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bertransaksi dan faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih bertransaksi pada Bank Muamalat.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Riski Utama (2019) dengan judul “Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam memilih produk tabungan Lembaga Keuangan Syariah” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor emosional terbukti berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah, faktor emosional dan faktor rasional terbukti berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam memilih produk tabungan di lembaga keuangan syariah dan faktor emosional terbukti lebih dominan daripada faktor rasional dalam mempengaruhi keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memilih produk tabungan di lembaga keuangan syariah.

Hasil lain ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Miftahul Jannah (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh faktor rasional dan religiusitas terhadap minat menabung masyarakat di Bank Muamalat” yang menghasilkan temuan bahwa faktor rasional tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat. Sejalan dengan temuan ini, hasil penelitian oleh Fikri Fahmi Hakim (2017) yang berjudul “Pengaruh motif rasional dan motif emosional terhadap keputusan pembelian sepatu sepak bola specs di Keanggotaan Persis Solo” menyatakan bahwa motif rasional tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

BSI KCP Demak Sultan Fattah memiliki total nasabah sebanyak 25.000 nasabah dan terus mengalami perkembangan pada tiap tahunnya, sehingga peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian terkait faktor emosional dan faktor rasional yang dimiliki oleh nasabah yang memilih

menggunakan produk tabungan BSI sekalipun BSI KCP Demak Sultan Fattah memiliki kekurangan yang cukup layak untuk dipertimbangkan, seperti hanya terdapat satu kantor cabang pembantu serta masih sulitnya akses jaringan ATM yang dimiliki. Maka berdasarkan kontradiksi hasil penelitian, peneliti menemukan celah penelitian mengenai faktor emosional dan faktor rasional terhadap nasabah BSI KCP Demak Sultan Fattah dalam memutuskan menjadi nasabah bank syariah, dengan demikian peneliti akan mengambil judul penelitian yaitu “PENGARUH FAKTOR EMOSIONAL DAN FAKTOR RASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK TABUNGAN PERBANKAN SYARIAH”

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah faktor emosional berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan perbankan syariah ?
2. Apakah faktor rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan perbankan syariah ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor emosional terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan perbankan syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor rasional terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan perbankan syariah.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis dan praktis bagi pembaca sekalian. Adapun penjabaran dari manfaat penelitian ini yakni :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam analisis faktor emosional dan rasional terhadap pengambilan keputusan memilih produk tabungan perbankan syariah.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini berguna untuk menambah dedikasi dalam penelitian perbankan syariah bagi peneliti lainnya yang akan melakukan penelitian secara lebih mendalam.

## 3. Manfaat bagi penulis

Diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis di bidang perbankan syariah khususnya mengenai faktor emosional dan rasional terhadap pengambilan keputusan memilih produk tabungan perbankan syariah.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pikir serta sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Berisi tinjauan pustaka atau teori yang digunakan terkait konsep, gagasan dan pembahasan yang dapat digunakan sebagai landasan.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Berisi mengenai populasi dan sampel, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data serta teknik analisa data.

#### **BAB IV HASIL DAN ANALISIS**

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, serta hasil

penelitian dengan interpretasinya.

## BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran dari analisis pada bagian sebelumnya.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kajian Teoritis

#### 2.1.1 Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)

Teori Perilaku Terencana atau TPB (*Theory of Planned Behavior*) merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang pertama kali diperkenalkan oleh Martin Fishbein dan Ajzen pada tahun 1980. Menurut *Theory of Reasoned Action* (TRA), keputusan untuk melakukan perilaku tertentu merupakan hasil dari proses yang rasional. Teori ini lahir karena kurang berhasilnya penelitian-penelitian yang menguji teori sikap, yaitu hubungan antara sikap dan perilaku. Beberapa pilihan perilaku dipertimbangkan lalu konsekuensi dan hasilnya dinilai, lalu dibuat keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu (intensi).<sup>11</sup> Hal yang memengaruhi seseorang untuk melakukan atau tidak dilakukannya hal tersebut tidak hanya ditentukan oleh sikap dan norma subjektif saja melainkan persepsi seseorang terhadap kontrol yang dapat dilakukan bersumber pada keyakinan terhadap kontrol tersebut. Adanya variabel tambahan inilah yang merubah TRA menjadi TPB oleh Ajzen (1988). Meskipun begitu, baik TRA maupun TPB tetap menganggap prediktor terbaik oleh seseorang dalam berperilaku adalah karena adanya intensi atau niat yang ditentukan oleh 3 faktor berikut:

1. *Behavior Beliefs*, yaitu hal-hal yang diyakini oleh seseorang terhadap suatu perilaku dari sisi positif dan negatif, dan sikap terhadap suatu perilaku yang cenderung untuk dilakukan dalam bentuk suka ataupun tidak suka. Nasabah BSI KCP Demak memutuskan untuk memilih produk tabungan perbankan Syariah karena kemudahan dan risikonya kecil.

---

<sup>11</sup> Reza Imawati, "Pengaruh Pendapatan, Sikap Keuangan, dan locus of control internal terhadap perilaku keuangan melalui literasi keuangan sebagai variable intervening," 2020, 22.

2. *Normative Beliefs*, yaitu keyakinan seseorang tentang harapan normative orang lain yang berpengaruh bagi orang tersebut dan dapat menjadi memotivasi untuk memenuhi harapan tersebut. Banyak nasabah BSI KCP Demak yang memutuskan untuk menabung di Bank Syariah walaupun keuntungannya kecil.
3. *Control Beliefs*, yaitu keyakinan seseorang mengenai hal-hal yang dapat mendukung atau menghambatnya dalam berperilaku. Hambatan ini bisa diperoleh dari dalam diri individu tersebut seperti pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman serta dari lingkungan seperti adanya ketersediaan waktu, dan tersedianya fasilitas.<sup>12</sup> Pengalaman nasabah dalam menabung di bank Syariah karena riba hukumnya haram. Hal ini membuat nasabah untuk memutuskan memilih menabung di bank Syariah.

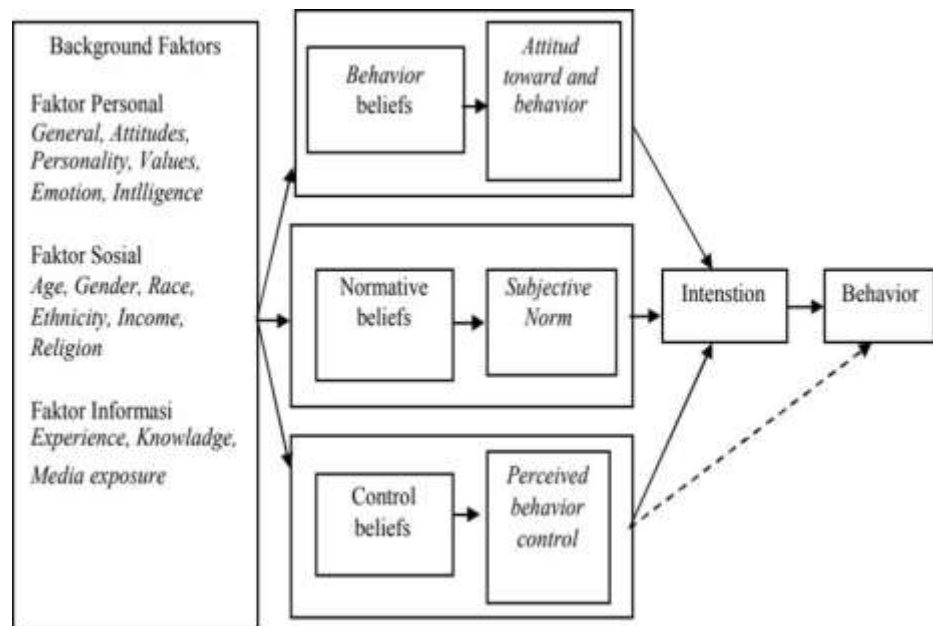
Teori perilaku terencana atau TPB (*Theory of Planned Behavior*) didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang rasional dan menggunakan informasi-informasi yang mungkin baginya secara sistematis. Orang memikirkan implikasi dari tindakan mereka sebelum mereka memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku-perilaku tertentu.

### **Gambar 2.1**

#### **Bagan *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Ajzen, 2005)**

---

<sup>12</sup> Marissa Ulfah, "Analisis Faktor yang Memengaruhi Intensi Masyarakat Terhadap Bantuan Hidup Dasar (BHD) Pada Korban Kecelakaan Lalu Lintas Berdasarkan *Theory Of Planned Behavior (TPB)*," 2018, 20.



Bagan pada gambar 2.1 di atas menjelaskan empat hal yang berkaitan dengan perilaku manusia, yaitu:

1. Hubungan langsung antara tingkah laku dengan intensi (niat). Artinya, hal ini merupakan faktor terdekat yang memprediksi munculnya tingkah laku yang akan ditampilkan seseorang.
2. Intensi (niat) dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu *attitude toward behavior* (sikap) seseorang, norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi terhadap kontrol yang dimiliki (*perceived behavior control*).
3. Masing-masing faktor yang memengaruhi intensi di atas (sikap, norma subjektif, dan PBC) dipengaruhi oleh variabel lain yaitu *beliefs*. Sikap dipengaruhi *behavior beliefs*, norma subjektif dipengaruhi oleh *normative beliefs*, dan PBC dipengaruhi oleh *beliefs* tentang kontrol yang dimiliki disebut *control beliefs*.

PBC merupakan ciri khas dari teori ini, pada gambar 2.1 di bagan terdapat cara langsung yang menghubungkan tingkah laku dengan PBC yang ditandai dengan garis putus-putus sebagai penghubung, selain itu



terdapat cara tidak langsung yang menghubungkan tingkah laku dengan PBC melalui perantara intensi (niat).

### 2.1.2 Definisi Faktor Emosional

Emosi (*emotion*) merupakan perasaan atau afeksi yang dapat menciptakan rangsangan fisiologis (seperti denyut jantung yang cepat), pengalaman sadar (seperti memikirkan jatuh cinta), dan juga ekspresi perilaku (seperti raut muka yang cemberut).<sup>13</sup> Sedangkan emosional adalah suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis dan psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak. Jadi dapat dipahami bahwa emosional merupakan suatu perasaan dalam individu dan reaksi dari luar yang mendorong stimulus dari luar yang mendorong seseorang untuk bertindak. Menurut Schiffman dan Kanuk, faktor emosional mengandung arti bahwa pemilihan sasaran menggunakan pemikiran pribadi atau subyektif.<sup>14</sup> Nasabah yang bersifat emosional lebih mengedepankan aspek religius seperti sukarela menggunakan perbankan syariah dalam segala transaksi tanpa ada dorongan. Karena nasabah mempunyai kesadaran beragama dan pengetahuan yang cukup terutama mengharapkan ridho Allah SWT. Sebagaimana dalam surat al-Baqarah ayat 208 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطٰنِ ۚ  
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu*”.

Menurut Nugroho J. Supriadi konsumen yang berdasarkan ada faktor emosional terkesan terburu-buru tanpa mempertimbangkan

---

<sup>13</sup> Laura A. King, “Psikologi Umum: Sebuah Pandangan Apresiatif,” (Jakarta: Salemba Humanika, 2017), 98.

<sup>14</sup> Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, “Perilaku Konsumen, Alih Bahasa Zoelkifli Kasip,” (Jakarta: PT Indeks, 2004, 78.

kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi untuk jangka panjang.<sup>15</sup>

Berdasarkan pengertian tentang emosional di atas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor emosional adalah dorongan dalam diri seseorang untuk memutuskan sesuatu dalam hal ini untuk memilih suatu produk dan jasa berdasarkan pertimbangan-pertimbangan subyektif seperti perasaan, kebanggaan, status, harga diri, dan sebagainya. Menurut Ali Hasan, faktor dari emosional terdiri dari<sup>16</sup> :

- a. Kesenangan, kesederhanaan, dan aktivitas.
- b. Kebanggaan penampilan pribadi
- c. Kebanggaan kepemilikan
- d. Kerja sama dan empati
- e. Keamanan dan kesehatan
- f. Kenyamanan pribadi.

Faktor – faktor dari emosional sendiri menurut Sofjan Assauri terdiri dari<sup>17</sup> :

- a. Pembeli tampak ingin berbeda dengan yang lain
- b. Kebanggaan karena penampilan pribadinya
- c. Pecapaian status sosialnya
- d. Untuk terhindar dari keadaan bahaya

Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai landasan teoritis dalam faktor emosional adalah faktor pribadi dan faktor psikologi :

- a. Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah karakteristik seseorang dimana karakteristik tersebut berbeda antara satu orang dengan orang lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan memilih produk perbankan Syariah. Yang meliputi keamanan, kenyamanan,

---

<sup>15</sup> Nugroho J. Setiadi, “Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran,” (Jakarta : Kencana, 2003) ed. 1 cet. 2, S104.

<sup>16</sup> Ali Hasan, Marketing Bank Syariah, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010), 55.

