

**PENGARUH FAKTOR EMOSIONAL DAN FAKTOR RASIONAL TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH JASA LA BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi Kasus Nasabah di Daerah Desa Sumbermulyo Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S1

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh :

Cahya Efakul Jannah

1905036043

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2023



PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Cahya Efakul Jannah

NIM : 1905036043

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia (studi kasus nasabah didaerah desa sumbermulyo kecamatan sarang kabupaten rembang)

Telah di ujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS pada tanggal : 26 Juni 2023.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2022/2023

Semarang, 16 Juli 2023

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,

Dr. Choirul Hudat M.Ag.
NIP. 197601092005011002

Penguji Utama I,

Heny Yuningrum, S.E., M.Si
NIP. 198106092007102005

Pembimbing I,

Dr. A. Turmudzi, SH., M.Ag.
NIP. 19690782005011004

Sekretaris Sidang,

Dr. A. Turmudzi, SH., M.Ag.
NIP. 196907082005011004

Penguji II,

Fita Nurotul Faizah, ME
NIP. 199405032019032026

Pembimbing II,

Mashilal, SEI., M., Si
NIP. 198405162019031005



PERSETUJUAN PEMBIMBING



.KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

Cahaya Efakul Jannah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Cahya Efakul Jannah

NIM : 1905036043

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

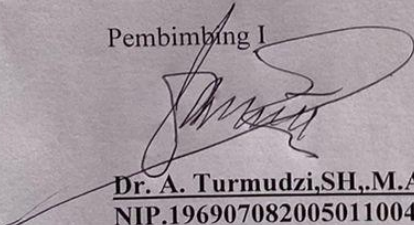
Judul Skripsi : PENGARUH FAKTOR EMOSIONAL DAN FAKTOR RASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH JASA PERBANKAN SYARIAH PADA NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS NASABAH DI DAERAH DESA SUMBERMULYO KECAMATAN SARANG)

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian harap menjadi maklum.

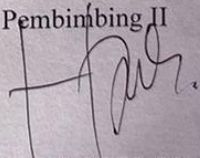
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 2023

Pembimbing I


Dr. A. Turmudzi,SH.,M.Ag.
NIP.196907082005011004

Pembimbing II


Mashilal,SEI.,M.,Si
NIP. 198405162019031005

MOTTO

Berjuanglah dengan sungguh-sungguh dengan penuh keyakinan dan keikhlasan untuk mencapai keberhasilan dan kebahagiaan, percayalah Allah memudahlan setiap usaha hambanya

(Q.S Al-Imron:128)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah saya persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua saya yaitu Bapak Murdiyanto dan Ibu Sumiati. Karena beliau berdua yang telah merawat saya dengan penuh kasih sayang serta telah mendidik saya dengan sabar dan ikhlas, selalu memberikan doa untuk kesuksesan saya didunia maupun di akhirat, serta memberikan motivasi yang sangat luar biasa bagi saya. Segala puji bagi Allah dalam setiap keadaan yang tidak pernah berhenti mencurahkan rahmat, hidayah

DEKLARASI

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh pihak lain atau telah diterbitkan. Demikian pula skripsi ini tidak berisi pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Semarang, 22 juni 2023



rator

Cahya Efakul Jannah

NIM. 1905036043

PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB

Dalam penulisan skripsi ini, transliterasi arab yang digunakan berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia serta Menteri Agama Nomor 158 tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987 yaitu:

1. Konsonan

No	Arab	Latin	Keterangan	No	Arab	Latin	Keterangan
1	ا	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan	16	ط	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
2	ب	B	Be	17	ظ	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
3	ت	T	Te	18	ع	‘	Koma terbalik (di atas)
4	ث	ṯ	Es (dengan titik di atas)	19	غ	G	Ge
5	ج	J	Je	20	ف	F	Ef
6	ح	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)	21	ق	Q	Ki
7	خ	Kh	Ka dan ha	22	ك	K	Ka
8	د	D	De	23	ل	L	El
9	ذ	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)	24	م	M	Em
10	ر	R	Er	25	ن	N	En
11	ز	Z	Zet	26	و	W	We
12	س	S	Es	27	ه	H	Ha
13	ش	Sy	Es dan ye	28	ء	’	Apostrof
14	ص	ṣ	Es (dengan titik di bawah)	29	ي	Y	Ye
15	ض	ḍ	De (dengan titik di bawah)				

2. Vocal

Vocal dalam Bahasa Arab sama dengan vocal dalam Bahasa Indonesia, yaitu dibedakan menjadi monoftong (vocal tunggal) dan diftong (vocal rangkap) yaitu sebagai berikut:

a. Monoftong (vocal tunggal)

Monoftong dalam Bahasa Arab dilambangkan dengan harokat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Gabungan Huruf
َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	Dhammah	U

b. Diftong (Vocal rangkap)

Diftong dalam Bahasa Arab dilambangkan dengan penggabungan dua tanda yaitu harokat dan huruf, transliterasinya seperti :

Tanda	Nama	Gabungan Huruf
يَ	Fathah dan Ya	Ai
وَ	Fathah dan Wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

مول : *maula*

3. Maddah (Vocal Panjang)

Maddah dilambangkan dengan harokat dan huruf, transliterasinya yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أ... ي... َ	Fathah dan Alif atau ya	A
ي... ِ	Kasrah dan Ya	I
و... ُ	Dhammah dan Wau	U

contoh:

قال - *qāla*

قِيلَ - qīla

رَمَى - ramā

يَقُولُ – yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbu"ah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah 't'.

b. Ta marbutah mati

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

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbu"ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْدَةُ الْأَطْفَالِ

- raudah al-atfāl

- raudatul atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

- al-Madīnah al-Munawwarah

- al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةَ

- talhah

ABSTRAK

Emosional dan rasional merupakan bentuk-bentuk pikiran dari diri manusia, faktor emosional dan rasional digunakan dalam penelitian ini karena melihat dari nasabah berfikir secara rasional (logis) hanya mengingkingkan keuntungan saja dalam bertransaksi di perbankan, dengan secara emosional (rasa, keagamaan) nasabah lebih memilih bertransaksi melihat kehalalan produk perbankan. Melihat

dari dua hal tersebut nasabah memiliki sikap dominan emosional dalam memilih bank syariah jika nasabah tersebut mendapatkan keuntungan sedikit dia bisa menerimanya asalkan produk atau bank yang ia gunakan halal.

Penelitian lapangan (field research) ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan mengelola data berupa angka yang didapatkan dari kuesioner dan kemudian mendeskripsikan dan menyimpulkan hasil data tersebut guna mengetahui signifikan pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. Dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden.

Kata Kunci : Keputusan Nasabah, Fakto Emosional, Faktor Rasional

ABSTRACT

Emotional and rational are forms of thought from human beings, emotional and rational factors are used in this study because seeing from customers thinking rationally (logically) they only want profits in banking transactions, emotionally (taste, religion) customers prefer transactions to see the halalness of banking products. Seeing from these two things the customer has an emotional dominant attitude in choosing an Islamic bank if the customer gets a little profit he can accept it as long as the product or bank he uses is halal. Customers who have a rational attitude in choosing a bank, if an Islamic bank has a small advantage over a conventional bank, then the customer chooses the bank by opening a savings account or doing banking transactions to get as much profit as possible.

This field research uses a descriptive quantitative approach by managing data in the form of numbers obtained from questionnaires and then describing and concluding the results of the data in order to determine the significant influence of emotional factors and rational factors on customer decisions in choosing Islamic banking services. As well as strengthened by distributing questionnai

Keywords: *Customer Decisions, Emotional Factors, Rational Factors*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta perlindungan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia (studi kasus nasabah di daerah sumbermulyo kecamatan sarang)”**. Shalawat serta salam senantiasa dihaturkan kepada junjungan baginda Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan suri tauladan untuk kehidupan manusia yang lebih baik di dunia maupun kelak diakhirat.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) dalam ilmu perbankan syariah. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian karya ini masih jauh dari kata sempurna, namun dengan adanya bantuan dan dukungan dalam bentuk moril maupun materi dari berbagai pihak pada akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak di antaranya:

- 1) Prof. Dr. H. Imam taufiq, M. Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
- 2) Dr.H. Muhammad Saifullah , M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
- 3) Wakil Dekan I,II,III, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta jajaranya
- 4) Henny Yuningrum, S.E, M.Si., selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah dan Muyassarah, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan S1 Perbankan Syariah
- 5) Dr. A Turmudzi, SH, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing I dan Mashilal, SEI, M. Si. Selaku dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam proses penyusunan skripsi.
- 6) Segenap Bapak/Ibu Dosen beserta Staff Karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa membantu dalam proses administrasi dalam proses penyusunan skripsi.
- 7) Orang tua tercinta, Bapak Murdiyanto dan Ibu Sumiati serta keluarga besar saya yang tiada henti memberikan kasih sayang serta dukungan dalam segala hal.
- 8) Warga Desa Sumbermulyo yang telah bersedia membantu penulis dalam menjalankan proses penelitian ditempat tersebut. Terimakasih atas waktu yang telah diluangkan kepada penulis.
- 9) Semua pihak, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membantu dalam proses penyusunan skripsi.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBINGi
MOTTOii
PEDOMAN TRANSLITERASIH HURUF ARAB- LATIN.....	.iii
ABSTRACK.....	.vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTARix
DAFTAR ISIx
DAFTAR GAMBARANxii
BAB I.....	.1
PENDAHULUAN1
A. Latar Belakang1
B. Tujuan Penelitian9
C. Manfaat Penelitian9
D. Sistematika Penulisan9
BAB II11
TINJAUAN PUSTAKA11
A. Landasan Teori11
1. perbankan syariah.....	.11
2. faktor emosional15
3. faktor rasional.....	.18
4. perbedaan faktor emosional dan faktor rasional20
5. keputusan nasabah22
B. Penelitian Terdahulu25
C. Kerangka Berfikir.....	.30
D. Hipotesis40
BAB III41
A. Jenis dan sumber data43

B. Populasi dan sampel	43
C. Metode pengumpulan data	43
D. Variabel penelitian dan definisi oprasional	43
E. Teknik analisi data	44
1. uji kelayakan data.....	45
2. uji asumsi klasik	48
3. uji regresi linear berganda	48
4. uji hipotesis	48
BAB IV	50
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran umum dan objek penelitian	53
B. Karakteristik responden	55
C. Analisis data dan interpretasi data	66
D. Uji hipotesis	69
E. Analisis dan pembahasan	70
BAB V	71
PENUTUP	78
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	37
Tabel 3.1	45
Tabel 4,1	46
Tabel 4.2	53
Tabel 4.3	54
Tabel 4.4	55
Tabel 4.5	57
Tabel 4.6	58
Tabel 4.7	59
Tabel 4.8	59
Tabel 4.9	60
Tabel 4.10	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan ekonomi adalah kegiatan yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan umat manusia. Salah satu organisasi yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia adalah perbankan. Perbankan Syariah merupakan sistem perbankan yang menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip Syariah. Dengan prinsip utama kemitraan dan kebersamaan dalam sistem Syariah baik pihak bank maupun nasabah mendapatkan keuntungan, karena kegiatan yang dilakukannya tidak menggunakan sistem bunga melainkan dengan sistem bagi hasil.

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, 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 ditanah air.¹ Bank Syariah memiliki potensi besar untuk menjadikan pilihan utama dan pertama bagi nasabah dalam pilihan bertransaksi mereka, hal ini ditunjukkan dengan pertumbuhan dan perkembangan bank Syariah di Indonesia. Perkembangan perbankan 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 saingan perbankan.

Ekonomi Syariah khususnya bank Syariah menunjukkan peran penting dalam menopang pertumbuhan ekonomi nasional. Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan sunnah. Menurut Antonio dan Perwataatmadja bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip Syariah Islam adalah bank yang beroperasi mengikuti ketentuan-ketentuan syariat Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam.²

Di Indonesia dan beberapa negara banyak beroperasi bank Syariah yang memiliki dua sistem yang berdampingan (*dual banking sistem*) pengguna jasa perbankan Syariah tidak hanya untuk kalangan umat Islam. Motivasi atau dorongan bermitra dengan bank Islam adalah faktor

¹ Al-Arif, M, N, R. (2010). *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*. Bandung: CV Pustaka Setia.

² Hj Madziatul Churiyah, *Mengenal Ekonomi Syariah*, (Malang : Surya Pena Gemilang , 2011), hlm 153

solidaritas keagamaan, produk perbankan dan mekanisme keuangan. Koefisien kolerasi positif antara keputusan bermitra dengan bank Syariah berdasarkan penghitungan *cost of capital*.³

Lembaga keuangan Syariah adalah sebuah lembaga keuangan yang prinsip operasionalnya berdasarkan pada prinsip-prinsip Syariah Islamiah.⁴ Operasional Lembaga keuangan Islam harus menghindari dari Riba, Gharar dan Maisir. Hal-hal tersebut sangat diharamkan dan sudah diterangkan dalam AlQuran dan Al-Hadist. Tujuan utama mendirikan Lembaga keuangan Islam adalah untuk menunaikan perintah Allah dalam bidang ekonomi dan muamalah serta membebaskan masyarakat Islam dari kegiatan-kegiatan yang dilarang oleh agama Islam.

Untuk melaksanakan tugas ini serta menyelesaikan masalah yang memerangkap umat Islam hari ini, bukanlah hanya menjadi tugas seseorang atau sebuah Lembaga, tetapi merupakan tugas dan kewajiban setiap Muslim. Menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam berekonomi dan bermasyarakat sangat diperlukan untuk mengobati penyakit dalam dunia ekonomi dan sosial yang dihadapi oleh masyarakat. Lembaga keuangan Syariah (LKS) menurut Dewan Syariah Nasional (DSN) adalah Lembaga keuangan yang mengeluarkan produk keuangan Syariah dan yang mendapat izin operasional sebagai Lembaga keuangan Syariah.⁵

Dikutip dari website databoks yang ditulis oleh Viva Budy Kusnandar bahwa berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)* atau MABDA bertajuk *The Muslim 500* edisi 2022, ada 231,06 juta penduduk Indonesia yang beragama Islam. Jumlah itu setara dengan 86,7% dari total penduduk Indonesia. Proporsi penduduk Muslim di Indonesia pun mencapai 11,92% dari total populasi di dunia. Kondisi ini seharusnya dapat menjadi peluang besar bagi perbankan Syariah di Indonesia.⁶ Tetapi faktanya memang jumlah nasabah BSI lebih rendah dari jumlah nasabah Bank Konvensional. Berdasarkan data yang ditemukan pada statistik perbankan Syariah, OJK Tahun 2021 jumlah nasabah Bank Syariah masih tertinggal jauh dari jumlah nasabah Bank Konvensional.

Perbedaan karakteristik manusia dalam berfikir, 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 melihat dari cara berpikir

³ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Ekonomi Syariah*, Jakarta : Gema Insani Hal 18-19

⁴ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta:Kencana, 2017), Hal.1

⁵ Andi Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah: Edisi Kedua*,(Jakarta :Kencana 2017,Hal 25

⁶ Viva Budy Kusnandar,*RISSC: Populasi Muslim Indonesia Terbesar Di Dunia*, diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/>,pada tanggal 07 Maret 2022,Pukul 19.00

nasabah yang dilandasi oleh teori pemasaran konvensional yang berpaham sekuler, sedangkan segala hal yang berlandaskan cara berfikir keagamaan serta merta akan dianggap sebagai sesuatu yang emosional.

Faktor emosional merupakan faktor yang menjadi pertimbangan konsumen ketika akan membeli produk dengan mempertimbangkan pada status sosial, kenyamanan, dan juga keamanan konsumen. Faktor emosional dalam penelitian ini meliputi ketaatan beragama, psikologi dan atribut produk yang Islami. Faktor Ketaatan beragama adalah memenuhi kewajiban agama, menginginkan untuk melaksanakan kewajiban yang belum tertunaikan melaksanakan berbagai anjuran agama sekalipun tidak wajib. Sebagaimana dalam surat al-Baqarah ayat 208

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

Artinya : “ Wahai orang-orang yang beriman masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan sungguh ia musuh yang nyata bagimu.”⁷

Contoh Faktor emosional pada penelitian ini lebih cenderung kepada sikap nasabah ketika memutuskan untuk menyimpan uangnya pada suatu bank dengan dua perspektif. Pertama, perspektif waktu sekarang, yaitu ketika masih hidup di dunia. Kedua ,perspektif waktu setelah mati, yaitu periode sejak nasabah meninggal atau kehidupan alam kubur sampai dengan waktu saat manusia akan dihitung amal baik dan buruknya selama hidup didunia adanya perspektif waktu setelah mati pada nasabah Muslim ini dapat menjelaskan mengapa seseorang nasabah Bank Syariah bahkan bisa menerima keuntungan yang nilainya lebih kecil sepanjang itu halal. Sedangkan nasabah yang rasional ketika mendapatkan informasi bahwa suku bunga perbankan (konvensional) sedangkan tinggi, nasabah akan menarik dananya dibank Syariah dan memindahkan ke bank konvensional.⁸

Faktor rasional konsumen akan mempertimbangkan harga yang dapat diperoleh konsumen, kemudahan, dan juga keuntungan konsumen tersebut.⁹ Faktor rasional dalam penelitian ini meliputi pelayanan, kenyamanan, dan kepuasan. Pelayanan adalah apa yang menghasilkan atau mencegah suatu penjualan. Pelayanan yang baik akan menumbuhkan minat masyarakat untuk menabung dibank tersebut. Nilai nasabah dapat diciptakan melalui kualitas

⁷ Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahan, (Bandung :PT Syaamil Cipta Media, 2004), h. 554

⁸ Muhammad Fauzi, Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan dan loyalita .Jurnal Ekonomi Islam(Semarang : IAIN Walisongo ,2009), hlm. 145

⁹ Ibid, hal 148

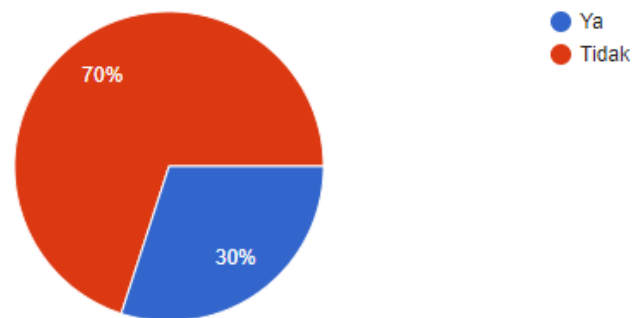
pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada para pelanggannya. Semakin baik kualitas pelayannya, akan semakin tinggi pula nilai pelanggan terhadap perusahaan tersebut.¹⁰

Grafik 1.1

Presentasi Hasil Prasurvei Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan produk BSI

Apakah anda mengetahui produk BSI

40 jawaban



Sumber : Data yang diolah 2023

Peneliti telah melakukan pra riset terhadap 40 masyarakat di Desa Sumbermulyo, Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang. Dari grafik diatas menunjukkan bahwa 70% masyarakat Desa Sumbermulyo tidak menggunakan produk BSI sedangkan 30% masyarakat Desa Sumbermulyo menggunakan produk BSI. Dengan adanya pra riset ini, peneliti memandang masyarakat yang tidak menggunakan produk BSI, dikarenakan masih banyak masyarakat yang masih belum mengetahui BSI, jarak yang jauh sehingga susah untuk diakses. Menurut nasabah yang sudah cukup umur layanan webfrom ini termasuk ribet (tidak praktis) dan susah dalam mengoprasikannya, dan nasabah yang merasa puas dalam mengetahui BSI dikarenakan merasa terbantu, adanya kemudahan dalam bertransaksi dan terdapat fitur aplikasi yang mendukung untuk kebutuhan sehari-hari. Hal ini BSI perlu mengupayakan agar meningkatkan jumlah nasabah BSI. Upaya tersebut diantaranya dengan meningkatkan loyalitas dan kepuasan nasabah. Faktor yang mendukung meningkatnya loyalitas dan kepuasan nasabah antara lain faktor emosional dan faktor rasional.