<sup>17</sup> Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada., 2010), 127.

ego, dan kebanggaan.

b. Faktor Psikologi

Faktor psikologi adalah faktor yang menunjukkan perasaan, cara mengumpulkan dan menganalisis informasi, serta cara merumuskan ide untuk mengambil tindakan. Faktor psikologis mempengaruhi keputusan memilih produk perbankan Syariah meskipun dari bank Syariah yang berbeda. Yang meliputi motivasi, persepsi, pendidikan, keyakinan dan sikap.<sup>18</sup>

### 2.1.3 Definisi Faktor Rasional

Rasional adalah menurut pikiran dan pertimbangan yang logis, menurut pikiran yang sehat dan cocok dengan akal. Rasional adalah berpikir menggunakan nalar atas data yang ada untuk mencari kebenaran faktual, kegunaan, dan derajat kebenarannya.<sup>19</sup> Dapat disimpulkan bahwa faktor rasional adalah cara berpikir seseorang dalam mempertimbangkan dan memutuskan segala sesuatu dengan menggunakan akal sehatnya. Jadi dapat dimengerti bahwa rasional adalah cara berpikir seseorang dalam memutuskan sesuatu dengan pertimbangan akal sehat. Manusia berperilaku pada waktu mereka mempertimbangkan alternatif-alternatif dan memilih sebuah alternatif yang memiliki banyak kegunaan. Menurut Schiffman dan Kanuk, dalam pemasaran faktor rasional menyatakan bahwa para konsumen memilih sasaran berdasarkan pada kriteria yang benar-benar obyektif seperti ukuran, berat, harga, dan sebagainya.<sup>20</sup> Menurut Nugroho J. Setiadi, faktor yang berdasarkan pada rasional akan menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan memikirkan secara matang serta

---

<sup>18</sup> Kasnaeny Karim dan Muhammad Jibril Tajibu, "The Influence Of Emotional on the Decision to Use a Credit Card, Hasanuddin Economics and Business Review", vol 05, no. 2, 2021, 41-44.

<sup>19</sup> Djohansjah Marzoeki, "Berpikir Rasional di Ranah Publik", diakses pada 30 Maret 2022 pukul 14.30.

<sup>20</sup> Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, "Perilaku Konsumen, Perilaku Konsumen, Alih Bahasa Zoelkifli Kasip," (Jakarta: PT Indeks, 2004), 78.

dipertimbangkan terlebih dahulu untuk membeli produk tersebut. Kecenderungan yang akan diperoleh konsumen adalah sangat puas.<sup>21</sup> Dari beberapa pendapat dapat disimpulkan bahwa rasional adalah dorongan dari dalam diri seseorang dalam konteks pembelian suatu produk berdasarkan pada pertimbangan-pertimbangan objektif. Dan biasanya dalam memutuskan pembelian suatu produk konsumen cenderung mempertimbangkan manfaat terbesar bagi dirinya. Menurut Ali Hasan, faktor dari rasional adalah<sup>22</sup> :

- a. Kemudahan dan efisiensi dalam penggunaan.
- b. Tahan lama
- c. Dapat membantu bertambahnya pendapatan.
- d. Hemat dalam pemakaian
- e. Murah harga pembeliannya

Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai landasan teoritis dalam faktor rasional adalah harga, kemudahan, keuntungan, dan kehandalan. Hal diambil berdasarkan adanya kesamaan pendapat menurut beberapa tokoh di atas.

- a. Harga

Harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok tertentu. Harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Biasanya penggunaan kata berupa digit nominal besaran angka terhadap nilai tukar mata uang yang menunjukkan tinggi rendahnya nilai suatu kualitas barang atau jasa.

- b. Kemudahan

Kemudahan merupakan suatu hal yang dilakukan tanpa harus memerlukan tenaga dan pikiran untuk mengerjakannya.

---

<sup>21</sup> Nugroho J. Setiadi, "Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran," (Jakarta : Kencana, 2003) ed. 1 cet. 2, 103.

<sup>22</sup> Ali Hasan, Marketing Bank Syariah, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010), 55.

c. Keuntungan

Keuntungan atau yang biasa disebut dengan laba memiliki dua pengertian menurut ilmu ekonomi dan akuntansi. Dalam ilmu ekonomi, keuntungan didefinisikan sebagai peningkatan kekayaan seorang investor sebagai hasil dari penanaman modalnya. Sedangkan dalam akuntansi keuntungan disebut sebagai selisih antara harga penjualan dengan biaya produksi.

d. Keandalan

Keandalan atau reliabilitas merupakan salah satu dimensi dari pelayanan berkualitas, pelayanan yang berkualitas merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggannya. Pelayanan yang berkualitas lebih menekankan kepada aspek kepuasan konsumen yang diberikan oleh perusahaan yang menawarkan jasa.<sup>23</sup>

#### 2.1.4 Definisi Keputusan Memilih

Keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif.<sup>24</sup> Pengambilan keputusan konsumen merupakan proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya.<sup>25</sup> Orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa pilihan yang ada. Apabila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu antara membeli atau tidak membeli, kemudian dia membeli maka dia ada dalam posisi membuat keputusan. Sebagaimana dalam surat An-Nisa': ayat 29 :

---

<sup>23</sup> Viola De Yusa, "Pengaruh motif rasional dan motif emosional terhadap pembelian ponsel", Vol 9 No 2, 2015, 98-99.

<sup>24</sup> Ujang Sumarwan, "Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran," 357.

<sup>25</sup> Ghozali Maski, "Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang," 46.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ  
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*”.

Berbagai macam keputusan mengenai aktivitas kehidupan sering kali harus dilakukan oleh setiap konsumen pada setiap hari. Konsumen melakukan keputusan setiap hari atau setiap periode tanpa menyadari bahwa mereka telah mengambil keputusan.

Menurut Schiffman dan Kanuk ada empat perspektif model pengambilan keputusan oleh konsumen. Keempat perspektif tersebut yaitu pandangan ekonomi, pandangan pasif, pandangan kognitif, dan pandangan emosional. Model konsumen seperti ini menggambarkan bagaimana dan mengapa para individu berperilaku seperti yang mereka lakukan<sup>26</sup> :

a. Manusia Ekonomi (*Economic Man*)

Konsep manusia ekonomi berasal dari disiplin ekonomi. Manusia dipandang seseorang individu yang melakukan keputusan secara rasional. Agar seorang individu berpikir rasional, maka ia harus menyadari berbagai alternatif yang telah tersedia. Individu tersebut juga harus mampu meringking berbagai alternatif berdasarkan pada kebaikan dan keburukan alteratif yang telah tersedia. Manusia ekonomi berusaha mengambil keputusan yang hasilnya nanti menimbulkan kepuasan maksimum. Keputusan tersebut berdasarkan

---

<sup>26</sup> Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, “Perilaku Konsumen, Perilaku Konsumen, Alih Bahasa Zoelkifli Kasip,” (Jakarta: PT Indeks, 2004), 488.

pertimbangan pertimbangan ekonomi, seperti harga, jumlah barang, utilitas marginal, dan kurva indifferent.

b. Manusia Pasif (*Passive Man*)

Dalam model ini menggambarkan bahwa manusia sebagai individu yang mementingkan diri sendiri dan menerima berbagai macam promosi yang telah ditawarkan pemasar. Konsumen digambarkan sebagai pembeli yang irasional dan impulsif yang siap menyerah pada usaha dan tujuan pemasar. Model ini bertolak belakang dengan model manusia ekonomi.

c. Manusia Kognitif (*Cognitif Man*)

Model manusia kognitif menggambarkan konsumen sebagai individu yang berpikir untuk memecahkan masalah. Konsumen sering kali bisa pasif dalam menerima produk dan jasa yang apa adanya, tetapi sering kali sangat aktif dalam mencari alternatif produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasannya.

d. Manusia Emosional (*Emotional Man*)

Manusia emosional menggambarkan konsumen sebagai individu yang memiliki perasaan mendalam dan juga emosi yang mempengaruhi pembelian. Konsumen yang melakukan keputusan pembelian emosional tersebut hanya melakukan sedikit usaha untuk mendapatkan informasi sebelum melakukan pembelian terhadap barang. Dan manusia yang melakukan pembelian secara emosional lebih mengedepankan kepada suara hati dan perasaan yang timbul pada saat itu. Hal ini merupakan keputusan emosional yang tidak bersifat rasional.<sup>27</sup>

Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai landasan teoritis yaitu :

---

<sup>27</sup> Helen Noviasari, "Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Produk Perbankan Syariah di Tulungagung," Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2019, 24-26.

a) Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebutuhan adalah nasabah mengartikan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi actual yang memadai untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan nasabah.

b) Informasi

Informasi merupakan nasabah mencari informasi yang disimpan di dalam ingatan atau mendapatkan informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan.

c) Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif merupakan nasabah mengevaluasi pilihan berkaitan dengan manfaat yang diharapkan dan mengerucutkan pilihan sampai dengan alternative pilihan.<sup>28</sup>

### 2.1.5 Definisi Produk Perbankan Syariah

Bank Islam atau disebut dengan bank syariah, adalah bank yang beropersai dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga perbankan yang beroperasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al Qur'an dan hadits Nabi SAW.<sup>29</sup> Dengan kata lain, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengopersiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Pada sistem operasi bank syariah, pemilik dana menanamkan uangnya di bank tidak dengan motif mendapatkan bunga, tapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan (modal usaha) dengan

---

<sup>28</sup> Herawati et.al, Predicted Purchasing Decisions from Liferstyle,Product Quality and Price Trough Purchase Motivation, Journal of Economi Education, Vol 8, No 1, 2019, 5-6

<sup>29</sup> Ana Zahrotun Nihaya, Kontribusi Perbankan Syariah Terhadap Permodalan UMKM Selama Pandemi Covid-19, 2022, 186



perjanjian pembagian keuntungan sesuai dengan kesepakatan. Secara garis besar pengembangan produk penghimpunan dana (funding) dibagi menjadi 3 yaitu:

1. Tabungan

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No.21 Tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadiah dan akad mudharabah. Penarikan dapat dilakukan sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku serta kesepakatan telah dicapai, tetapi tidak dapat ditarik kembali dengan cek bilyet giro.<sup>30</sup>

2. Deposito

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No.21 Tahun 2008, deposito adalah dana investasi berdasarkan akad mudharabah, hanya dapat ditarik pada waktu tertentu berdasarkan kesepakatan antara nasabah penyimpanan dana dan Bank Syariah.<sup>31</sup>

3. Giro

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No.21 Tahun 2008, giro adalah simpanan dengan menggunakan akad wadiah dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet, giro, sarana perintah pembayaran lainnya.<sup>32</sup>

## 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Variabel	Metode	Hasil	Perbedaan
1	Deypa Prasetya Wira Magda (2019) "Pengaruh faktor	1. Faktor emosional dan faktor rasional (variable	Metode kuantitatif	1. Faktor emosional berpengaruh secara signifikan	1. Penelitian ini menggunakan objek mahasiswa perbankan ditulungagung

<sup>30</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Pasal 1 Butir ke 21.

<sup>31</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Pasal 1 Butir ke 22.

<sup>32</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Pasal 1 Butir ke 23.

	<p>emosional dan faktor rasional terhadap keputusan mahasiswa memilih produk perbankan syariah di Tulungagung”</p>	<p>independent)</p>		<p>terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah di Tulungagung .</p> <p>2. Faktor rasional berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah di Tulungagung</p> <p>3. Pengujian secara bersama-sama menunjukkan bahwa faktor emosional dan rasional berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih produk</p>	<p>2. Penelitian ini menggunakan 2 teknik pengambilan sampel yaitu : <i>Probability Sampling</i> dan <i>Nonprobability Sampling</i></p>
--	--	---------------------	--	--	---

				perbankan syariah di Tulungagung	
2	Riski Utama (2019) “Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam memilih produk tabungan Lembaga Keuangan Syariah”	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Faktor emosional dan faktor rasional (variable bebas)</li> <li>2. Keputusan mahasiswa (variable terikat)</li> </ol>	Metode kuantitatif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. faktor emosional terbukti berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah.</li> <li>2. faktor emosional dan faktor rasional terbukti berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam memilih produk tabungan di</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penelitian ini menggunakan objek mahasiswa UIN Sunan Ampel</li> <li>2. Penelitian ini menggunakan penelitian purposive random sampling</li> </ol>

				<p>lembaga keuangan syariah.</p> <p>3. faktor emosional terbukti lebih dominan daripada faktor rasional dalam mempengaruhi keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memilih produk tabungan di lembaga keuangan syariah.</p>	
3	<p>Siti Ardella Kamal (2019) “Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional nasabah dalam memilih bank syariah mandiri KC Curup</p>	<p>1. Faktor emosional dan faktor rasional (variable bebas)</p> <p>2. Nasabah memilih bank syariah mandiri (variable</p>	<p>Metode kuantitatif</p>	<p>1. Faktor emosional dan faktor rasional secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi nasabah dalam</p>	<p>1. penelitian ini menggunakan objek bank syariah mandiri</p> <p>2. penelitian ini menggunakan teknik probability sampling atau random sampling</p>

		terikat)		<p>memilih Bank Syariah KC Curup</p> <p>2. Faktor emosional dan faktor rasional secara parsial terdapat variabel yang berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap nasabah memilih Bank Syariah Mandiri KC Curup</p> <p>3. faktor rasional adalah variabel yang merupakan hal paling dipertimbangkan oleh nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri KC Curup</p>	
4	Yatmi Yeno Metra,	1. Faktor emosional	Metode kuantitatif	1. Faktor emosional	1. Penelitian ini menggunakan objek