Dari variabel yang digunakan peneliti, pada penelitian sebelumnya terdapat reseach gap antara variabel independent terhadap variabel dependen. Pertama variabel faktor emosional pada penelitian yang dilakukan oleh Nesya Kholiviana memiliki hasil positif dan signifikan

¹⁰ Hermawan Kertajaya, Syariah Marketing (Bandung : Mizan, 2006) hal 10.

pada variabel keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan Syariah.¹¹ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ratmi Yeno Merta menunjukkan hasil yang berbeda pada variabel faktor emosional tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan iB Muamalat.¹²

Kedua variabel faktor rasional pada penelitian yang didukung oleh Devi Ratna Habibi dan Alim Murtani, mengatakan bahwa variabel faktor rasional berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di PT bank sumut Syariah KCPSY Merelan Raya dengan menggunakan minat nasabah.¹³ Namun pernyataan ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Miftahul Jannah menyatakan bahwa hasil penelitian faktor rasional tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank Muamalat.¹⁴

Dari hasil *research* gap diatas terdapat perbedaan. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui lebih lanjut mengenai faktor emosional dan faktor rasional. Penelitian ini juga berbeda dari jenis populasi yang diambil dalam penelitian sebelumnya. Populasi sampel yang diambil penelitian adalah penduduk Desa Sumbermulyo. Peneliti memilih lokasi penelitian di Desa Sumbermulyo selain karena berdasarkan hasil Pra *survey* yang dilakukan peneliti di Desa Sumbermulyo kondisi masyarakat Desa Sumbermulyo yang kurang memahami adanya Bank Syariah Indonesia sehingga masalah ini sesuai dengan rumusan masalah yang peneliti ajukan, selain itu lokasi Desa Sumbermulyo yang mudah dijangkau yang dapat peneliti pastikan bahwa ketika proses penelitian atau pengambilan data akan lebih efisien sehingga peneliti akan mudah fokus ketika menganalisis data. Penelitian ini penting dilakukan karena untuk mengembangkan industri perbankan Syariah perlu adanya strategi perbankan Syariah untuk menarik nasabah agar dapat tertarik dengan produk perbankan Syariah.

Berdasarkan pra riset diatas maka, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan berjudul **“Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia” (Studi Kasus Nasabah Di Daerah Desa Sumbermulyo Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang)**

B. Rumusan Masalah

¹¹ Nesya Kholiviana, *Pengaruh Faktor Budaya Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah*, Skripsi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-RANIRY Aceh, 2022, hal 34

¹²Ratmi Yeno Metra, *Analisis Pengaruh Faktor Emosional Dan Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bertransaksi Di Pt. Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Pembantu Payakumbuh*, Skripsi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi, 2019, hal 113

¹³Devi Ratna Sari Habibi, Alim Murtani , *Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di PT. BANK SUMUT Syariah Kcpsy Marela Raya*,jurnal Of Economics and Business Management Vol 02 No 01. Hal 122.

¹⁴ Miftahul Jannah, *Pengaruh Faktor Rasional Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Muamalat (Studi Pada Kelurahan Lere)*, Skripsi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Palu, 2020, hal 90.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah faktor emosional berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan Syariah ?
2. Apakah faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan Syariah ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengamati dan mengetahui apakah faktor emosional mempengaruhi nasabah untuk menjadi bank Syariah
- b. Untuk mengetahui apakah faktor rasional mempengaruhi nasabah untuk menjadi nasabah bank Syariah

2. Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat semua pihak diantaranya :

a. Manfaat teoritis

Bagi penelitian lain. Penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam mengembangkan penelitian selanjutnya dapat dibandingkan dengan hasil penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi universal, penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam mengembangkan perbankan Syariah
- 2) Bagi pengembangan Syariah, hasil penelitian ini diharapkan dapat membawa wawasan sehingga dapat dimanfaatkan sebagai pengembangan Syariah.

D. Sistematika Penulisan

Cara penulisan sistematis untuk mempermudah pembahasan, peneliti membagi ke dalam beberapa bab yang berurutan dan saling berkaitan yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab I ini menjelaskan latar belakang masalah mengenai perlunya penelitian ini dilakukan. Kemudian pada bab ini juga menjelaskan Rumusan Masalah mengenai tentang apa saja yang akan disajikan dalam penelitian selanjutnya pada bab ini dijelaskan tentang tujuan dan manfaat penelitian. Tujuan penelitian ini menjelaskan mengenai sesuatu kegunaan yang dicapai dalam penelitian ini. Manfaat penelitian ini

menjelaskan tentang apa yang akan diperoleh pihak-pihak tertentu yang bersangkutan dengan penelitian ini.

BAB II : Landasan teori

Bab 2 dalam penelitian ini menjelaskan pembahasan empat pokok pembahasan yaitu tinjauan pustaka, dasar teori, kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis. Pada landasan teori menjabarkan tentang faktor emosional, rasional, keputusan memilih serta menjelaskan tentang perbankan

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini berisikan jenis dan sumber data, populasi dan sampel, penentuan jumlah sampel, Teknik pengambilan data, serta metode analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab IV ini berisi tentang deskripsi tentang hasil penelitian serta pembahasan yang lebih mendalam mengenai hasil penelitian dan menjelaskan implikasinya. Selain itu menjelaskan gambaran umum tentang objek yang diteliti.

BAB V : Penutup

Bab V ini merupakan bagian akhir dari skripsi ini. Berisi kesimpulan, saran dan penutup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan teori

1. Keputusan Nasabah

Nasabah merupakan konsumen dari pelayanan jasa perbankan, sehingga perlindungan konsumen baginya merupakan suatu tuntunan yang tidak boleh diabaikan. Dalam dunia perbankan, pihak nasabah merupakan unsur yang sangat berperan sehingga mati hidupnya dunia perbankan bersandar kepada kepercayaan masyarakat atau nasabahnya. Salah satu fokus perlindungan konsumen dalam usaha perbankan diarahkan pada pelayanan dibidang pengkreditan. Hal-hal yang menjadi perhatian dalam perlindungan konsumen dibidang pengkreditan yang harus ditempuh, dan warkat yang digunakan dalam pemberian kredit, perjanjian kredit sebagai perjanjian pokok, serta perjanjian jaminan sebagai perjanjian tambahan.¹⁵

Perlindungan hukum bagi nasabah bank selama ini lebih banyak diarahkan kepada nasabah penabung atau penyimpan dana di bank, antara lain melalui pemberlakuan UU Nomor 24 Tahun 2004 tentang Lembaga penjamin simpanan. Perlindungan hukum bagi nasabah debitur (nasabah yang menikmati kredit perbankan) selama ini masih minim dan ada aturannya dan peraturan tersebut bersifat umum.¹⁶

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori yang dikemukakan oleh Icek Ajzen dalam artikelnya "From intention to action: A theory of planned behavior. *Theory Of Planned Behavior* (TPB) merupakan kemajuan lebih lanjut dari TRA (*Theory Of Reasoned Action*).¹⁷ *Theory Of Planned Behavior* didasarkan pada gagasan bahwa kebanyakan orang bertindak secara rasional, menganalisis informasi yang ada, dan mempertimbangkan konsekuensi dari pilihan mereka. Menurut pengertian Theory Of Planned Behavior, seseorang harus terlebih dahulu memiliki niat untuk melakukan tindakan tertentu sebelum benar-benar terjadi.

Terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi niat seseorang yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan control perilaku yang dirasakan. Sikap terhadap perilaku disebut sebagai penilaian positif dan negatif dari seseorang ketika menunjukkan tindakan tertentu. Norma subjektif adalah keyakinan pribadi tentang tekanan sosial untuk terlibat atau menahan diri dari suatu perilaku, ketika mayoritas tekanan sosial berasal dari orang-orang yang memiliki

¹⁵ Nugroho J, Setiadi, Perilaku Konsumen Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran, (Jakarta :Kencana,2008 hal. 103)

¹⁶ Iswi Hariyani, Restrukturisasi & Penghapusan Kredit Macet (Jakarta: PT Elex Media Komputindo,2010) hal 234

¹⁷ Imam Ghozali, 25 Grand Theory Theory Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis, Semarang: Yoga Pratama, 2020, hal 107.

pengaruh pada kehidupan mereka atau yang mereka anggap penting. Dengan kata lain, kontrol yang dirasakan berkaitan dengan sejauh mana seseorang berpikir bahwa mereka memiliki kemampuan untuk melakukan aktivitas tertentu.¹⁸

Menurut *theory of planned behavior* ada tiga hal yang mungkin memengaruhi niat seseorang. Hal tersebut sama halnya seperti keputusan pembelian atau seseorang yang akan melakukan suatu pembelian, mereka akan cenderung melakukan suatu pembelian jika dipengaruhi oleh ketiga faktor tersebut, antara lain:

1. Attitude toward the behavior (sikap terhadap perilaku) seseorang akan mengevaluasi, memilih terlebih dahulu ketika akan membeli suatu produk, apakah produk tersebut benar layak dibeli tidak.
2. Subjective norma (norma subjektif) jika banyak orang setuju bahwa suatu produk harus dibeli, seseorang akan cenderung melakukannya. Sebagian besar dari orang-orang tersebut berasal dari orang yang berpengaruh pada kehidupannya atau orang yang dianggapnya penting.
3. Perceived behavior control (kontrol perilaku persepsian) kapasitas untuk membeli suatu produk adalah kontrol perilaku yang dirasakan seseorang. Ketika harga suatu produk dianggap masuk akal dari sudut pandang ekonomi dan bermanfaat bagi pembeli, maka seseorang akan memutuskan untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan pemaparan terkait *theory of planned behavior* di atas, dapat dikatakan bahwa *theory of planned behavior* merupakan tujuan yang dihasilkan dari suatu tindakan, dan tujuan tersebut dipengaruhi oleh sejumlah faktor internal dan eksternal. Tiga aspek yang dapat berdampak dalam memainkan perilaku yaitu, sudut pandang perilaku, standar emosional, dan persepsi kontrol sosial.

Menurut Hadari Nawawi dikutip oleh Salim mendefinisikan bahwa keputusan pada dasarnya hasil akhir dalam mempertimbangkan sesuatu yang akan dilaksanakan secara nyata. Keputusan juga dapat diartikan sebagai hasil terbaik dalam memilih satu diantara dua atau beberapa alternatif yang dihadapi. Sadeli dan Ukas menyatakan bahwa keputusan merupakan dorongan serta keinginan yang merupakan tenaga penggerak yang berasal dari dalam diri seseorang. Jika keputusan adalah pembangkit daya gerak untuk berbuat sesuatu dalam rangka mencapai keputusan dan tujuan.¹⁹

Keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka harus memiliki pilihan alternatif.

¹⁸ Icek Ajzen, *Attitude, Personality, and Behavior*, New York: Open University Press, 2005, hal. 117-118

Keputusan adalah suatu pengakhiran dari proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.²⁰ Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya.²¹

Pengambilan keputusan nasabah adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa pilihan yang ada bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli atau tidak membeli, kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat keputusan. 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.

a. Indikator Keputusan

Menurut Kotler dan Keller proses pengambilan keputusan memiliki tahapan, yaitu.²²

1) Faktor Internal

a. Faktor pribadi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pribadi diartikan “manusia sebagai perseorangan (diri manusia atau diri sendiri)”. Pada hakikatnya, manusia merupakan pribadi yang utuh, khas, dan memiliki sifat-sifat sebagai makhluk individu. Dalam kehidupannya, seorang manusia memiliki kebutuhan yang diperuntukan bagi kepentingan pribadinya. Kehidupan pribadi tersebut merupakan kebutuhan yang utuh dan memiliki ciri yang khusus dan unik. Keputusan konsumen dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi:

- 1) Usia dan Tahap Siklus Hidup
- 2) Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi
- 3) Gaya Hidup
- 4) Kepribadian dan Konsep Diri

b. Faktor Psikologis

²⁰ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hal. 357.

²¹ Ghozali Maski, “Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang”, *Journal of Indonesia Applied Economics*, Vol. 4, No. 1, (Mei 2010), hal. 46.

²² Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal 184

Faktor psikologis merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen termasuk di dalamnya motivasi konsumen. Motivasi konsumen perlu dipelajari dan penting diteliti agar dapat diketahui alasan orang melakukan pembelian, sehingga dapat dilakukan kegiatan untuk menarik pembeli agar bersedia membeli produk yang ditawarkan.

Keadaan psikologis seseorang dipengaruhi oleh banyak hal, Menurut Allport Carapedia, psikologis merupakan “pikiran, perasaan, dan perilaku individu yang dipengaruhi oleh kehadiran orang lain secara aktual, dibayangkan, atau hadir secara tidak langsung ,”sedangkan menurut *Titchener* dan *Wundt* dalam Carapedia, “psikologis adalah pengalaman manusia yang dipelajari dari sudut pandang pribadi yang mengalaminya”. Pilihan keputusan seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

- 1) Motivasi
 - 2) Persepsi
 - 3) Pembelajaran
 - 4) Keyakinan dan Sikap
- 2) Faktor Eksternal
 - a) Faktor Sosial

Perilaku seorang nasabah dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial nasabah, karena faktor-faktor sosial ini dapat mempengaruhi tanggapan nasabah, bank-bank harus memperhitungkannya ketika merancang strategi-strategi pemasaran.²³ Faktor-faktor sosial terdiri dari:

- a. Kelompok Acuan
 - b. Keluarga
 - c. Peran dan Status
- b) Faktor Lokasi

Pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik nasabah, pertama yang dilakukan adalah memilih daerah dimana bank akan dibuka, kemudian kota tertentu, baru kemudian lokasinya. Lokasi adalah tempat bank yang paling menggantungkan yang dapat dilihat dari jauh jumlah rata-rata layak yang melewati bank tersebut setiap harinya.

²³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran 1: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*, (Jakarta: Prenhallind,2022), hal.203

Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi bank antara lain

1. Lingkungan masyarakat
2. Kedekatan dengan nasabah.
3. Tenaga kerja
4. Kedekatan nasabah dengan pihak bank
5. Kedekatan dengan fasilitas transportasi umum

Lokasi memegang peranan penting dalam melakukan usaha perbankan. Karena berkaitan dengan dekatnya lokasi usaha dengan pusat keramaian, mudah dijangkau, aman, dan tersedianya tempat parkir yang luas, pada umumnya lebih disukai nasabah. Lokasi yang strategis membuat nasabah lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Sehingga dengan demikian, ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya Tarik nasabah untuk melakukan transaksi.

2. Perbankan Syariah

a. Pengertian

Bank Syariah adalah bank yang sistem perbankannya menganut prinsip Islam. Menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syariah.²⁴ Bank berasal dari kata *banque* (Bahasa perancis) dan bank komersial, dari kata *banco* (Bahasa itali) yang berarti peti/lemari atau bangku. Peti/lemari dan bangku menjelaskan fungsi dasar dari bank komersial, yaitu: pertama, menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman (*safe keeping function*). Kedua ,menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa (*transaction function*).²⁵

Menurut kamus besar bahasa Indonesia bank diartikan sebagai Lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.²⁶ Pengertian bank Syariah atau bank islam dalam bukunya Edy Wibowo adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah Islam. Bank ini tata cara beroprasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan al-Qur'an dan Hadits.²⁷ Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah islam maksudnya adalah bank yang dalam beroprasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan

²⁴ Undang- Undang Nomor 21 Tahun 2008, *Perbankan Syariah*, Pasal 1, Ayat 7

²⁵ M.Syaf'I Antonio, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah* ,(Jakarta:Pustaka Alfabeta,cet ke-4,2006) , hal.2

²⁶ <https://kbbi.kemendikbud.ac.id>, diakses pada 23 Maret 2023

²⁷ Edy Wibowo dkk, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, (Bogor:Ghalia Indonesia cet.1,2005), hal.33

syariat islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara islam .²⁸ Lebih lanjut,dalam tata cara bermuamalat itu di jauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan. Sedangkan menurut Rachmadi Usman mengatakan. “Bank syaria adalah bank yang pengoperasionalnya disesuaikan dengan prinsip Islam.”²⁹

Bank Syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah-masalah riba. Dengan demikian, penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia Islam saat ini.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang beriman”

Undang- Undang Nomor 10 Tahun 1998 Pasal Ayat 13 tentang perbankan yang dikutip oleh Marimin et al, menyatakan apa yang dimaksud dengan prinsip Syariah yakni aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan Syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*mudharabah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).³⁰

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

b. Prinsip Perbankan Syariah

Prinsip perbankan Syariah dapat ditemukan pada pasal 1 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah yang dikutip oleh Muhammad Nadrattuzaman, yaitu prinsip hukum islam dalam kegiatan operasionalnya berdasarkan fatwa dari Lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dari dari

²⁸ *Ibid.*, hal.34

²⁹ Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hal.33

³⁰ Marimin, Agus, Abdul Haris Romadhoni, Tiara Nur Fitri, *Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol 01 No 02, 2015 Hal 78

Lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang Syariah.³¹ Dalam menjalankan operasinya, Bank Syariah mengikuti peraturan dan norma-norma dalam islam, diantaranya bebas dari bunga (riba), terbebas dari kegiatan spekulatif yang non produktif seperti perjudian (maysir), terbebas dari hal-hal yang tidak sah (bathil), dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal. Selain itu prinsip hukum yang digunakan dalam sistem perbankan Syariah antara lain:

- 1) Pembayaran terhadap pinjaman dengan nilai yang berbeda dari nilai pinjaman dengan nilai yang telah ditentukan sebelumnya tidak diperoleh
- 2) Pemberi dana harus berbagi keuntungan dan kerugian sebagai akibat dari hasil usaha institusi yang meminjam dana.
- 3) Islam tidak memperbolehkan” menghasilkan uang dari uang “
- 4) Uang hanya merupakan media pertukaran dan bukan komoditas karena tidak memiliki nilai intrinstik
- 5) Unsur gharar (ketidak pastian, spekulasi) tidak diperbolehkan
- 6) Kedua belah pihak harus mengetahui dengan baik tentang hasil yang akan mereka dapatkan dari sebuah transaksi
- 7) Investasi hanya boleh diberikan pada usaha-usaha yang tidak diharamkan dalam Islam
- 8) Usaha minuman keras narkobah misalnya tidak boleh didanai oleh perbankan Syariah.³²

c. Dasar Hukum Syariah

Dalam sistem operasional Bank Syariah berlandaskan hukum yang pertama adalah Al-Quran dan hadis. Dalam Al-Quran pada surat Ali-Imran Ayat 130 telah dijelaskan bahwa Allah mengharamkan riba, jadi sistem operasional perbankan Syariah menggunakan sistem bagi hasil.