	Miswardi, Yenty Astari Dewi, Nasfi (2020) “Pengaruh Emosional dan Rasional keputusan Nasabah memilih bertransaksi dengan Bank Muamalat”	dan faktor rasional (variable independent) 2. Keputusan memilih (variable dependen)		berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk Ib Muamalat 2. Faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk ib muamalat 3. Faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan ib muamalat	nasabah bank muamalat 2. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan ( <i>field research</i> )
5	Serly Handayani (2019) “Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap	1. Faktor emosional dan faktor rasional (variable terikat) 2. Keputusan	Metode kuantitatif	1. Faktor emosional berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah	1. Penelitian ini menggunakan objek masyarakat desa kertamukti 2. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan

	keputusan nasabah memilih Bank Syariah Indonesia”	nasabah memilih Bank Syariah (variabel terikat)		memilih produk bank syariah 2. Faktor rasional berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah 3. Faktor emosional dan rasional secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah	sampel dengan metode <i>insidetal sampling</i>
6	Ratmi Yeno Metra at.el (2020) “Pengaruh emosional, rasional keputusan nasabah memilih bertransaksi dengan Bank	1. Faktor emosional dan faktor rasional (variable dependen) 2. Keputusan memilih (variabel independent)	Metode kuantitatif	1. faktor emosional secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bertransaksi 2. faktor	1. Penelitian ini menggunakan objek nasabah bank muamalat 2. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan ( <i>field research</i> )

	Muamalat”			<p>rasional juga berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bertransaksi</p> <p>3. faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih bertransaksi pada Bank Muamalat</p>	
7	<p>Hasanah, Maulia Uswatun (2021)</p> <p>“Pengaruh persepsi, motif rasional dan motif emosional terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Sumsel Babel Syariah</p>	<p>1. pengaruh persepsi, motif rasional, dan motif emosional (variable bebas)</p> <p>2. keputusan menjadi nasabah (variable</p>	Metode kuantitatif	<p>1. Persepsi mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Sumsel Babel</p> <p>2. Motif rasional</p>	<p>1. Penelitian ini menggunakan objek nasabah Sumsel Babel Syariah</p>



	kantor cabang Palembang”	terikat)		<p>mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Sumsel Babel</p> <p>3. Motif emosional mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Sumsel Babel</p> <p>4. Persepsi, motif rasional dan motif emosional berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan menjadi 122 nasabah Bank Sumsel Babel</p>	
8	Fikri Fahmi	1. Motif	Metode	1. Motif	1. Penelitian ini

	Hakim (2017) “Pengaruh motif rasional dan motif emosional terhadap keputusan pembelian sepatu sepak bola specs di keanggotaan persis Solo”	rasional dan motif emosional (variable independent) 2. Keputusan pembelian (variable dependen)	kuantitatif	rasional berpengaruh terhadap keputusan pembeli 2. Motif emosional berpengaruh terhadap keputusan pembeli 3. Motif rasional dan emosional berpengaruh secara bersama-sama terhadap pembeli	menggunakan objek <i>customer</i> sepatu sepak bola specs 2. Penelitian ini menggunakan Teknik <i>random sampling</i>
--	---	---	-------------	--	--

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Deypa Prasetya Wira Magda (2019) dengan judul “Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan mahasiswa memilih produk perbankan syariah di Tulungagung”. Perbedaan dengan penelitian ini adalah Penelitian ini menggunakan ojek mahasiswa perbankan di tulungagung dan penelitian ini menggunakan 2 teknik pengambilan sampel yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ratmi Yeno Metra at.el (2020) dengan judul “Pengaruh emosional, rasional keputusan nasabah memilih bertransaksi dengan Bank Muamalat”. Perbedaan dengan penelitian

ini adalah Penelitian ini menggunakan objek nasabah bank muamalat ,metode penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Riski Utama (2019) dengan judul “Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam memilih produk tabungan Lembaga Keuangan Syariah”. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan objek mahasiswa UIN Sunan Ampel dan penelitian ini menggunakan penelitian *purposive random sampling*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Siti Ardella Kamal (2019) dengan judul “Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional nasabah dalam memilih bank syariah mandiri KC Curup”. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan objek bank syariah mandiri dan penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* atau *random sampling*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yatmi Yeno Metra, Miswardi, Yenty Astari Dewi, Nasfi (2020) dengan judul “Pengaruh Emosional dan Rasional keputusan Nasabah memilih bertransaksi dengan Bank Muamalat”. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan objek nasabah bank muamalat dan metode penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Serly Handayani (2019) dengan judul “Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Indonesia”. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan objek masyarakat desa kertamukti dan penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *insidetal sampling*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hasanah, Maulia Uswatun (2021) dengan judul “Pengaruh persepsi, motif rasional dan motif emosional terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Sumsel Babel Syariah kantor

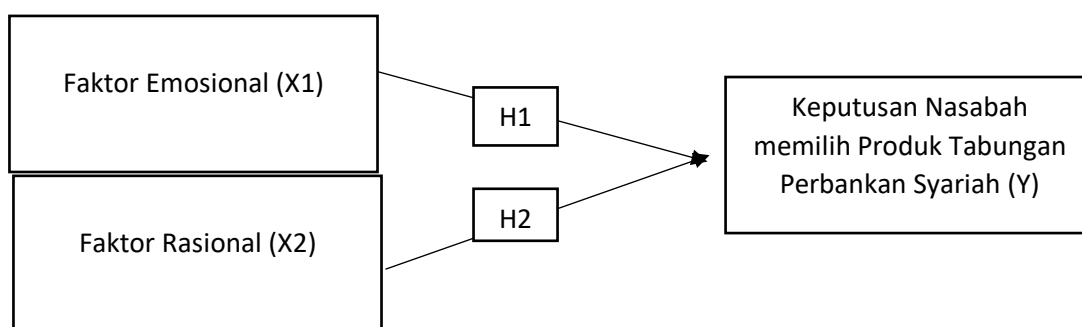
cabang Palembang”. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan objek nasabah Sumsel Babel Syariah.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fikri Fahmi Hakim (2017) dengan judul “Pengaruh motif rasional dan motif emosional terhadap keputusan pembelian sepatu sepak bola specs di keanggotaan persis Solo”. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan objek customer sepatu sepak bola specs dan penelitian ini menggunakan teknik *random sampling*.

### 2.3 Kerangka Penelitian

Variable X (variable independent) dalam penelitian ini terdapat 2 variabel diantaranya, factor emosional dan factor rasional. Variable Y (variable terikat) adalah keputusan nasabah.

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Penelitian**



### 2.4 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono hipotesis adalah hasil sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan.<sup>33</sup> Jadi hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum yang empiric. Maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

<sup>33</sup> Sugiono, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D,” Bandung:Alfabeta (2013), 6.

### **1. Pengaruh faktor emosional terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan perbankan Syariah**

Faktor emosional menurut Kasnaeny (2021) diartikan, suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis dan psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak.

Penelitian yang dilakukan oleh Deypa Prasetya Wira Magda (2019) membuktikan bahwa factor emosional berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan perbankan Syariah. Dari uraian diatas maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H1: Faktor emosional berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan perbankan syariah**

### **2. Pengaruh faktor rasional terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan perbankan Syariah**

Faktor rasional menurut Viola De Yusa (2015) diartikan, berpikir menggunakan nalar atas data yang ada untuk mencari kebenaran faktual, kegunaan, dan derajat kebenarannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Ardella Kamal (2019) membuktikan bahwa factor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan perbankan Syariah. Dari uraian diatas peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H2: Faktor rasional berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan perbankan syariah**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sumber Data**

##### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis.<sup>34</sup> Penulis menggunakan metode kuantitatif yang mana peranan angka sangat penting dalam pemecahan, penggunaan dan pembuatan untuk menghasilkan keputusan dalam bentuk angka.

##### **3.1.2. Sumber Data**

Data yang dipakai pada penelitian ini merupakan data primer & data sekunder.

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung berdasarkan sumber pertama. Bisa berdasarkan wawancara ataupun observasi.<sup>35</sup> Data primer tidak tersedia dalam bentuk kompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari dari narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini berupa kuesioner yang berisi pernyataan dan diisi oleh responden yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak.
- b. Data sekunder merupakan data yg pengumpulannya dilakukan orang orang lain yang telah tersedia, data sekunder diperoleh.

---

<sup>34</sup> *Ibid*, 8.

<sup>35</sup> *Ibid*, 10.

berdasarkan studi literatur perpustakaan.<sup>36</sup> Pengumpulan data sekunder didapat melalui buku, jurnal ataupun website.

## 3.2 Populasi dan Sampel

### 3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang di pelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.<sup>37</sup> Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak yang berjumlah 25.000 nasabah.<sup>38</sup>

### 3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dapat diartikan sebagai wakil dari populasi yang memiliki karakteristik.<sup>39</sup> Di sini sampel harus benar-benar bisa mencerminkan keadaan populasi, artinya kesimpulan hasil penelitian yang diangkat dari sampel harus merupakan kesimpulan atas populasi. Penelitian ini menggunakan Teknik penelitian *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*.<sup>40</sup> Dalam menggunakan Teknik ini ada beberapa ciri-ciri tertentu yang dipandang terdapat sangkut paut dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, beberapa kriteria yang diajukan peneliti sebagai sampel adalah sebagai berikut :

---

<sup>36</sup> Samsu, "Metode Penelitian, Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & development", in *Metode Penelitian* (jambi: PUSAKA, 2017), 159.

<sup>37</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis," (Bandung: Alfabeta, 1999), 119.

<sup>38</sup> Hasil wawancara tgl 13 Juni 2022.

<sup>39</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis," (Bandung: Alfabeta, 1999), 80-81.

<sup>40</sup> *Ibid*, 82.

- a. Nasabah Bank Syariah Indonesia
- b. Berdomisili demak

Untuk Menentukan ukuran sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin dalam menetapkan jumlah sample. Rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi.

e : Tingkat kesalahan

Maka :

$$n = \frac{25.000}{1 + 25.000.(0,1)^2}$$

$$n = \frac{25.000}{250,01}$$

$$n = 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka peneliti menetapkan sebanyak 100 nasabah sebagai sampel dalam penelitian.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan, Metode kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan



dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner terdiri pertanyaan atau pernyataan untuk menjelaskan identitas responden dengan memilih salah satu jawaban yang tersedia. Penggunaan skala dalam penyusunan kuesioner adalah skala likert. Skala likert yang digunakan untuk mengukur dari sikap, pendapat dan persepsi dari seseorang atau suatu kelompok menanggapi terkait fenomena social.<sup>41</sup> Ada beberapa pengukuran skala likert dalam penelitian ini adalah :

**Tabel. 3.1**

**Tabel Skala Likert**

<b>No</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Skor</b>
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang setuju	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

### 3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Untuk memudahkan dan menghindari kesalahan dalam penafsiran dan Batasan yang jelas mengenai variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka diperlukan definisi yang lebih spesifik, yaitu :

---

<sup>41</sup> *Ibid*, 93.

**Tabel 3.2**  
**Variabel Penelitian dan Pengukuran**

No	Variabel	Indikator	Skala ukur
1	Faktor Emosional Definisi : suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis dan psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak	1.Faktor pribadi (Kasnaeny Karim,Muhammad Jibril Tajibu 2021) 2.Faktor psikologi (Kasnaeny Karim,Muhammad Jibril Tajibu 2021)	Skala likert
2	Factor rasional Definisi : berpikir menggunakan nalar atas data yang ada untuk mencari kebenaran faktual, kegunaan, dan derajat kebenarannya	1.Harga (Ratmi Yeno Metra 2020) 2.Kemudahan (Ratmi Yeno Metra 2020) 3.Keuntungan (Ratmi Yeno Metra 2020) 4.Kehandalan (Ratmi Yeno Metra 2020)	Skala likert
3.	Keputusan memilih Definisi : tindakan individu yang mempengaruhi keputusan dalam memilih suatu produk perbankan Syariah	1.Pengenalan Kebutuhan (Herawati et.al 2019) 2.Informasi (Herawati et.al 2019) 3.Evaluasi (Herawati et.al 2019)	Skala likert

### 3.5 Variabel Penelitian dan Indikator

Di dalam suatu penelitian di dalamnya pasti terdapat variabel, dengan kata lain variabel adalah objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini

terdapat variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*).

a. Variabel Independen (X)

Menurut Priyono variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab berubahnya atau munculnya variabel terikat (terkait) atau variabel yang menjelaskan arah atau pokok bahasan penelitian.<sup>42</sup> Penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu

X1 : Faktor emosional

X2 : Faktor Rasional

b. Variabel Dependent (Y)

Menurut Priyono variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.<sup>43</sup> Dalam penelitian ini variabel dependennya ialah (Y) keputusan nasabah memilih produk tabungan perbankan syariah.

### 3.6 Teknik Analisis Data

#### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan suatu instrument. Dengan kata lain uji validitas adalah alat untuk menguji instrument kuesioner yang dibentuk untuk mengukur ketetapan, kecermatan dan sahnya suatu instrument kuesioner. Pada program SPSS 22 teknik pengujian uji validitas yang sering digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan korelasi *bivariate person*. Hasil  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$ , dimana  $df = n-2$  dengan signifikansi 5%. Jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka dinyatakan valid, sebaliknya jika  $r_{tabel} > r_{hitung}$  maka dinyatakan tidak valid.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Priyono, "Metode penelitian kuantitatif," (Surabaya: Zifatama Publishing, 2008), 58.

<sup>43</sup> *Ibid*, 59.

<sup>44</sup> Echo Perdana, "olah data skripsi dengan Spss 22," (Pangkal Pinang: lab kom manajemen FEUBB,2016), 37.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur keabsahan suatu instrument penelitian apakah tetap konsisten atau tidak jika pengukurannya dilakukan secara berulang-ulang. Dalam uji reliabilitas metode yang sering digunakan oleh peneliti adalah metode cronchbachs alpha. Berikut adalah keterangan metode cronchbach's alpha.<sup>45</sup>

- Jika nilai cronchbach's alpha  $>0,60$  maka dinyatakan reliabel
- Jika nilai cronchbach's alpha  $<0,60$  maka dinyatakan tidak reliabel

### 3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah ada penyimpangan terhadap variabel yang ada dialam model dan untuk mendapatkan kesimpulan statistik yang dapat dipertanggung jawabkan.

#### 3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirmov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Kesimpulannya adalah jika signifikansi kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal namun jika signifikansinya lebih dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal.<sup>46</sup>

#### 3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas artinya variabel indpenden yang terdapat dalam model regresi memilki hubungan yang sempurna atau tidak sempurna. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Ada beberapa cara untuk melihat uji multikolinearitas yaitu :

- a. Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak ( $R^2$ )

---

<sup>45</sup> Herispon, "Panduan Pengolahan data penelitian menggunakan Spss 23 Bagi Mahasiswa," (Pekanbaru: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau, 2020), 26.

<sup>46</sup> Rohmat aldy Purnomo, "Analisis Statistic Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS," (Ponorogo: CV Wade Group, 2016), 107-115.

- b. Dengan melihat nilai tolerance dan VIF.<sup>47</sup>

### 3.7.3 Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah ada penyimpangan dari konsep klasik heteroskedastisitas, yaitu perbedaan varians residual dari semua model regresi yang diamati. Dikatakan baik jika model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini penulis menguji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser dengan melakukan regresi nilai residual pada variabel bebas. Jika signifikan  $< 0,05$  maka terdeteksi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika tingkat signifikansi  $> 0,05$  menunjukkan tidak ada penyakit heteroskedastisitas.<sup>48</sup>

## 3.8 Uji hipotesis

### 3.8.1 Uji Parsial (*t test*)

Uji parsial mempunyai tujuan melihat semua apakah setiap variabel memiliki pengaruh secara parsial atau tidak. Data pengambilan keputusan pada uji T adalah :

- a. Jika nilai sig  $< 0,05$ , atau  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$  ( $t \text{ hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $t \text{ tabel}$ ) maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak
- b. Jika nilai sig  $> 0,05$ , atau  $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  ( $t \text{ hitung}$  lebih kecil atau sama dengan  $t \text{ tabel}$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.<sup>49</sup>

### 3.8.2 Uji Simultan (*F test*)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) berpengaruh secara simultan atau Bersama-sama atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Tingkat signifikansi 0,05 yang digunakan untuk uji F dengan kriteria sebagai berikut :

- a. apabila nilai F-hitung lebih besar dari pada F-tabel maka terdapat pengaruh secara secara simultan variabel X terhadap variabel Y.

---

<sup>47</sup> *Ibid*, 116.

<sup>48</sup> *Ibid*, 125-136.

<sup>49</sup> Imam Machali, "Statistik Itu Mudah," (Yogyakarta: Lembaga Ladang Kata, 2015), 65.

- b. apabila nilai F-hitung lebih kecil dari pada F-tabel maka tidak terdapat pengaruh secara simultan variabel X terhadap variabel Y.<sup>50</sup>

### 3.8.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

$R^2$  mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jika  $R^2 = 0$  maka perubahan varians Y tidak dapat dijelaskan oleh X. Sekarang, jika  $R^2 = 1$ , maka perubahan varians dari Y, 100% dapat dijelaskan oleh X. Dengan kata lain, jika  $R^2 = 1$ , artinya semua pengamatan berada pada garis yang berurutan.

### 3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dapat dimanfaatkan untuk mengetahui bagaimana variabel devenden (kriteria) dapat diprediksikan melalui variabel independen (prediktor). Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik atau menurunkan variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen

Analisis perasamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan

A = Koefisien regresi konstan

X1 = Faktor Emosional

X2 = Faktor Rasional

B1-b2 = koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y' yang didasarkan X1 dan X2

e = Variabel gangguan

---

<sup>50</sup> *Ibid*, 69.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Profil Bank Syariah Indonesia**

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan instansi bank syariah terbesar di Indonesia sebagai hasil penggabungan 3 (tiga) bank umum syariah anak bank di bawah BUMN atau Himpunan Bank Milik Negara (Himbara) yang terdiri atas Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), Bank Syariah Mandiri (BSM), serta Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS) dimana BSI resmi beroperasi per tanggal 1 Februari 2021.

BSI resmi mendapat perizinan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan nomor: SR-3/PB.1/2021 per tanggal 27 Januari 2021 perihal Pemberian Izin Penggabungan PT. Bank Syariah Mandiri dengan PT. Bank BNI Syariah ke dalam PT. Bank BRI Syariah Tbk. serta Izin Perubahan Nama dengan menggunakan izin usaha PT. Bank BRI Syariah Tbk. menjadi izin usaha atas nama PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. sebagai bank hasil penggabungan.

BSI KCP Demak Sultan Fattah merupakan salah satu bank syariah hasil *merger* dari Bank BRI Syariah KCP Demak Sultan Fattah dengan beralamatkan di Jl. Sultan Fattah No. 37, Kauman, Bintoro, Kec. Demak, Kabupaten Demak, Jawa Tengah dan memiliki jam operasional layanan pada hari Senin sampai Jumat dari pukul 08.00 WIB sampai pukul 15.00 WIB.<sup>51</sup>

##### **4.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Demak Sultan Fattah**

- a) **Visi Bank Syariah Indonesia KCP Demak Sultan Fattah**  
“Top 10 Global Islamic Bank”

---

<sup>51</sup> Profil Bank Syariah Indonesia, [www.bsi.co.id](http://www.bsi.co.id). Diakses pada 27 September 2022.

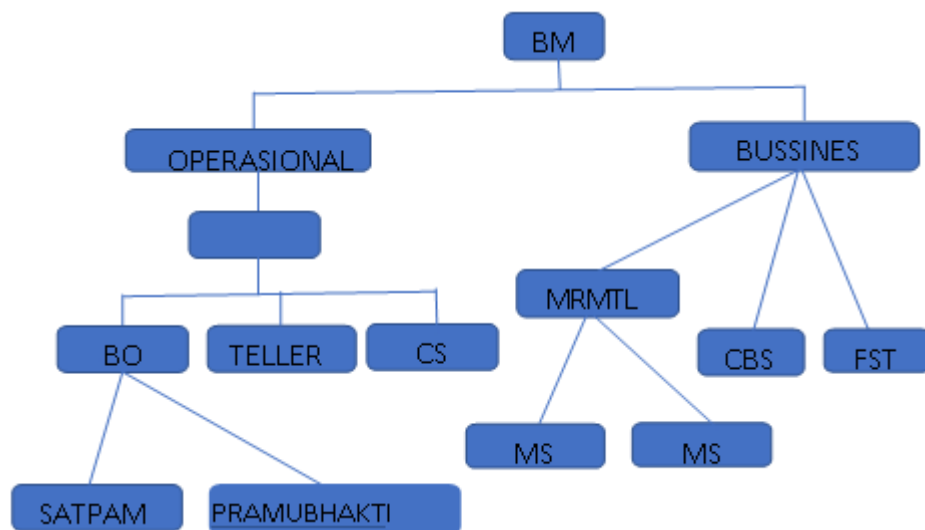
**b) Misi Bank Syariah Indonesia KCP Demak Sultan Fattah**

- Memberikan akses solusi keuangan Syariah di Indonesia
- Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia *Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja*

**4.1.3 Struktur Organisasi BSI KCP Demak Sultan Fattah**

**Gambar 4.1**

**Struktural Organisasi BSI KCP Demak Sultan Fattah**





No	Nama	Jabatan
1	Parwi	Branch Manager (BM)
2	Yeny Agung	Branch Operation Supervisor Manager(BOSM)
3	Samsul Amin	Micro Relationship Manager Team Leader
4	Abrozun Naim	Micro Staff (MS)
5	Edy Iswanto	Micro Staff (MS)
6	Muhammad Noor Afif	CBS / Micro Staff
7	Syafii Manan	Back Office (BO)
8	Elita	Funding & Transactional staff (FTS)
9	Shavira Erviana	Teller
10	Tri Hartato	Customer Service (CS)
11	Jalmono	Satpam
12	Taufiqur Rahman	Satpam
13	Dwi Irianto	Pramubhakti

Sumber: Dokumentasi BSI KCP Demak Sultan Fattah, 2022.

## 4.2 Deskripsi Produk Tabungan

Tabungan Syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip Syariah. Masyarakat Demak dominan memilih produk tabungan karena kurangnya pemahaman tentang produk perbankan Syariah dan memikirkan resiko yang akan didapat. Tabungan Syariah dibagi menjadi menjadi dua sesuai dengan prinsipnya yaitu wadiah dan *mudharabah* :

- a. Tabungan *wadiah* adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah., yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Tabungan *wadiah* di BSI KCP Demak berjumlah 7112 nasabah.
- b. Tabungan *mudharabah* adalah produk yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*. Dalam hal ini bank Syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana) sedangkan nasabah bertindak sebagai

*shahibul mal* (pemilik dana). Tabungan *mudharabah* di BSI KCP Demak berjumlah 4312 nasabah.

### 4.3 Deskripsi Data Responden

Data responden pada penelitian ini diambil menggunakan kuesioner yang peneliti sebar kepada nasabah BSI KCP Demak Sultan Fattah berdasarkan kriteria sampel penelitian sebagai responden. Adapun karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu profesi responden dengan melakukan tabulasi silang terhadap jenis kelamin dan usia responden menggunakan *software SPSS v.22*.

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Berdasarkan Profesi**

Jenis Kelamin			Profesi							Total	
			Mahasiswa	Pegawai Swasta	PNS	Wiraswasta	Petani	Guru	Freelancer		Pelajar
Perempuan	Usia	19-24 tahun	3	1	2	1	0		4		11
		25-30 tahun	0	8	0	8	0		0		16
		31-36 tahun	0	1	1	2	0		0		4
		37-42 tahun	0	2	4	3	0		0		9
		43-48 tahun	0	2	1	1	1		0		5
		49-54 tahun	0	1	1	2	1		0		5
		Total		3	15	9	17	2		4	
Laki-laki	Usia	19-24 tahun	8	9	1	2	0	1		1	22
		25-30 tahun	0	7	1	6	0	0		0	14
		31-36 tahun	0	3	1	0	0	0		0	4
		37-42 tahun	0	1	0	2	2	0		0	5
		43-48 tahun	0	0	0	3	1	0		0	4
		49-54 tahun	0	1	0	0	0	0		0	1
		Total		8	21	3	13	3	1		1

Total	Usia	19-24 tahun	11	10	3	3	0	1	4	1	33
		25-30 tahun	0	15	1	14	0	0	0	0	30
		31-36 tahun	0	4	2	2	0	0	0	0	8
		37-42 tahun	0	3	4	5	2	0	0	0	14
		43-48 tahun	0	2	1	4	2	0	0	0	9
		49-54 tahun	0	2	1	2	1	0	0	0	6
Total			11	36	12	30	5	1	4	1	100

Sumber: Data primer diolah, September 2022

Berdasarkan 4.1 tabulasi silang karakteristik responden penelitian antara jenis kelamin, usia, dan profesi responden dapat diketahui bahwa responden penelitian memiliki kuantitas yang sama berdasarkan jenis kelamin responden dimana responden perempuan berjumlah responden 50 responden begitu pula dengan responden laki-laki yang berjumlah sebanyak 50 responden.