Selain al quran dan hadits, maka berdasarkan hukum positif landasan dalam mengoperasikan Bank Syariah adalah undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan Syariah. Sebelumnya lahirnya undang-undang ini landasan operasional Bank Syariah adalah undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan. Latar belakang dikeluarnya regulasi perbankan Syariah ini adalah :

³¹ Muhammad Nadraturazzaman, *Produk Keuangan Islam Di Indonesia Dan Malaysia*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), hal 13.

³² Shariahbank.Blogspot. Com/2008_07_01_Archive.Htmw(UUBS), Diakses Pada 14 November 2022

- 1) Dalam rangka menciptakan tujuan pembangunan nasional berupa terciptanya masyarakat adil dan Makmur berdasarkan demokrasi ekonomi, serta pengembangan ekonomi yang berdasarkan pada nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan, dan kemanfaatan yang sesuai dengan prinsip Syariah.
- 2) Adanya kebutuhan masyarakat Indonesia akan jasa-jasa perbankan Syariah yang semakin meningkat
- 3) Perbankan Syariah memiliki kekhususan dibandingkan dengan perbankan konvensional
- 4) Pengaturan mengenai perbankan Syariah melalui undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan undang-undang nomor 10 tahun 1998 belum spesifik

Untuk itu maka perbankan Syariah dirasa perlu diatur secara khusus didalam undang-undang tersendiri. Sehingga, keluarlah undang-undang 21 tahun 2008 tentang perbankan Syariah. Adapun dasar pijakan keluarnya undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan Syariah meliputi beberapa peraturan perundang-undangan yang telah ada sebelumnya, yaitu:

- 1) Pasal 20 no. pasal 33 Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945
- 2) Undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan undang-undang nomor 10 tahun 1998
- 3) Undang-undang nomor 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia sebagaimana telah diubah dengan undang-undang nomor 3 tahun 2004
- 4) Undang-undang nomor 24 tahun 2004 tentang Lembaga penjamin simpanan
- 5) Undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas

Dengan demikian maka didalam pelaksanaan undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan Syariah hendaknya memperhatikan peraturan perundang-undangan tersebut diatas.

d. Jenis Bank Syariah

Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip Syariah. Secara kelembagaan, bank Syariah di Indonesia dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Perkereditan Rakyat Syariah (BPRS) (Rivai dan Arifin,2010).³³

³³ Sukardi, B & Wijaya, T. (2013). "Corporate ethical identity Perbankan Syariah di Indonesia" , *Jurnal institut agama islam negri (IAIN)*, Surakarta.

1) Bank Umum Syariah (BUS)

Bank Umum Syariah (BUS) merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan kepada prinsip islam yang memberikan jasa dalam lalulintas pembayaran. BUS merupakan badan usaha yang setara dengan bank umum konvensional dengan bentuk perseroan terbatas, perusahaan daerah, atau koperasi.

2) Unit Usaha Syariah (UUS)

Unit Usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja di kantor pusat bank umum konvensional yang berpungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang islam. Dalam struktur organisasi, UUS berada satu tingkat di bawah direksi bank umum konvensional yang bersangkutan.

3) Bank Perkereditan Rakyat Syariah (BPRS)

Bank Perkereditan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha yang berdasarkan kepada prinsip islam yang kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPRS merupakan badan usaha yang setara dengan bank perkreditan rakyat konvensional dengan bentuk hokum perseroan terbatas, perusahaan daerah, atau koperasi.

e. Produk Dan Jasa Perbankan Syariah

Seperti halnya dalam bank konvensional, produk perbankan syariah pun terbagi atas produk penghimpunan dana, penyaluran dana dan produk jasa, yakni:

a. Produk pendanaan (funding)

Penghimpun dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito, prinsip oprasional syariah yang diterapkan dalam penghimpun dan masyarakat adalah menggunakan aqad wadi'ah dan mudharabah.³⁴

1) Tabungan Wadiah

Prinsip wadiah yang digunakan dalam produk ini adalah wadiah yad dhamanah, yang berarti bank dapat memanfaatkan dana dan menyalurkan dana yang disimpan serta menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh pemilik dana.³⁵

2) Giro wadiah

Pasal 1 ayat 6 UU No.10 tahun 1998, disebutkan yang dimaksud dengan giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana pembayaran lainnya atau dengan cara

³⁴ Nurul, Ichsan Hasan, *Perbankan Syariah: Sebuah Pengantar*, Jakarta:GP Press Group, 2014, Hal 202

³⁵ Djazuli Dan Yadi Janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2002

pemindah bukuan. Pengertian diatas yang membedakannya dengan tabungan hanyalah sebatas perbedaan fasilitas penarikan dananya.³⁶

3) Tabungan Mudharabah

Sedangkan tabungan mudharabah adalah dana yang disimpan oleh nasabah yang akan dikelola bank untuk memperoleh keuntungan dengan sistem bagi hasil sesuai dengan kesepakatan bersama.³⁷ Untuk tabungan mudharabah dana dapat ditarik kapan saja.

4) Deposito mudharabah

Deposito mudharabah adalah dana simpanan nasabah yang hanya bisa ditarik berdasarkan jangka waktu yang telah ditentukan.³⁸

b. Produk Pembiayaan Dana (Financing)

Kredit dalam sistem perbankan Islam biasanya diartikan dengan pembiayaan. Penyaluran dananya dalam bank syariah sebagai berikut:

1) Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan mudharabah adalah “bank menyediakan pembiayaan modal investasi antara modal kerja secara penuh (trusty financing)”. Sedangkan nasabah menyediakan proyek atau usaha lengkap dengan manajemennya.³⁹

2) Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan musyarakah adalah pembiayaan sebagian dari modal usaha, yang mana pihak bank dapat dilibatkan dalam proses manajemennya, modal yang disetor bisa berupa uang, barang perdagangan (trading asset), property, equipment, atau intangible asset (seperti hak paten dan goodwill) dan barang lainnya yang dapat dihitung dengan uang.

3) Pembiayaan Murabahah

Murabahah yakni menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarkan dengan harga yang lebih tinggi sebagai laba.

4) Pembiayaan Salam

Jual beli barang yang diserahkan dikemudian hari sementara pembayaran dimuka, jika bank bertindak sebagai penjual kemudian memesan kepada pihak lain

³⁶ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, Hal 123

³⁷ Ibid HI 72

³⁸ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, Hal153

³⁹ Jazuli Danyadi Janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat*, Hal.73

untuk menyediakan barang pesanan dengan cara salam maka cara itu disebut salam paralel.⁴⁰

5) Pembiayaan Istishna

Akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan dan penjual.⁴¹

6) Pembiayaan Ijarah

Ijarah juga dikenal dengan produk ijarah muntahiya bittamplik (IMBT) yakni sewa yang diakhiri dengan pemindahan hak kepemilikan barang: sejenis perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau lebih tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang ditangan si penyewa.⁴²

c. Produk jasa (fee-based service)

Dalam menggunakan akad-akad muamalah yang sesuai dengan fiqhi Islam ada beberapa aqad yang dapat dipergunakan diantaranya:

1) Al-Wakalah (Deputship)

Dalam perbankan syariah konsep wakalah adalah nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan atau jasa tertentu, seperti pembukaan L/C, inkaso dan tranfer uang.⁴³

2) Al-Kafalah

Kafalah dalam pengaplikasikannya dalam perbankan berarti bank memberikan garansi kepada nasabah, produk ini disediakan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran.⁴⁴

3) Al-Hawalah

Dalam istilah para fukoha hawalah adalah pemindahan atau pengalihan penagihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang yang menanggung hutang tersebut.

4) Ar-rahn

Rahn sebagai produk pinjaman berarti bank hanya memeproleh imbalan atas penyimpanan, pemeliharaan, asuransi, dan administrasi yang digadaikan, berkenan dengan hal tersebut, maka produk rahn ini biasanya hanya digunakan bagi keperluan sosial, seperti Pendidikan dan kesehatan.⁴⁵

⁴⁰ Ibid Hal 225

⁴¹ Alim, Muhammad Nizarul Alim, *Muhasabah Keuangan Syariah*, Solo: PT Aqwam Media Profetika, 2011, Hal

⁴² Wiroso, Produk Perbankan Syariah, Hal 264

⁴³ Djazuli Dan Yadi Janwar, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat*, Hal 81

⁴⁴ Djazuli Dan Yadi Janwar, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat*, Hal 82

⁴⁵ Ibid, Hal 80

5) Al-qardh

Dalam perbankan al-qardh lebih dikenal sebagai pinjaman lunak bagi golongan kecil yang membutuhkan modal. Produk ini hanya mewajibkan nasabah mengembalikan produk pinjaman pada waktu jatuh tempo dengan nilai beli sama pada saat meminjam.

6) Sharf

Penukaran valas merupakan jasa yang diberikan bank syariah untuk membeli atau menjual valuta asing.