Rincian responden perempuan pada penelitian ini yaitu responden dengan rentang usia 19-24 tahun sejumlah 11 responden yang terdiri dari 3 mahasiswa, 1 pegawai swasta, 2 PNS, 1 wiraswasta, dan 4 *freelancer* atau 11% dari total responden penelitian. Usia 25-30 tahun sejumlah 16 responden yang terdiri dari 8 pegawai swasta dan 8 wiraswasta atau 16% dari total responden penelitian. Usia 31-36 tahun sejumlah 4 responden yang terdiri dari 1 pegawai swasta, 1 PNS, dan 2 wiraswasta atau 4% dari total responden penelitian. Usia 37-42 tahun sejumlah 9 responden yang terdiri dari 2 pegawai swasta, 4 PNS, dan 3 wiraswasta atau 9% dari total responden penelitian. Usia 43-48 tahun sejumlah 5 responden yang terdiri dari 2 pegawai swasta, 1 PNS, 1 wiraswasta, dan 1 petani atau 5% dari total responden penelitian. Usia 49-54 tahun sejumlah 5 responden yang terdiri dari 1 pegawai swasta, 1 PNS, 2 wiraswasta, dan 1 petani atau 5% dari total responden penelitian.

Sedangkan rincian responden laki-laki pada penelitian ini yaitu responden dengan rentang usia 19-24 tahun sejumlah 22 responden yang terdiri dari 8 mahasiswa, 9 pegawai swasta, 1 PNS, 2 wiraswasta, 1 guru,

dan 1 pelajar atau 22% dari total responden penelitian. Usia 25-30 tahun sejumlah 14 responden yang terdiri dari 7 pegawai swasta, 1 PNS, dan 6 wiraswasta atau 14% dari total responden penelitian. Usia 31-36 tahun sejumlah 4 responden yang terdiri dari 3 pegawai swasta dan 1 PNS atau 4% dari total responden penelitian. Usia 37-42 tahun sejumlah 5 responden yang terdiri dari 1 pegawai swasta, 2 wiraswasta, dan 2 petani atau 5% dari total responden penelitian. Usia 43-48 tahun sejumlah 4 responden yang terdiri dari 3 wiraswasta dan 1 petani atau 4% dari total responden penelitian. Usia 49-54 tahun sejumlah 1 responden berprofesi sebagai pegawai swasta atau 1% dari total responden penelitian.

#### 4.4 Uji Instrumen Penelitian

##### 4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan Korelasi *Pearson* dengan nilai signifikansi yang dipakai pada penelitian adalah 5% (0,05).

Dasar pengambilan keputusan uji validitas yaitu:

- Jika nilai  $r$  hitung  $>$  nilai  $r$  tabel maka kuesioner dinyatakan valid
- Jika nilai  $r$  hitung  $<$  nilai  $r$  tabel maka kuesioner dinyatakan tidak valid

Penentuan  $r_{\text{tabel}}$  dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} R_{\text{tabel}} &= N - 2 \\ &= 100 - 2 \\ &= 98 \end{aligned}$$

Nilai untuk  $r_{\text{tabel}} = 98$  dengan nilai signifikansi 0,05 adalah 0,196. Hasil uji validitas yang diperoleh dapat terlihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>Butir Instrumen</b>	<b>R<sub>hitung</sub></b>	<b>R<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Faktor Emosional (X1)	Butir 1	0,608	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 2	0,666	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 3	0,643	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 4	0,685	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 5	0,671	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 6	0,698	0,196	<i>Valid</i>
Faktor Rasional (X2)	Butir 7	0,500	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 8	0,532	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 9	0,699	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 10	0,620	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 11	0,635	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 12	0,614	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 13	0,566	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 14	0,466	0,196	<i>Valid</i>
Keputusan Memilih (Y)	Butir 15	0,680	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 16	0,726	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 17	0,763	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 18	0,698	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 19	0,655	0,196	<i>Valid</i>
	Butir 20	0,729	0,196	<i>Valid</i>

Sumber: Data primer diolah, September 2022

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian dinyatakan

valid. Semua butir pertanyaan dalam variabel terbukti memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan nilai signifikansi 5%. Sehingga semua butir pertanyaan pada kuesioner dapat digunakan pada seluruh model pengujian.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kekuatan korelasi semua butir pertanyaan dalam kuesioner. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan nilai *cronbach alpha* ( $\alpha$ ) dimana variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* ( $\alpha$ )  $\geq 0,60$ .

**Tabel 4.3**

**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i> ( $\alpha$ )	<i>Critical value</i>	Keterangan
Faktor Emosional (X1)	0,739	0,60	<i>Reliable</i>
Faktor Rasional (X2)	0,720	0,60	<i>Reliable</i>
Keputusan Memilih (Y)	0,797	0,60	<i>Reliable</i>

*Sumber: Data primer diolah, September 2022*

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa *Cronbach's alpha* pada variabel Faktor Emosional, Faktor Rasional, dan Keputusan Memilih terletak diantara 0,720 - 0,797 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai *critical value* sebesar 0,60. Maka seluruh butir kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya untuk dipergunakan sebagai instrumen pengumpul data.

## 4.5 Uji Asumsi Klasik

### 4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji model regresi dan untuk mengetahui variabel independen dan variabel dependen penelitian telah berdistribusi normal atau tidak normal. Penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* yang merupakan uji statistik non-parametrik. Model regresi dinyatakan normal apabila nilai uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari nilai probabilitas (nilai uji  $> 0,05$ ).

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.16469270
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.065
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.136

*Sumber: Data primer diolah, September 2022*

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa uji normalitas penelitian memiliki nilai signifikansi  $0,136 > 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal, sehingga model regresi layak digunakan karena telah memenuhi asumsi normalitas yaitu memiliki nilai signifikansi lebih dari  $0,05$ .

#### 4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ditujukan untuk menguji adanya korelasi antara variabel independen satu dengan variabel independen lainnya. Model regresi dikatakan baik ketika tidak terjadi korelasi antar variabel independen, gejala multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai *condition index* dan *eigen value*, atau melihat nilai *tolerance* dan *variance inflating factor* (VIF).

Penelitian ini menggunakan uji multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflating factor* (VIF). Model regresi dinyatakan terhindar dari multikolinearitas jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1.

**Tabel 4.5**

**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Faktor Emosional	.637	1.569
Faktor Rasional	.637	1.569

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

*Sumber: Data primer diolah, September 2022*

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui nilai *tolerance* untuk variabel Faktor Emosional (X1) sebesar 0,637 dan nilai VIF sebesar 1,569 dengan variabel Faktor Rasional (X2) memiliki hasil sama dengan variabel X1 yaitu nilai *tolerance* sebesar 0,637 dan nilai VIF sebesar 1,569.

Seluruh variabel independen pada penelitian ini memiliki nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka dapat dipastikan tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam penelitian ini.



#### 4.4.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui terjadi penyimpangan asumsi klasik atau tidak yang terjadi apabila ada ketidaksesuaian varian residual terhadap seluruh model regresi yang diamati. Data dianggap baik apabila model regresi terhindar dari penyakit heterokedastisitas.

Penelitian ini menggunakan uji *Glejser* sebagai uji heterokedastisitas dengan meregresikan nilai residual terhadap variabel independen. Jika signifikansi  $< 5\%$  (0,05) maka data ditemukan penyakit heterokedastisitas, sedangkan jika signifikansi  $> 5\%$  (0,05) maka data tidak ditemukan penyakit heterokedastisitas.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**

Hasil Uji Heterokedastisitas	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.043	1.461		1.399	.165
Faktor Emosional	.047	.066	.090	.708	.481
Faktor Rasional	-.056	.056	-.128	1.012	.314

a. Dependent Variable: Abs\_RES

*Sumber: Data primer diolah SPSS 22, September 2022*

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa variabel Faktor Emosional (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,481 dan variabel Faktor Rasional (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,314.

Semua variabel independen memiliki nilai signifikansi diatas 0,05. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwasanya model regresi tidak mengalami gejala asumsi klasik heterokedastisitas.

#### 4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat bentuk hubungan antar variabel dan melihat langsung pengaruhnya secara parsial maupun simultan pada setiap variabel yang digunakan.

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.752	2.198		1.707	.091
1 Faktor Emosional	.364	.099	.334	3.679	.000
Faktor Rasional	.411	.084	.445	4.900	.000

Dependent Variable: Keputusan Memilih

*Sumber: Data primer diolah SPSS 22, September 2022*

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji regresi linier berganda diketahui persamaan regresi yang terbentuk pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 3,752 + 0,364X_1 + 0,411X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut menghasilkan temuan sebagai berikut:

a) Konstanta ( $\alpha$ )

Nilai konstanta ( $\alpha$ ) bertanda positif sebesar 3,752 yang berarti jika variabel faktor emosional ( $X_1$ ) dan faktor rasional ( $X_2$ ) sama dengan 0 (nol) atau tidak mengalami perubahan maka nilai variabel

keputusan memilih (Y) produk tabungan bank syariah adalah sebesar 3,752.

b) Faktor Emosional (X1) terhadap keputusan memilih (Y)

Nilai koefisien regresi variabel faktor emosional (X1) bernilai positif sebesar 0,364 yang berarti jika variabel faktor emosional ditingkatkan sebesar 1% dalam hal ini, faktor pribadi diiringi dengan faktor psikologi nasabah terkait keputusan memilih produk tabungan bank syariah akan meningkat sebesar 0,364 dalam skala atau 36,4% dengan asumsi variabel independen yang lain ceteris paribus. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor emosional berkontribusi positif terhadap keputusan memilih produk tabungan bank syariah pada Bank Syariah Indonesia KCP Demak Sultan Fattah, sehingga semakin besar perasaan nasabah terpengaruh oleh faktor emosionalnya maka akan semakin besar pula keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan bank syariah.

c) Faktor Rasional (X2) terhadap keputusan memilih (Y)

Nilai koefisien regresi variabel faktor rasional (X2) bernilai positif sebesar 0,411 yang berarti jika variabel faktor rasional ditingkatkan sebesar 1% dalam hal ini meliputi harga produk, kemudahan mengakses, keuntungan yang didapatkan, serta kehandalan produk tabungan dalam mempengaruhi keputusan memilih nasabah akan meningkat sebesar 0,411 dalam skala atau 41,1% dengan asumsi variabel independen yang lain ceteris paribus. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor rasional berkontribusi positif terhadap keputusan memilih produk tabungan bank syariah pada Bank Syariah Indonesia KCP Demak Sultan Fattah, sehingga semakin besar perasaan nasabah terpengaruh oleh faktor rasionalnya maka akan semakin besar pula keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan bank syariah.

#### 4.5.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur besaran pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel terikat (Y). Nilai koefisien korelasi adalah antara angka 0 dan 1 dimana semakin besaran nilai mendekati satu maka semakin tepat pula variabel independen dalam memprediksi variasi variabel dependen.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700	.489	.479	2.187

a. Predictors: (Constant), Faktor Rasional, Faktor Emosional

b. Dependent Variable: Keputusan Memilih

*Sumber: Data primer diolah SPSS 22, September 2022*

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,489. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel faktor emosional (X1) dan faktor rasional (X2) secara simultan mampu mempengaruhi variabel keputusan memilih (Y) produk tabungan bank syariah pada nasabah sebesar 48,9%. Sedangkan sisanya sebesar 0,511 dalam skala atau 51,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel penelitian ini.

#### 4.5.2 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis atau uji t merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial yang signifikan ataupun tidak variabel independen terhadap variabel dependen. Hal tersebut dilihat dari nilai t hitung apabila t hitung > t tabel maka hipotesis diterima.

Pengambilan keputusan dalam uji t didasarkan pada perbandingan nilai signifikansi dan nilai t masing-masing koefisien regresi dengan tingkat signifikansi yang ditentukan yaitu dengan tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 0,05$ ,  $N =$  jumlah sampel,  $k =$  jumlah variabel independen. Maka  $df = n-k$  ( $100-3$ ) = 97 dan diperoleh nilai t tabel = 1,984.

**Tabel 4.9**  
**Uji Hipotesis (Uji T)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.752	2.198		1.707	.091
1 Faktor Emosional	.364	.099	.334	3.679	.000
Faktor Rasional	.411	.084	.445	4.900	.000

Dependent Variable: Keputusan Memilih

*Sumber: Data primer diolah SPSS 22, September 2022*

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji hipotesis maka dapat dilakukan pengujian hipotesis pada masing-masing variabel independen sebagai berikut:

- a) Variabel independen pertama yaitu variabel faktor emosional (X1) diperoleh t hitung sebesar 3,679 maka t hitung lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka diketahui bahwa H1 diterima dan dapat dijelaskan bahwa faktor emosional berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan bank syariah

pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak Sultan Fattah.

- b) Variabel independen kedua yaitu variabel faktor rasional (X2) diperoleh t hitung sebesar 4,900 maka t hitung lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka diketahui bahwa H2 diterima dan dapat dijelaskan bahwa faktor rasional berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan bank syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak Sultan Fattah.

#### 4.5.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen penelitian secara simultan dengan tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$  (0,05) dan F hitung > F tabel.

**Tabel 4.10**

**Uji Simultan (Uji F)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	444.686	2	222.343	46.491	.000
	Residual	463.904	97	4.783		
	Total	908.590	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

b. Predictors: (Constant), Faktor Rasional, Faktor Emosional

*Sumber: Data primer diolah SPSS 22, September 2022*

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji simultan didapatkan hasil nilai F hitung sebesar 46,491 dengan nilai signifikansi 0,000 dengan demikian nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dijelaskan bahwa faktor emosional dan faktor rasional secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan bank syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak Sultan Fattah.