4. Faktor Emosional

a. Pengertian Emosional

Emosi adalah suatu aspek psikis yang berkaitan dengan perasaan dan merasakan hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu. Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, cukup banyak faktor-faktor dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat.⁴⁶

b. Pengertian Faktor Emosional

Faktor emosional lebih cenderung kepada sikap nasabah ketika memutuskan untuk menyimpan uangnya pada suatu bank dengan dua perspektif. Pertama perspektif waktu sekarang yaitu ketika masih hidup didunia. Kedua perspektif waktu setelah mati yaitu periode sejak nasabah meninggal atau kehidupan alam kubur sampai dengan waktu saat manusia akan di hitung amal baik dan buruknya selama hidup didunia. Adanya perspektif waktu setelah mati pada nasabah muslim ini dapat menjelaskan mengapa seseorang nasabah baik Syariah bahkan biasa menerima keuntungan yang nilainya lebih kecil sepanjang itu halal. pengertian faktor emosional menurut para ahli adalah sebagai berikut: ⁴⁷

Menurut Nugroho J. Supriadi yang dikutip oleh Dyah Ayu Kartikasari konsumen yang berdasarkan ada faktor emosional terkesan terburu-buru tanpa mempertimbangkan kemungkinan yang akan terjadi untuk jangka Panjang.⁴⁸ Berdasarkan pengertian tentang emosional diatas maka dapat disimpulkan bahwa

⁴⁶ Etta dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Andi Offset 2013), h.27

⁴⁷ Daniel Goleman, *Emosional Intelligence Kecerdasan Emosional,...*, hal.412

⁴⁸ Dyah Ayu Kartikasari, *Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Produk dan Jasa Perbankan Syariah di Tulungagung*, Skripsi (Tulungagung IAIN Tulungagung, hal 2017), hal 16.

faktor emosional adalah dorongan dalam diri sendiri untuk memutuskan sesuatu dalam hal ini untuk memilih suatu produk jasa berdasarkan pertimbangan subjektif seperti perasaan, kebanggaan, status harga diri dan sebagainya.

Faktor emosional merupakan faktor yang menjadi pertimbangan konsumen ketika akan membeli produk dengan pertimbangan pada status sosial, kenyamanan, dan juga keamanan konsumen. Sedangkan pada faktor rasional, konsumen akan mempertimbangkan harga yang dapat diperoleh konsumen, kemudahan, dan juga keuntungan konsumen tersebut. Motivasi emosional adalah pembelian yang berkaitan dengan perasaan atau emosi seseorang dan bersifat subjektif seperti pengungkapan rasa cinta, kebanggaan, dan sebagainya.⁴⁹

c. Indikator Emosional

Dalam makna paling harfiah, *Oxford English Dictionary* mendefinisikan emosi sebagai “setiap kegiatan atau pergolakan pikiran, perasaan, nafsu, seriap keadaan mental hebat atau meluap-luap”. Emosi merujuk ada perasaan dan pikiran-pikiran khususnya, suatu keadaan biologis dan psikologis, dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak.⁵⁰ Sejumlah teoretikus mengelompokkan emosi dalam golongan-golongan besar.

Menurut Sunaryo indikator emosional sebagai berikut.⁵¹

1) Ketaatan beragama

Ketaatan beragama adalah memenuhi kewajiban agama, menginginkan untuk melaksanakan kewajiban yang belum tertunaikan melaksanakan berbagai anjuran agama sekalipun tidak wajib.⁵² Dalam penelitian Rahman menyatakan bahwa komitmen agama merupakan bentuk ketaatan pada ajaran agama yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank Syariah.⁵³

Seseorang taat atau tidaknya dalam beragama adalah dengan mengamati perilaku kesehariannya dalam keberagamaan. Perkembangan ketaatan seseorang diukur berdasarkan tingkat kemampuan. Secara garis besar kematangan beragama seseorang adalah kemampuan seseorang untuk mengenali atau memahami nilai agama yang terletak pada nilai-nilai luhurnya. Menurut Glock dan Stark, dimensi

⁴⁹ Devi Ratna Sari Habibie, *Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di PT. Bank Sumut Syariah*, jurnal of Economics and Business., Vol 02, No 01, Hal 136

⁵⁰ Daniel Goleman, *Emosional Intelligence*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015., hal. 441

⁵¹ Sunaryo, *Pengaruh Faktor Rasional Dan Emosional Terhadap Kepuasan Loyalitas Nasabah Baitul Mal Wa Tamwil*, Jurnal, Vol 3, Nomor 1, Mei 2010, hal 56.

⁵² Maman Dkk, *Metodologi Penelitian Agama, Teori Dan Praktek*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 58

⁵³ Rahman, *Membangun Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Melalui Atribut, Kepuasan, Kualitas Jasa Dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah*, Jurnal Penelitian (Pusat Penelitian : IAIN Walisongo, 2004)

keberagaman ada lima, yaitu: keyakinan, peribadatan, penghayatan, pengalaman, dan pengetahuan. Didalam psikologi sosial dikenal adanya perbedaan antara *knowing (kognitif), feeling (afektive) dan doing (behavior)*. Komponen efektif ini oleh banyak peneliti disebut dengan komitmen keberagaman.⁵⁴

2) Atribut Yang Islami

Bagian yang ada pada suatu barang yang melekat dapat dijadikan sebagai ciri khusus sebagai pembeda dengan yang lainnya dan dapat dijadikan sesuatu yang bermanfaat bagi seorang konsumen itu dapat dikatakan sebagai atribut produk. Atribut produk adalah faktor yang melekat pada suatu produk. Oleh karena itu atribut produk menjadi titik tolak penilaian bagi konsumen/ nasabah tentang terpenuhinya atau tidaknya kebutuhan dan keinginan yang diharapkan dari suatu produk. Karena Bank Syariah merupakan lembaga berdasarkan prinsip Syariah, maka atribut-atribut produk Bank Syariah harus berdasarkan Syariah antara lain atribut produknya bercirikan menghindari unsur riba, menggunakan prinsip nisbah bagi hasil, menghindari unsur ketidakpastian dan menghindari unsur judi.⁵⁵

Pendapat seseorang dalam menentukan keagamaan dapat dilihat dari pondasi keimanan dari apa yang dia lakukan sesuai dengan ajaran agama islam, dengan hal itu secara umum dapat dilihat komitmen dan dapat kita ukur seberapa pengaruh agama dalam tingkah laku seseorang dalam bertindak memutuskan menggunakan suatu produk dan jasa.⁵⁶

3) Faktor Psikologis

Faktor psikologis merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen termasuk di dalamnya motivasi konsumen. Motivasi konsumen perlu dipelajari dan penting diteliti agar dapat diketahui alasan orang melakukan pembelian, sehingga dapat dilakukan kegiatan untuk menarik pembeli agar bersedia membeli produk yang ditawarkan.⁵⁷

d. Faktor-Faktor Motif Emosional

Menurut Sofyan Assauri, faktor-faktor dari motif pembelian emosional terdiri dari:⁵⁸

- a. Pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain
- b. Kebanggaan karena penampilan budaya

⁵⁴ Muchammad Fauzi, Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional, hal 55

⁵⁵ Kotler, Philip, *Marketing Managemn Analysis Planning, Implementation & Controlprentice*.

⁵⁶ Philip Kotler dan Kevin, *Manajemen*, hal 118

⁵⁷ Roni Andespa, *Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah*, Jurnal Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam Vol 2, Nomor 2, Juli-Desembar 2017 hal 184

⁵⁸ Sofian Assauri *Manajemen Pemasaran* (Depok:PT.Grafindo Persada,2014) hal. 127-128

- c. Pencapaian status sosial
- d. Untuk terhindar dari keadaan bahaya

Menurut Ali Hasan, faktor-faktor emosional adalah :⁵⁹

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

Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai landasan teoritis skala motif emosional adalah gabungan dari pendapat Sofjan Assauri dan Ali Hasan, karena menurut pemahaman peneliti kedua pendapat diatas memiliki beberapa faktor yang sama diantaranya status sosial, kebanggaan, kenyamanan, dan keamanan.

e. Teori Tetang Emosi Secara Umum

Terdapat beberapa teori emosi yang dilakukan oleh beberapa peneliti, yaitu :

- b. Teori Emosi Dua-Faktor *Schachter-singer* teori ini dikenal sebagai teori yang paling klasik yang berorientasi pada rangsangan. Reaksi fisiologik dapat saja sama (hati berdebar, tekanan darah naik, nafas bertambah cepat, adrenalin dialirkan dalam darah dan sebagainya) namun jika rangsangannya menyenangkan seperti diterima di perguruan tinggi yang diminat, emosi yang timbul dinamakan senang. Sebaliknya jika rangsangannya membahayakan emosi yang timbul dinamakan takut. Para ahli psikologi melihat teori ini lebih sesuai dengan teori kognisi.

Schachter dan singer mengemukakan bahwa emosi tertentu merupakan fungsi dari reaksi-reaksi tubuh tertentu. Menurutnya pula kita tidak merasa marah karena ketegangan otot, rahang yang berderak, denyut nadi kita menjadi cepat, dan sebagainya tetapi karena kita secara umum jengkel dan kita mempunyai beberapa kognisi tertentu tentang sifat kejengkelan kita.

- c. Teori Emosi *James Lange* William James pada tahun 1893 dan Carl Lange pada awal abad ke-20 menyajikan pandangan tentang emosi. Menurut teori ini, sebuah emosi adalah reaksi terhadap perubahan-perubahan dalam sistem fisiologi tubuh. Jadi jika seseorang melihat seekor beruang, ia belum merasa takut tetapi jantungnya berdebar keras, dan adrenalinya terpacu. Dalam praktik, teori ini digunakan sebagai

⁵⁹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor:Ghalia Indonesia,2010) hal. 55

untuk misalnya terapi tertawa. Dalam satu kelompok, orang diminta untuk tertawa saja sekeras-kerasnya walaupun tidak ada yang lucu, maka emosi senang dan gembira akan muncul karna tertawa itu.⁶⁰

- d. Teori “ Emergency” Cannon: Teori ini dibuat oleh Walter B. Cannon (1929), ia menyatakan bahwa karna gejolak emosi itu menyiapkan seseorang untuk mengatasi keadaan yang genting, orang-orang yang primitive yang membuat respon semacam itu bisa survive dalam hidupnya. Cannon menyalahkan Teori James Lange karena beberapa alasan, termasuk fokus eksklusif teori pada organ dalam.

Cannon mengatakan, antara lain bahwa organ dalam umumnya terlalu intensif dan terlalu dalam responya untuk bisa menjadi dasar berkembangnya dan berubahnya suasana emosional yang seringkali berlangsung demikian cepat. Meskipun begitu, ia sebenarnya tidak beranggapan bahwa organ dalam merupakan satu-satunya faktor yang menentukan suasana emosional.