## **4.7 Pembahasan dan Analisis Data**

### **4.6.1 Pengaruh Faktor Emosional terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Bank Syariah**

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS v.22 menunjukkan bahwa faktor emosional memiliki t hitung sebesar 3,679 yang mana lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. Maka dipastikan hipotesis satu (H1) diterima sehingga dapat dijelaskan bahwa faktor emosional terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan bank syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak Sultan Fattah. Menurut Karim & Tajibu (2021) faktor emosional dijelaskan sebagai suatu perasaan dan pikiran yang khas dan suatu keadaan biologis maupun psikologis serta serangkaian kecenderungan untuk bertindak. Faktor emosional mengacu pada faktor pribadi diiringi faktor psikologi seseorang, dalam hal ini pengaruhnya terhadap keputusan memilih produk tabungan bank syariah. Faktor emosional yang positif terbentuk dari keyakinan seseorang bahwa suatu perilaku tepat untuk dilakukan setelah mengetahui informasi yang mendukung keyakinan tersebut.

Penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Deypa Prasetya Wira Magda (2019), Riski Utama (2019), serta Siti

Ardella Kamal (2019) yang menyatakan faktor emosional berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan memilih produk tabungan bank syariah. Artinya semakin positif faktor emosional nasabah terhadap produk tabungan bank syariah maka semakin tinggi pula keputusan memilih produk tabungan bank syariah pada nasabah bank syariah. Pada penelitian ini, nasabah Bank Syariah KCP Demak Sultan Fattah memiliki faktor emosional yang positif terhadap produk tabungan bank syariah dimana nasabah memiliki keyakinan bahwa keputusan memilih produk tabungan bank syariah merupakan suatu hal yang bermanfaat dan tepat untuk dilakukan, ditambah dengan informasi yang didapatkan nasabah terkait produk-produk yang ditawarkan bank syariah maka akan semakin meningkatkan keputusan memilih nasabah Bank Syariah KCP Demak Sultan Fattah terhadap produk tabungan yang dimiliki.

#### **4.6.2 Pengaruh Faktor Rasional terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Bank Syariah**

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS v.22 menunjukkan bahwa faktor rasional memiliki  $t$  hitung sebesar 4,900 yang mana lebih besar dari  $t$  tabel sebesar 1,984 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. Maka dipastikan hipotesis dua ( $H_2$ ) diterima sehingga dapat dijelaskan bahwa faktor rasional terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan bank syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak Sultan Fattah. Menurut Yusa (2015), faktor rasional dijelaskan sebagai cara berpikir seseorang dalam mempertimbangkan dan memutuskan segala sesuatu dengan menggunakan akal sehatnya dimana sebagai manusia sudah sewajarnya ketika



mempertimbangkan alternatif dan memilih alternatif tersebut terkait keputusan memilih dengan memiliki banyak manfaat di masa mendatang. Faktor rasional meliputi harga produk, kemudahan mengakses, keuntungan yang didapatkan, serta kehandalan produk tabungan sebagai pengaruh utama dalam pengambilan keputusan memilih nasabah. Faktor rasional yang positif terbentuk dari banyaknya pertimbangan terkait produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah setelah melalui banyaknya perbandingan antar produk tabungan bank syariah.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Yatmi Yeno Metra, dkk (2020), Serly Handayani (2019), dan Hasanah & Maulia Uswatun (2021) yang menyatakan bahwa faktor rasional berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan bank syariah. Artinya semakin positif faktor rasional nasabah terhadap produk tabungan bank syariah maka semakin tinggi pula keputusan memilih produk tabungan bank syariah pada nasabah bank syariah. Pada penelitian ini, nasabah Bank Syariah KCP Demak Sultan Fattah memiliki faktor rasional yang positif terhadap produk tabungan bank syariah dimana nasabah telah melakukan banyak pertimbangan dengan membandingkan produk tabungan bank syariah baik dari segi harga, kemudahan akses, keuntungan yang didapat, hingga kehandalan produk tabungan dalam memenuhi kebutuhan nasabah bank syariah sehingga hal tersebut menjadi pertimbangan yang matang nasabah dalam memutuskan akan memilih produk tabungan bank syariah yang seperti apa demi memenuhi kebutuhan transaksi finansial nasabah Bank Syariah KCP Demak Sultan Fattah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari “Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia)” maka penelitian dapat mengambil kesimpulan berdasarkan riset yang telah dilakukan sebagai berikut :

1. Variabel faktor emosional berdasarkan hasil pengujian secara persial (Uji t) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 3,679 yang mana lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa faktor emosional terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan bank syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak Sultan Fattah. Artinya nasabah Bank Syariah KCP Demak Sultan Fattah memiliki faktor emosional yang positif terhadap produk tabungan bank syariah dimana nasabah memiliki keyakinan bahwa keputusan memilih produk tabungan bank syariah merupakan suatu hal yang bermanfaat dan tepat untuk dilakukan, ditambah dengan informasi yang didapatkan nasabah terkait produk-produk yang ditawarkan bank syariah maka akan semakin meningkatkan keputusan memilih nasabah Bank Syariah KCP Demak Sultan Fattah terhadap produk tabungan yang dimiliki.
2. Variabel faktor rasional berdasarkan hasil pengujian secara persial (Uji t) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 4,900 yang mana lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa faktor rasional terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan bank syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak Sultan Fattah. Artinya nasabah Bank Syariah KCP Demak Sultan Fattah memiliki faktor rasional yang positif terhadap produk tabungan bank syariah dimana

nasabah telah melakukan banyak pertimbangan dengan membandingkan produk tabungan bank syariah baik dari segi harga, kemudahan akses, keuntungan yang didapat, hingga kehandalan produk tabungan dalam memenuhi kebutuhan nasabah bank syariah sehingga hal tersebut menjadi pertimbangan yang matang nasabah dalam memutuskan akan memilih produk tabungan bank syariah yang seperti apa demi memenuhi kebutuhan transaksi finansial nasabah Bank Syariah KCP Demak Sultan Fattah.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Dari penjelasan hasil penelitian yang sudah dikerjakan, penelitian akan memaparkan keterbatasan penelitian yaitu :

1. Dalam proses pengambilan data yang kurang luas dengan jumlah 100 responden sehingga kurang menggambarkan keadaan yang sebenarnya, dan data-data yang dihasilkan hanya berasal dari butir pertanyaan kuesioner saja yang artinya jawaban tersebut berdasarkan persepsi narasumber , sehingga kesimpulan hanya berdasarkan pada data yang dikumpulkan melalui butir pertanyaan kuesioner tanpa tanpa dilengkapi dengan wawancara.
2. Ruang lingkup dalam penelitian ini dilakukan hanya pada nasabah BSI KCP Demak Sultan Fattah , serta dalam penelitian ini variabelnya hanya sebatas pada variabel faktor emosional dan faktor rasional.

## **5.3 Saran**

1. Bagi lembaga perbankan syariah penelitian ini diharapkan berguna bagi Perbankan Syariah sebagai bahan masukan tentang pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan perbankan syariah.
2. Bank Syariah harus mampu menerapkan strategi berupa komunikasi eksternal baik dalam rangka edukasi prinsip Syariah maupun produk-produk yang ditawarkan.
3. Untuk peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian terutama berkaitan

dengan faktor emosional dan rasional terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan perbankan syariah. Selain faktor emosional dan rasional tentu masih banyak faktor lain yang dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya, maka dari itu peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan faktor lain atau dengan menambah variabel yang belum dipakai oleh peneliti, agar penelitian ini semakin berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Anggriani, E. (2021). Pengaruh Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kab. Demak). *Skripsi UIN Walisongo Semarang*, 39.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Handayani, S. (2019). "Pengaruh Faktor emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Indonesia. 104.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Herawati. (2019). Predicted Purchasing Decisions from Liferstyle, Product Quality and Price Trough Purchase Motivation. *Journal of Economi Education*, Vol 8, No 1, 5-6.
- Herispon. (2020). *Panduan Pengolahan data penelitian menggunakan Spss 23 Bagi Mahasiswa*. Pekanbaru: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau.
- Imawati, R. (2020). Pengaruh Pendapatan, Sikap Keuangan, dan locus of control internal terhadap perilaku keuangan melalui literasi keuangan sebagai variable intervening. 22.
- Kanuk, L. G. (2004). *Perilaku Konsumen, Alih Bahasa Zoelkifli Kasip*. Jakarta: PT Indeks.
- Kasnaeny Karim, M. J. (2021). The Influence Of Emotional on the Decision to Use a Credit Card. *Hasanuddin Economics and Business Review*, vol 05, no. 2, 41-44.
- Keller, P. K. (n.d.). *Manajemen Pemasaran, alih bahasa Benyamin Molan*. Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang.

- Keuangan, O. J. (2021). *Statistik Perbankan Syariah*. Jakarta.
- Keuangan, O. J. (2022). *Statistik Perbankan Syariah*. 70.
- Khoir, F. I. (2018). Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Jatim Kantor Cabang Syariah Kediri. *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung*, 1-2.
- King, L. A. (2017). *Psikologi Umum: Sebuah Pandangan Apresiatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Machali, I. (2015). *Statistik Itu Mudah*. Yogyakarta: Lembaga Ladang Kata.
- Magda, D. P. (2019). Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Produk Perbankan Syariah di Tulungagung. *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung*, 20.
- Marzoeki, D. (2022, Maret 30). Berpikir Rasional di Ranah Publik.
- Marzoeki, D. (2022, Maret 30). Berpikir Rasional di Ranah Publik.
- Maski, G. (n.d.). Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah Di Malang. 46.
- Muhammad. (2015). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nihaya, A. Z. (2022). Kontribusi Perbankan Syariah Terhadap Permodalan UMKM Selama Pandemi Covid-19. 186.
- Nihaya, A. Z. (2022). Kontribusi Perbankan Syariah Terhadap Permodalan UMKM Selama Pandemi Covid-19. 186.
- Noviasari, H. (2020). Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Produk Perbankan Syariah di Tulungagung. *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung*, 7-8.
- Perdana, E. (2016). *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Pangkal Pinang: Lab Kom Manajemen.

- Priyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing.
- Profil Bank Syariah Indonesia, w. D. (n.d.).
- Profil Bank Syariah Indonesia, [www.bsi.co.id](http://www.bsi.co.id). Diakses pada 27 September 2022. (n.d.).
- Purnomo, R. a. (2016). *Analisis Statistic Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV Wade Group.
- salim, S. d. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitaif*. Bandung: Ciptapustaka Media.
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian, Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & development*. Jambi: PUSAKA.
- Samsudin, A. (2017). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan di Kabupaten Tangerang. *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 34-37.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Siregar, S. A. (2019). Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Minat Menabung di BNI Syariah. *Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 1-2.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugyiono. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (n.d.). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. 357.

- Ulfah, M. (2018). Analisis Faktor yang Memengaruhi Itensi Masyarakat Terhadap Bantuan Hidup Dasar (BHD) Pada Korban Kecelakaan Lalu Lintas Berdasarkan Theory Of Planned Behavior (TPB). 20.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, P. 1. (n.d.).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Pasal 1 Butir ke 21. (n.d.).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Pasal 1 Butir ke 22. (n.d.).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Pasal 1 Butir ke 23. (n.d.).
- Yusa, V. D. (2015). Pengaruh motif rasional dan motif emsional terhadap pembelian ponsel. *Derivatif*, Vol 9 No 2, 98-99.



**LAMPIRAN**

## LAMPIRAN 1

### Kuesioner Penelitian

Kuesioner “Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak)”

Nur Safitri (1805036096)

#### 1. Identitas Responden

Nama :  
 Jenis kelamin :  
 Usia :  
 Pekerjaan :

#### 2. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah tanda (× atau √) pada kolom yang sesuai dengan pendapat anda atas pertanyaan di bawah ini:

Keterangan:

STS = Sangat tidak setuju  
 TS = Tidak setuju  
 N = Netral  
 S = Setuju  
 SS = Sangat Setuju

#### 3. Kuesioner faktor Emosional

FAKTOR EMOSIONAL						
No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
<b>Faktor Pribadi</b>						
1.	Saya memilih menabung karena sistem dan prosedur di bank syariah terbebas dari riba/bunga (Larangan riba bagi muslim)					
2.	Saya memilih menabung di bank syariah karena produknya sesuai					

	dengan syariat agama Islam (Produk sesuai syariat)					
3.	Saya memilih menabung di bank syariah sebagai bentuk ketaatan seorang muslim (Muslim wajib bertransaksi yang halal)					
<b>Faktor Psikologi</b>						
4.	Saya memilih menabung di bank syariah karena promosi dan sosialisasi yang diberikan bank syariah membuat saya tertarik (Promosi dan Sosialisasi)					
5.	Saya memilih menabung di bank syariah karena produk yang ditawarkan bank syariah bervariasi (Produk bervariasi)					
6.	Saya memilih menabung di bank syariah karena banyak orang di sekitar saya yang puas menjadi nasabah bank syariah sebelumnya (Kepuasan layanan)					

#### 4. Kuesioner Faktor Rasional

<b>FAKTOR RASIONAL</b>						
<b>No</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
<b>Harga</b>						
1	Saya memilih menabung di bank syariah karena biaya administrasi buka rekening di bank syariah murah (Administrasi murah)					
2.	Saya memilih menabung di bank syariah karena biaya-biaya yang dikenakan bank terhadap nasabah adalah wajar (Biaya standar dan tidak mahal)					
<b>Kemudahan</b>						
3.	Saya memilih menabung di bank syariah karena proses pembuatan rekening mudah (Transaksi mudah)					
4.	Saya memilih menabung di bank syariah karena lokasinya mudah dijangkau dan strategis (Mudah					

	dijangkau)					
<b>Keuntungan</b>						
5.	Saya memilih menabung di bank syariah karena keuntungan yang saya dapat lebih besar dari bank lain (Untung besar)					
6.	Saya memilih menabung di bank syariah karena keuntungan bank syariah berpengaruh terhadap keuntungan bagi hasil yang saya terima (Bank syariah untung, nasabah untung)					
<b>Kehandalan</b>						
7.	Saya memilih menabung di bank syariah karena pegawai bank syariah cepat dan teliti dalam melayani keluhan nasabah (Cepat dan teliti)					

## 5. Kuesioner Keputusan Memilih

KEPUTUSAN MEMILIH						
No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
<b>Pengenalan Kebutuhan</b>						
1	Saya memutuskan menabung di bank syariah karena sesuai dengan kebutuhan saat ini (Kebutuhan pribadi)					
2.	Saya memutuskan menabung di bank syariah karena banyak manfaatnya di masa mendatang (Manfaat masa depan)					
<b>Informasi</b>						
3.	Saya memutuskan menabung di bank syariah karena saya mengetahui dengan jelas informasi tentang bank syariah (Info jelas)					
4.	Saya memutuskan menabung di bank syariah karena iklan promosi bank syariah membuat saya tertarik (Iklan menarik)					
<b>Evaluasi</b>						

5.	Saya memutuskan menabung di bank syariah karena bank syariah memiliki citra yang baik (Citra baik)					
6.	Saya memutuskan menabung di bank syariah karena produk tabungannya lebih unggul dari produk bank konvensional (Lebih unggul dari pesaing)					

## LAMPIRAN 2

### Jawaban Responden Terhadap Kuesioner

No Responden	Karakteristik Responden		
	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1	Perempuan	23	Mahasiswa
2	Perempuan	24	pegawai swasta
3	Laki-laki	35	PNS
4	Perempuan	31	pegawai swasta
5	Perempuan	25	pegawai swasta
6	Laki-laki	37	PNS
7	Perempuan	23	pegawai swasta
8	Laki-laki	22	Mahasiswa
9	Perempuan	22	Pegawai swasta
10	Laki-laki	23	Surveyor perkim
11	Laki-laki	27	Wiraswasta
12	Perempuan	32	PNS
13	Laki-laki	23	Pekerja swasta
14	Perempuan	25	Pegawai swasta
15	Perempuan	29	Wiraswasta
16	Laki-laki	23	PNS
17	Perempuan	25	PNS
18	Perempuan	22	Pegawai Swasta
19	Perempuan	19	Pelajar
20	Perempuan	23	Mahasiswa
21	Perempuan	24	Wiraswasta
22	Perempuan	22	PNS
23	Perempuan	22	Mahasiswa
24	Perempuan	27	Pegawai swasta
25	Perempuan	48	wiraswasta
26	Perempuan	22	Karyawan Swasta
27	Perempuan	34	Swasta
28	Laki-laki	33	Swasta

29	Laki-laki	52	Wiraswasta
30	Perempuan	22	Mahasiswa
31	Perempuan	22	Mahasiswa
32	Laki-laki	23	Freelance
33	Laki-laki	28	Wiraswasta
34	Laki-laki	22	Mahasiswa
35	Perempuan	28	wiraswasta
36	Perempuan	21	wiraswasta
37	Laki-laki	22	Wiraswasta
38	Laki-laki	32	wiraswasta
39	Perempuan	22	Pegawai Swasta
40	Laki-laki	23	Mahasiswa
41	Laki-laki	23	Preseller
42	Perempuan	21	Mahasiswa
43	Laki-laki	24	CPNS
44	Laki-laki	47	petani
45	Laki-laki	29	wiraswasta
46	Laki-laki	27	wiraswasta
47	Laki-laki	39	wiraswasta
48	Laki-laki	39	pegawai swasta
49	Perempuan	27	wiraswasta
50	Perempuan	22	mahasiswa
51	Laki-laki	25	Wiraswasta
52	Laki-laki	50	petani
53	Perempuan	27	pegawai swasta
54	Perempuan	39	wiraswasta
55	Laki-laki	50	pegawai swasta
56	Laki-laki	27	wiraswasta
57	Laki-laki	39	PNS
58	Perempuan	23	Karyawan swasta
59	Laki-laki	23	Freelancer
60	Perempuan	25	wiraswasta
61	Perempuan	23	Mahasiswa
62	Perempuan	20	Administrasi
63	Perempuan	22	Pegawai swasta
64	Perempuan	24	Guru
65	Laki-laki	39	PNS
66	Perempuan	27	pegawai swasta
67	Laki-laki	27	pegawai swasta
68	Perempuan	25	wiraswasta
69	Perempuan	25	wiraswasta
70	Perempuan	50	pegawai swasta
71	Laki-laki	29	pegawai swasta

72	Laki-laki	43	PNS
73	Perempuan	39	petani
74	Laki-laki	25	wiraswasta
75	Laki-laki	25	pegawai swasta
76	Perempuan	25	pegawai swasta
77	Perempuan	25	pegawai swasta
78	Laki-laki	37	PNS
79	Laki-laki	27	wiraswasta
80	Perempuan	39	petani
81	Laki-laki	37	wiraswasta
82	Perempuan	39	wiraswasta
83	Laki-laki	45	pegawai swasta
84	Laki-laki	27	pegawai swasta
85	Laki-laki	26	pegawai swasta
86	Laki-laki	26	pegawai swasta
87	Laki-laki	25	pegawai swasta
88	Laki-laki	45	pegawai swasta
89	Laki-laki	25	pegawai swasta
90	Perempuan	31	pegawai swasta
91	Laki-laki	39	pegawai swasta
92	Perempuan	37	pegawai swasta
93	Perempuan	45	wiraswasta
94	Laki-laki	37	wiraswasta
95	Laki-laki	32	wiraswasta
96	Perempuan	43	wiraswasta
97	Laki-laki	47	wiraswasta
98	Laki-laki	50	wiraswasta
99	Laki-laki	50	PNS
100	Perempuan	43	petani

### Jawaban Responden Variabel X1 dan X2

Responden	Faktor Emosional					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
1	4	4	4	4	4	4
2	5	5	4	3	4	3
3	4	5	5	3	4	4
4	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	4	4	5
6	5	5	5	4	4	5
7	4	4	5	4	4	5
8	3	3	3	3	3	3
9	4	4	3	3	3	3

10	4	4	1	3	3	4
11	5	4	5	4	5	4
12	4	4	4	5	4	4
13	4	4	4	2	3	3
14	4	4	4	5	4	4
15	5	5	5	3	4	3
16	4	4	5	5	2	5
17	5	4	4	5	4	5
18	5	3	5	2	3	1
19	5	5	4	5	5	5
20	4	4	3	2	4	3
21	4	3	3	4	5	4
22	5	5	5	4	4	4
23	3	4	3	3	3	4
24	4	4	3	4	4	3
25	5	5	5	4	4	5
26	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5
29	4	4	5	4	4	4
30	4	4	3	4	5	4
31	4	4	3	3	4	4
32	5	5	3	5	5	5
33	4	4	3	4	3	4
34	5	3	4	3	4	4
35	4	4	4	4	4	4
36	5	5	5	5	5	5
37	5	4	4	3	4	4
38	5	4	5	4	3	5
39	5	5	4	4	3	4
40	4	4	3	2	2	3
41	5	5	5	4	5	4
42	4	4	4	4	4	3
43	4	5	5	5	5	5
44	5	4	4	4	4	4
45	5	3	5	3	4	5
46	4	4	4	4	4	5
47	4	4	5	4	4	5
48	4	4	5	4	4	5
49	4	4	5	5	4	4
50	4	5	5	4	4	5
51	5	4	5	5	4	4
52	5	4	5	4	4	5



53	5	5	5	4	4	4
54	5	5	5	4	4	4
55	4	4	5	2	4	4
56	4	4	5	2	4	5
57	5	4	4	4	3	4
58	5	5	4	4	4	3
59	5	5	3	3	5	5
60	4	4	5	4	3	4
61	4	4	3	4	4	4
62	5	5	5	5	5	4
63	3	4	3	4	4	4
64	2	2	4	3	3	3
65	4	4	4	5	4	4
66	5	4	5	4	4	5
67	5	5	5	5	5	5
68	5	5	5	4	4	4
69	5	4	4	4	4	4
70	4	4	5	4	4	4
71	5	5	5	4	4	4
72	5	5	4	4	4	5
73	5	5	4	2	4	4
74	4	4	4	4	4	4
75	5	5	4	4	4	4
76	4	5	5	4	5	4
77	5	4	5	2	4	4
78	5	4	4	4	4	4
79	5	5	5	5	5	5
80	5	4	5	4	4	4
81	5	4	4	3	4	4
82	4	4	4	4	4	4
83	5	4	4	4	3	4
84	5	3	5	4	4	5
85	4	4	5	4	4	4
86	4	4	5	4	4	5
87	5	4	4	4	4	5
88	5	5	5	4	4	4
89	4	4	4	5	4	4
90	4	5	5	4	4	5
91	5	5	5	4	4	5
92	5	4	4	4	4	5
93	4	4	4	3	3	4
94	5	5	5	4	4	5
95	4	5	5	5	4	5

96	5	4	4	4	4	5
97	5	5	5	4	4	4
98	5	4	5	4	4	4
99	4	4	4	5	4	4
100	4	4	4	4	4	5

Responden	Faktor Rasional						
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7
1	4	4	4	4	4	4	4
2	5	4	5	4	4	3	5
3	5	5	5	5	3	4	5
4	5	5	5	4	3	4	5
5	5	4	5	4	3	4	5
6	5	5	5	5	4	4	5
7	5	5	4	4	3	3	4
8	3	3	3	3	3	3	3
9	4	3	3	4	3	3	4
10	5	5	5	3	3	5	5
11	5	5	4	4	5	5	4
12	4	4	4	5	4	4	4
13	2	4	3	3	2	4	4
14	3	4	3	2	4	4	4
15	5	5	5	5	4	5	5
16	5	4	4	4	2	4	2
17	5	5	5	4	5	4	5
18	5	4	2	2	3	3	5
19	5	4	5	4	4	4	5
20	4	4	4	3	4	4	3
21	5	4	3	4	4	3	3
22	5	5	5	5	5	5	4
23	4	4	3	3	3	3	4
24	5	3	4	4	4	4	4
25	5	4	4	4	3	2	4
26	5	4	5	4	4	4	4
27	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	5
29	5	4	5	5	3	3	5
30	4	5	5	5	4	4	5
31	4	4	4	3	4	4	3

32	3	5	5	4	5	5	5
33	4	5	2	3	4	3	3
34	3	3	3	3	3	3	3
35	5	4	5	5	1	2	5
36	5	5	5	5	5	5	5
37	4	3	3	4	4	4	4
38	5	4	4	4	2	3	5
39	4	4	3	4	3	4	3
40	3	4	4	3	3	4	4
41	5	5	5	5	5	5	5
42	4	5	5	3	4	4	5
43	5	4	4	5	5	5	4
44	4	5	4	4	1	1	5
45	5	4	5	5	2	2	5
46	4	5	4	4	3	3	5
47	4	5	4	4	2	5	4
48	5	4	5	4	2	2	4
49	5	5	4	4	2	1	4
50	5	5	5	5	5	5	5
51	5	4	4	4	4	4	4
52	4	5	4	4	1	4	4
53	5	4	4	4	2	2	4
54	5	4	4	4	1	2	4
55	4	4	4	4	1	3	5
56	5	4	4	4	2	3	5
57	4	4	5	4	2	3	5
58	4	4	4	4	4	4	4
59	5	5	5	5	3	3	3
60	5	4	4	4	4	2	5
61	4	4	4	2	3	4	5
62	4	5	4	4	4	5	5
63	5	4	5	5	3	4	5
64	3	3	3	3	3	3	3
65	4	4	5	5	4	4	4
66	5	5	5	4	2	4	5
67	5	5	4	5	5	4	5
68	5	4	5	4	3	4	5
69	5	5	4	4	4	4	4
70	4	3	4	4	4	4	4
71	4	4	4	2	3	4	4
72	4	4	5	4	2	4	5
73	4	4	4	4	4	4	4
74	4	5	4	2	1	5	4

75	4	4	5	4	5	5	5
76	5	4	4	4	3	5	4
77	4	5	4	2	4	5	5
78	5	5	4	4	4	4	5
79	4	4	4	4	4	3	5
80	5	4	4	4	3	4	5
81	4	4	4	4	4	5	5
82	5	4	4	4	3	4	4
83	4	4	4	4	3	4	5
84	4	4	4	4	4	5	5
85	4	5	3	3	2	4	5
86	4	4	4	5	4	5	5
87	5	5	5	4	3	4	5
88	5	4	4	4	4	4	5
89	5	5	4	4	4	5	5
90	4	5	4	4	4	5	5
91	4	4	5	5	3	5	5
92	5	4	5	4	5	5	5
93	4	4	4	4	3	4	5
94	4	5	4	4	3	4	4
95	4	4	4	4	4	5	5
96	5	5	4	4	4	5	4
97	4	4	4	4	4	5	5
98	4	4	4	5	4	4	4
99	4	4	4	5	5	4	4
100	4	5	4	4	4	5	5

Responden	Keputusan Memilih					
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6
1	4	4	4	4	3	4
2	4	3	4	4	5	4
3	4	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4
5	4	4	5	3	4	4
6	4	5	5	4	4	4
7	5	5	5	4	4	3
8	3	3	3	3	3	3
9	3	4	3	3	4	3
10	5	5	4	4	3	1
11	5	5	5	4	4	4
12	4	5	4	4	4	4
13	3	3	2	3	3	3

14	4	3	2	4	2	5
15	5	5	5	4	5	4
16	5	5	4	5	4	5
17	5	4	5	4	4	4
18	4	3	4	4	5	2
19	5	4	5	4	5	5
20	4	3	3	2	4	4
21	4	3	3	3	3	3
22	5	5	5	3	5	5
23	4	4	4	4	4	3
24	4	4	4	3	4	3
25	4	5	5	4	4	4
26	4	4	5	5	4	4
27	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5
29	4	4	5	4	5	4
30	4	5	4	5	4	4
31	4	4	4	4	4	4
32	5	5	5	4	5	5
33	4	4	3	3	4	4
34	4	4	3	3	4	3
35	4	4	4	4	4	4
36	5	5	5	5	5	5
37	4	3	4	4	4	4
38	4	4	4	4	5	4
39	3	4	5	4	5	4
40	4	3	4	3	4	3
41	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	4	5	4
43	4	5	5	5	5	5
44	4	5	5	3	5	4
45	4	4	4	4	4	3
46	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	5	3
48	4	4	5	4	5	4
49	4	4	5	4	4	3
50	5	5	5	5	5	5
51	4	4	5	4	5	4
52	4	4	4	4	5	4
53	4	4	5	3	4	3
54	4	4	5	2	4	2
55	4	4	4	2	5	3
56	4	4	5	2	5	4

57	5	5	4	2	4	4
58	4	4	4	3	3	3
59	4	4	4	4	4	2
60	4	4	3	2	2	3
61	3	4	3	4	5	3
62	5	5	5	5	5	5
63	5	4	3	4	4	4
64	2	3	3	3	3	3
65	5	5	4	4	5	4
66	4	4	4	3	4	4
67	3	4	3	3	5	4
68	5	5	5	3	5	4
69	4	4	4	4	4	4
70	4	4	3	2	4	2
71	4	4	5	3	5	4
72	4	4	4	2	5	5
73	4	4	4	3	5	4
74	4	4	4	4	5	4
75	4	4	4	3	4	3
76	4	4	4	4	5	4
77	4	4	4	3	4	3
78	4	4	4	4	5	5
79	4	4	4	4	4	4
80	4	5	4	4	4	4
81	4	4	4	4	5	4
82	4	4	4	4	5	3
83	5	5	5	4	4	5
84	5	5	5	4	4	4
85	4	4	5	5	5	5
86	5	5	4	4	5	5
87	4	4	5	4	5	5
88	4	4	4	4	5	4
89	4	4	4	4	5	4
90	4	4	4	3	4	3
91	5	5	4	4	4	4
92	4	5	4	4	5	4
93	5	5	5	5	5	5
94	4	5	4	5	5	5
95	4	4	4	4	5	4
96	4	4	5	4	5	4
97	4	4	4	4	5	5
98	5	5	5	5	4	4
99	4	4	5	4	5	5









	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson							
	Correlation	.680**	.726**	.763**	.698**	.655**	.729**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 2. Uji Realibilitas

### a) Faktor Emosional

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.739	.746	6

### b) Faktor Rasional

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.720	.744	8

### c) Keputusan Memilih

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.797	.803	6

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.16469270
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.065
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.136

#### 2. Uji Multikoloniaritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Faktor Emosional	.637	1.569
Faktor Rasional	.637	1.569

#### 3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heterokedastisitas	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.043	1.461		1.399	.165
Faktor Emosional	.047	.066	.090	.708	.481
Faktor Rasional	-.056	.056	-.128	-1.012	.314

a. Dependent Variable: Abs\_RES

#### 4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.752	2.198		1.707	.091
1 Faktor Emosional	.364	.099	.334	3.679	.000
Faktor Rasional	.411	.084	.445	4.900	.000

#### 5. Uji Hipotesa

##### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700	.489	.479	2.187

a. Predictors: (Constant), Faktor Rasional, Faktor Emosional

##### 2. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	444.686	2	222.343	46.491	.000
	Residual	463.904	97	4.783		
	Total	908.590	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

b. Predictors: (Constant), Faktor Rasional, Faktor Emosional

### 3. Uji Pengaruh Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.752	2.198		1.707	.091
1 Faktor Emosional	.364	.099	.334	3.679	.000
Faktor Rasional	.411	.084	.445	4.900	.000

**LAMPIRAN 3**

Foto Bersama Nasabah



## Bukti Chat Nasabah









**Brosur Tabungan**



### Brosur Pembiayaan Mikro





PT. BANK SYARIAH INDONESIA  
KAWASAN CALABANG BANGSAKITU DUMAI  
Jl. Sultan Falaq No.27 Dumas T. 0291-882200

JENJANG	MURAH, WYH, DAN NYAMAN							
	12	18	24	30	36	42	48	54
25,000,000	2,146,458	2,655,014	1,107,792	886,458	760,569	584,958	482,792	
30,000,000	3,579,350	3,748,017	1,829,250	1,079,350	912,683	704,350	579,350	
35,000,000	4,294,917	2,810,028	2,215,382	1,790,917	1,521,139	1,173,917	965,583	
40,000,000	6,488,375	4,385,842	3,323,375	2,699,375	2,261,708	1,786,875	1,444,875	
45,000,000	8,197,619	5,829,056	4,431,187	3,597,819	2,992,282	2,394,792	1,931,056	
50,000,000	10,747,292	7,275,069	5,336,028	4,497,292	3,802,847	3,042,776	2,447,847	
55,000,000	12,996,750	8,730,083	6,646,750	5,396,750	4,585,817	3,621,750	2,896,750	
60,000,000	15,046,208	10,185,097	7,754,542	6,296,208	5,429,086	4,388,705	3,479,542	
65,000,000	17,195,667	11,640,111	8,862,333	7,195,667	6,284,356	4,995,667	3,862,333	
70,000,000	19,484,983	14,590,139	11,077,917	8,994,983	7,895,694	6,496,983	4,927,917	
75,000,000	21,793,500	17,666,167	13,293,500	10,793,500	9,126,813	7,041,500	5,793,500	
80,000,000	24,982,817	20,875,194	15,509,083	12,592,817	10,607,972	8,137,817	6,709,083	
85,000,000	28,181,333	23,280,222	17,724,667	14,391,333	12,168,111	9,391,333	7,734,667	
90,000,000	31,380,250	25,190,250	19,940,250	16,190,250	13,690,250	10,565,250	8,690,250	
95,000,000	34,588,167	28,100,278	22,155,833	17,989,167	15,211,389	11,739,167	9,855,833	

\* Mengikuti prosedur permohonan sesuai buku pedoman KUR dan peraturan lainnya

**PERSYARATAN:**

1. PK KTP Suku B. Min. KK. Suku Miskin
1. PK Sembunyi/PPKB
3. PK NPWP (Kategori 30/3)
4. KKU (Catat Keterserapan Usaha) dari Desa

**HUBUNGI**

**NAIM**

**082227722884**

MARGIN

**0.2%**

perbulan

GRATIS ADMINISTRASI

GRATIS PROVISI





PT. BANK SYARIAH INDONESIA  
KAWASAN CALABANG BANGSAKITU DUMAI  
Jl. Sultan Falaq No.27 Dumas T. 0291-882200

JENJANG	MURAH, WYH, DAN NYAMAN							
	12	18	24	30	36	42	48	54
5,000,000	499,597	601,499	251,499	201,499	169,499	137,499	105,499	
10,000,000	898,877	1,098,998	442,998	353,998	294,998	235,998	176,998	
15,000,000	1,298,157	1,598,498	644,498	515,498	426,498	337,498	248,498	
20,000,000	1,697,437	2,097,998	836,998	676,998	567,498	448,998	339,498	
25,000,000	2,096,717	2,497,498	1,028,498	827,498	698,498	549,998	410,498	
30,000,000	2,496,000	2,896,998	1,220,000	978,498	819,498	640,998	471,498	
35,000,000	2,895,280	3,296,498	1,411,500	1,128,498	940,498	741,998	532,498	
40,000,000	3,294,560	3,696,000	1,603,000	1,278,498	1,071,498	842,998	593,498	
45,000,000	3,693,840	4,095,500	1,794,500	1,428,498	1,202,498	943,998	654,498	
50,000,000	4,093,120	4,495,000	1,986,000	1,578,498	1,333,498	1,044,998	715,498	
55,000,000	4,492,400	4,894,500	2,177,500	1,728,498	1,464,498	1,145,998	776,498	
60,000,000	4,891,680	5,294,000	2,369,000	1,878,498	1,595,498	1,246,998	837,498	
65,000,000	5,290,960	5,693,500	2,560,500	2,028,498	1,726,498	1,347,998	898,498	
70,000,000	5,690,240	6,093,000	2,752,000	2,178,498	1,857,498	1,448,998	959,498	
75,000,000	6,089,520	6,492,500	2,943,500	2,328,498	1,988,498	1,549,998	1,020,498	
80,000,000	6,488,800	6,892,000	3,135,000	2,478,498	2,119,498	1,650,998	1,081,498	
85,000,000	6,888,080	7,291,500	3,326,500	2,628,498	2,250,498	1,751,998	1,142,498	
90,000,000	7,287,360	7,691,000	3,518,000	2,778,498	2,381,498	1,852,998	1,203,498	
95,000,000	7,686,640	8,090,500	3,709,500	2,928,498	2,512,498	1,953,998	1,264,498	
100,000,000	8,085,920	8,490,000	3,901,000	3,078,498	2,643,498	2,054,998	1,325,498	

\* Mengikuti prosedur permohonan sesuai buku pedoman KUR dan peraturan lainnya

**PERSYARATAN:**

1. PK KTP Suku B. Min. KK. Suku Miskin
2. PK Sembunyi/PPKB
3. PK NPWP (Kategori 30/3)
4. SKU (Catat Keterserapan Usaha) dari Desa

**HUBUNGI**

**EDY**

**085325202771**

MARGIN

**0.2%**

perbulan

GRATIS ADMINISTRASI

GRATIS PROVISI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185  
 website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

Nomor : 2592/Un.10.5/D1/PG.00.00/08/2022 12 Agustus 2022  
 Sifat : Biasa  
 Lamp. : -  
 Hal : Permohonan Ijin Riset / Penelitian

Yth :  
 Pimpinan BSI KCP DEMAK  
 di Tempat.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin riset kepada :

Nama : NUR SAFITRI  
 Nim : 1805036096  
 Semester : IX  
 Jurusan / Prodi : S1 Perbankan Syariah  
 Alamat : Ds. Kenduren 04/01, kec. Wedung, kab. Demak, Jawa Tengah.  
 Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi  
 Judul Skripsi : PENGARUH FAKTOR EMOSIONAL DAN FAKTOR RASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK TABUNGAN PERBANKAN SYARIAH  
 Waktu Penelitian : 15 Agustus 2022  
 Lokasi Penelitian : Jl. Sultan Fatah No 37, Kauman, Bintoro, Kec. Demak, Kab. Demak, Jawa Tengah 59511.

Demikian surat permohonan riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

A.n. Dekan  
 Wakil Dekan Bidang Akademik  
 Lembaga,  
  
 NUR FATONIH

Tembusan :  
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama Lengkap : Nur Safitri  
Nomor Induk Mahasiswa : 1805036096  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal lahir : Demak, 08 November 1999  
Agama : Islam  
Alamat : Kenduren, RT 004/001, Desa Kenduren, Kec.  
Wedung, Kab. Demak, Jawa Tengah  
Email : nursafitri2017@gmail.com

**Pendidikan**

1. TK Amalia 2004
2. SD Negeri 05 Sanggau (2006 - 2012)
3. SMP Negeri 01 Sanggau (2012 - 2015)
4. MAN Demak (2015 - 2018)
5. S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo (2018 - Sekarang)

Semarang, Desember 2022

Penulis

Nur Safitri

1805036096