- e. Teori Navistik: tokoh teori ini adalah, René Descartes Teori ini dikenal dengan teori navistik, yang mengatakan bahwa emosi pada dasarnya merupakan bawaan sejak lahir. Ia mengatakan ada enam emosi dasar bawaan sejak lahir yaitu.⁶¹ Cinta, kegembiraan, keinginan, benci, sedih, dan kagum
- f. Teori Empiristik William James dan Carl Lange, adalah tokoh teori empiristik. Menurut teori ini, bahwa emosi adalah hasil persepsi seseorang terhadap perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuh sebagai respon terhadap rangsangan-rangsangan yang datang dari luar. Misalnya orang tersebut menangis karena susah, sebaliknya ia susah untuk menangis.

3. Faktor Rasional

a. Pengertian Rasional

Rasional adalah menurut pemikiran dan pertimbangan yang logis, menurut pikiran yang sehat dan cocok dengan akal.⁶² Rasional adalah berfikir menggunakan nalar atas data yang ada untuk mencari kebenaran faktual, kegunaan, dan derajat kebenarannya. ⁶³ Menurut Schiffman dan Kanuk yang dikutip oleh Dyah Ayu Kartikasari, dalam pemasaran faktor rasional menyatakan bahwa para konsumen memilih sasaran berdasarkan pada kriteria yang benar-benar objektif seperti ukuran,

⁶⁰ Opcit hal.129

⁶¹ Lehey, B. Benjamin, *Psychology An Introduction*, New York, Mcgraw-Hill,2012 Hal.257

⁶² Dapertemen Pendidikan Dan Kebudayaan, KBBI (Jakarta,Balai Pustaka 1999) Edisi Kedua, Vol 10, Hal, 821.

⁶³ Dyah Ayu Kartikasari, *Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Produk dan Jasa Perbankan Syariah di Tulungagung*, Skripsi (Tulungagung: IAIN Tulungagung ,2017),hal.18 .

berat, harga, dan sebagainya.⁶⁴ Menurut Nugroho J. Setiadi, faktor yang berdasarkan pada rasional akan menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan memikirkan secara matang serta dipertimbangkan terlebih dahulu untuk membeli produk tersebut kecenderungan yang akan diperoleh konsumen adalah sangat puas.⁶⁵

Menurut Nur Kholis dalam jurnalnya rasionaliti merupakan suatu perkataan yang lebih sering dipakai dari pada didefinisikan. Definisi itu diberikan, biasanya berupa deskripsi tentang pilihan rasional atau perbuatan rasional.⁶⁶ *Rationality assumption* dalam ekonomi menurut Roger LeRoy Miller adalah *individuals do not intentionally make decisions that would leave them worse off*. Rasionaliti didefinisikan sebagai tindakan manusia dalam memenuhi keperluannya hidupnya yaitu memaksimumkan kepuasan atau keuntungan senantiasa berdasarkan pada keperluan (*need*) dan keinginan-keinginan (*want*) yang digerakan oleh akal yang sehat dan tidak akan bertindak secara sengaja membuat keputusan yang bisa merugikan kepuasan atau keuntungan mereka.

b. Pengertian Faktor Rasional

Rasional 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, kemudahan fasilitas yang didapatkan, jika mengajukan kredit sangat mempertimbangkan bunga atau margin berdasarkan mahal dan murahnya serta besar dan kecilnya. Hal ini berbanding terbaik dengan nasabah emosional yang tidak menghiraukan hal tersebut dimana nasabah rasional amat menekankan hal tersebut.⁶⁷ 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 dirasa lebih murah. Menurut Ali Hasan faktor rasional meliputi, pelayanan, kenyamanan dan kepuasan.⁶⁸

Menurut Davis mendefinsikan kemudahan penggunaan (*use of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan jasa teknologi mudah

⁶⁴ *Ibid*, hal ,18.

⁶⁵ *Ibid*, hal 19

⁶⁶ Nur Kholis. *Konsep Rasionaliti Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dan Alternatifnya Menurut Pandangan Ekonomi Islam*

⁶⁷ Faricha Ihdawatul Khoir, *Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Jatim Kantor Cabang Syariah Kediri*, Skripsi (Tulungagung: IAIN Tulungagung,2018).,hal.26.

⁶⁸ Ali Hasan, *Markering Bank Syariah ...*,hal 54

dipahami dan mudah digunakan.⁶⁹ Arti kata efisien menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), kata efisien didefinisikan sebagai ketepatan cara dalam melakukan sesuatu, dan kemampuan dalam melaksanakan tugas dengan baik dan tepat membuang buang waktu.

c. Indikator Faktor Rasional

Rasional merupakan cara berpikir dan mengambil suatu tindakan sesuai dengan akal sehat tidak buru-buru yang akan merugikan kepuasan dari keinginan mereka. Dalam hal ini beberapa menurut Muhammad Fauzi indikator faktor rasional meliputi.⁷⁰

1) Pelayanan

Pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disebabkan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen. Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagai besar masyarakat sekarang mulai menampakan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka senang menikmati kenyamanan dalam pelayanan.⁷¹ Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya.⁷²

2) Kenyamanan

Kenyamanan merupakan suatu keadaan tenang dan senang karena terpenuhinya suatu kebutuhan dengan baik. Kenyamanan tidak dapat diwakili oleh satu angka tunggal. Manusia menilai kondisi lingkungan berdasarkan rangsangan yang masuk ke dalam dirinya melalui keenam indra melalui syaraf dan dicerna otak untuk dinilai. Dalam hal ini yang terlibat tidak hanya masalah fisik biologis, namun juga perasaan. Suara, cahaya, bau, suhu dan lain-lain rangsangan ditangkap sekaligus, lalu diolah oleh otak. Kemudian otak akan memberikan penilaian relatif apakah kondisi itu nyaman atau tidak.⁷³

3) Kepuasan

⁶⁹ Davis, F.D 1989 .MIS Quarterly, *Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, and User Acceptance of Information Technology*, Vol.14 No.5, PP. hal 319-339

⁷⁰ Muhammad Fauzi ibid hal 56

⁷¹ Nanang Tasunar, *Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan Pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodema* (t.t.p.:Jurnal Sains, Pemasaran Indonesia, Vol 04, No.01, Mei 2006), hal 41-62

⁷² Sunarto, *Perilaku Pelanggan*, (Yogyakarta :AMUS Yogyakarta dan CV, Ngeksigondo Utama, 2003), hal,244

⁷³ Satwiko, *Pengertian Kenyamanan Dalam Suatu Bangunan*, (Yogyakarta: Wignjosoebroto: 2009), hal , 21-22

Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.⁷⁴ Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.⁷⁵ Agar bisa memenuhi kebutuhan pelanggan sasaran perusahaan harus mendesain produk dan pelayanan pendukungannya. Apabila produk dan jasa yang ditawarkan sesuai dengan keinginan nasabah, maka pelanggan akan merasa puas. Pelanggan yang puas kemungkinan besar akan menggunakan kembali produk yang dibeli. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan menciptakan hubungan terhadap produk atau jasa yang pada akhirnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi yang disebut loyal.⁷⁶ Untuk mempertahankan dan mewujudkan kepuasan pelanggan harus melakukan empat hal yaitu pertama, mengidentifikasi siapa pelanggan. Kedua, memahami tingkat harapan pelanggan dan kualitas. Ketiga, memahami strategi kualitas layanan pelanggan. Keempat, memahami siklus pengukuran umpan balik dari kepuasan pelanggan.⁷⁷

4. Perbedaan Faktor Emosional Dan Faktor Rasional

b. Faktor Emosional

Keputusan nasabah dalam memilih suatu bank mempunyai hubungan yang erat. Emosi (*emotion*) adalah perasaan atau afeksi yang dapat melibatkan rangsangan fisiologi (seperti denyut jantung yang cepat), pengalaman sadar (seperti memikirkan keadaan jatuh cinta) dan ekspresi perilaku (seperti senyuman atau raut muka cemberut). Sedangkan emosional adalah suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis dan psikologis, dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak. Jadi, dapat dipahami emosional adalah suatu perasaan dari dalam diri individu dan reaksi terhadap stimulus dari luar yang mendorong seseorang untuk bertindak.⁷⁸

c. Faktor Rasional

Rasional adalah kebebasan berfikir dalam memahami ajaran terikat pada arti lafzhi dari teks Al-Qur'an dan Hadits dengan akal sebagai posisi tertinggi. Konsep

⁷⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran jilid 1 dan 2*, (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2005), hal. 70

⁷⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008), hal. 24

⁷⁶ Siswanto Sutujo, *Kerangka Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Pustaka Bimahan Pressindo, 1998), hal. 3

⁷⁷ Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi, 1997), hal. 129

⁷⁸ Daniel Goleman, *Kecerdasan Emosional*, Alih Bahasa T. Hermaya, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007) Vol. 17, hal. 411.

normatif yang mengacu pada kesesuaian keyakinan seseorang dengan alasan untuk percaya, cara atau hasil berfikir yang berdasarkan akal dan nalar.⁷⁹ Motif yang berdasarkan rasional akan menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan memikirkan secara matang serta dipertimbangkan terlebih dahulu untuk membeli produk tersebut. Kecenderungan yang akan dirasakan oleh konsumen terhadap produk tersebut sangat puas.⁸⁰

B. Penelitian Terdahulu

Mengenai hasil-hasil penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya oleh penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Adalah sebagai berikut:

No.	Penulis	Judul	Metode Penelitian	Variabel penelitian	Hasil penelitian
1.	Devi Ratna Sari Habibi, Alim Murtani 2023	Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di PT Bank Sumut Syariah KCPSY Marela Jaya	Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif serta meneliti tentang keputusan nasabah menabung. Teknik analisis linear beganda	Variabel dependen : Keputusan nasabah menabung di PT Bank Syariah Variabel independen: Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional	Menandakan bahwa berdasarkan hasil uji SPSS secara parsial variabel faktor emosional berpengaruh positif signifikan terhadap nasabah secara parsial variabel faktor rasional berpengaruh positif signifikan terhadap

⁷⁹Djohansjah Marzoeki, *Berfikir Rasional Di Ranah Publik*, Artikel Diakses Pada 26 April 2017 dari <http://www.djohansjahmarzoeki-rationalthinking.com/>

⁸⁰ Nugroho J, Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta:Kencana, 2008) vol 03 hal.103

					keputusan nasabah dengan nilai berpengaruhnya
2.	Imtihan 2021	Pengaruh religiusitas, transaksi murabahah dan emosional terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan Syariah (studi kasus pada dosen UNU Sumatra Barat)	Menggunakan metode penelitian kuantitatif serta meneliti tentang religuitas transaksi terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan	Variabel dependen: Keputusan menggunakan jasa perbankan Syariah Variabel independen: Pengaruh religiusitas, transaksi murabahah dan emosional	Menunjukkan bahwa 1. Religuisitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Dosen UNU Sumatra Barat dalam menggunakan jasa perbankan Syariah 2. Transaksi murabahah berpengaruh negative dan signifikan terhadap keputusan Dosen UNU Sumatra barat dalam menggunakan jasa perbankan Syariah 3. Emosional berpengaruh positif dan

					signifikan terhadap keputusan Dosen UNU Sumatra barat dalam menggunakan jasa perbankan Syariah
3.	Dyah ayu kartikasari 2017	Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan memilih produk dan jasa perbankan Syariah di tulungagung	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif Teknik berpengaruh keputusan nasabah bank Syariah	Variabel dependen: Keputusan Nasabah memilih produk dan jasa perbankan Syariah ditulungagung Variabel independent: Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional	Penelitian ini menggunakan data primer dan analisis regresi linear beganda berdasarkan penguji secara persial menunjukan bahwa faktor budaya dan faktor emosional berpengaruh negartif terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan Syariah sedangkan faktor rasional berpengaruh positif terhadap

					keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan Syariah
4.	Serly handayani 2019	Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah memilih bank Syariah di Indonesia	Sama-sama mengkaji pengaruh faktor emosional dan rasional terhadap keputusan nasabah bank Syariah	Variabel dependen: Keputusan Nasabah memilih Bank Syariah Indonesia Variabel independen: Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional	Hasil dari penelitian adalah faktor emosional berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah memilih bank Syariah dan faktor rasional berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah memilih bank Syariah dan hasil dari peneliti uji F menunjukkan bahwa faktor emosional dan faktor rasional secara Bersama-sama berpengaruh terhadap

					keputusan nasabah memilih bank Syariah
5.	Sabariah alrasyd 2020	Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih produk bank Syariah Indonesia	Menggunakan metode kuantitatif serta meneliti tentang pengaruh faktor emosional terhadap keputusan nasabah	Variabel dependen: Keputusan Mahasiswa dalam memilih produk bank Syariah Indonesia Variabel independen: Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional	Hasil penelitian uji T adalah faktor emosional berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah bank Syariah dan faktor rasional berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah bank Syariah dan hasil dari penelitian uji F menunjukkan bahwa faktor emosional dan faktor rasional secara Bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan

					nasabah memilih bank Syariah
6.	Depita nasution 2021	Pengaruh budaya, sosial pribadi dan psikologi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank Syariah	Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiasif	Variabel dependen: Keputusan Nasabah dalam memilih bank Syariah Variabel independent: Pengaruh budaya, sosial pribadi dan psikologi	Faktor emosional dan spiritual sangat mempengaruhi faktor kepuasan nasabah selain faktor rasional
7.	Dian 2018	Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah memilih bank sumsel babel Syariah	Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif jenis penelitian ini menggunakan asosiasif pendekatan kuantitatif Teknik analisis yang digunakan penelitian ini yaitu pengaruh faktor rasional dalam memilih keputusan nasabah	Variabel dependen: Keputusan nasabah memilih bank Syariah Variabel independent: pengaruh faktor emosional dan faktor rasional	Pada penelitian ini variabel keputusan memilih dipengaruhi oleh faktor rasional dan faktor emosional tidak dipengaruhi keputusan nasabah
8.	Nurul lita	Pengaruh	Penelitian ini	Variabel	Semua variabel

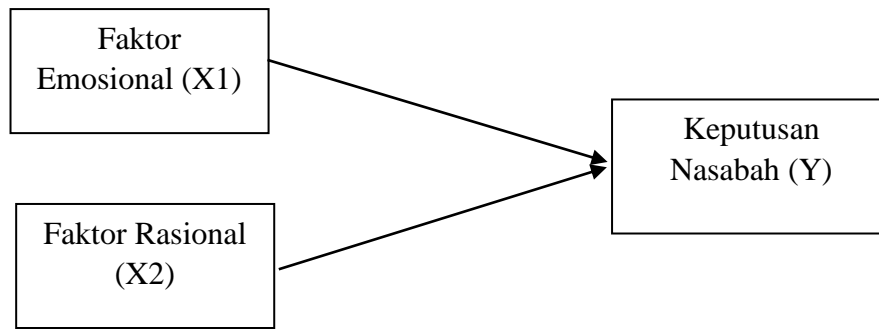
	nurzain 2018	merek, lokasi motif rasional dan emosional terhadap keputusan memilih jasa perbankan Syariah (studi kasus mahasiswa FEBI UIN Jakarta)	menggunakan regresi beganda	dependen: Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah Variabel independen: pengaruh merek lokasi motif rasional dan emosional	X sangat mempengaruhi dalam membantu nasabah untuk memutuskan menabung di bank Syariah
9.	Siti ardela kamal 2019	Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah memilih bank Syariah mandiri KC Curuh	Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah	Variabel dependen: Keputusan Nasabah memilih bank Syariah mandiri KC Curuh Variabel independen: pengaruh faktor emosional dan faktor rasional	Pada penelitian ini variabel faktor rasional secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nasabah sedangkan secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara variabel faktor emosional terhadap nasabah mamilih bank Syariah mandiri
10.	Riski utama 2019	Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional	Menggunakan metode kuantitatif serta	variabel dependen: Keputusan	Pada penelitian ini secara faktor emosional

		terhadap keputusan nasabah mahasiswa UIN sunan ampel Surabaya dalam memilih produk tabungan Lembaga keuangan Syariah	meneliti tentang pengaruh faktor emosional dan faktor rasional	Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam memilih produk variabel independen: pengaruh faktor emosional dan rasional	faktor rasional berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah dan pengaruhnya secara simultan terhadap keputusan nasabah
--	--	--	--	---	---

C. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran diturunkan sebagai beberapa teori maupun konsep yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti, sehingga memunculkan asumsi-asumsi yang berbentuk bagan alur pemikiran, yang mungkin dapat dirumuskan ke dalam hipotesis operasional atau hipotesis yang akan diuji.⁸¹ Variabel X (variabel independen) dalam peneliti ini terdapat 3 variabel diantaranya faktor emosional, faktor rasional dan variabel Y (variabel terikat) adalah keputusan nasabah menggunakan produk perbankan Syariah.

⁸¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta :Pustaka Baru Press,2019),hal. 66



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁸² Hanya dinyatakan atau disimpulkan dari teori penelitian sebelumnya. Jadi, hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian dan bukan jawaban empirik.

1. Pengaruh faktor emosional terhadap keputusan nasabah memilih BSI

Penelitian ini mengembangkan teori emosional Sciffman dan Kanuk yang menyebutkan bahwa motif emosional terjadi karena pengonsumsi memilih berdasarkan kriteria subyektif atau personal seperti harga diri, status, atau rasa takut. Motif emosional adalah motif pembelian yang berkaitan dengan perasaan atau emosi individu, seperti pengungkapan rasa cinta, kebanggaan, kenyamanan, kesehatan, keamanan, dan kepraktisan. Faktor emosional, berkaitan dengan dorongan dalam diri sendiri untuk memutuskan sesuatu dalam hal ini untuk memilih suatu produk jasa berdasarkan pertimbangan subjektif seperti perasaan, kebanggaan, status harga diri dan sebagainya. Emosi merupakan mekanisme utama untuk membatasi dan mengarahkan perhatian agar dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih fokus. Faktor emosional merupakan faktor yang menjadi pertimbangan pada status sosial, kenyamanan, dan juga keamanan konsumen.

Penelitian mengenai faktor emosional terhadap keputusan nasabah telah dilakukan oleh Santi Kayani pada tahun 2020 yang menyatakan bahwa faktor emosional secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah. Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh Devi Ratna Habibi secara parsial variabel faktor emosional berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah. Jadi dapat dikatakan bahwa jika faktor emosional seseorang semakin tinggi maka akan semakin meningkat dalam melakukan keputusan menggunakan produk syariah. Oleh karena itu peneliti

⁸² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D (Bandung: ALFABETA, 2017), hal 63

menformulasikan bahwa hipotesis dapat dikatakan semakin meningkat emosional seseorang maka akan semakin tinggi seseorang dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

H1: Faktor Emosional berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah

2. Pengaruh faktor rasional terhadap keputusan nasabah memilih BSI

Penelitian ini mengembangkan teori rasional Sciffman dan Kanuk yang menyebutkan bahwa motif rasional terjadi karena konsumen memilih berdasarkan pada kriteria obyektif seperti ukuran, berat, dan harga. Sedangkan motif emosional terjadi karena pengonsumsi memilih berdasarkan kriteria subyektif atau personal seperti harga diri, status, atau rasa takut. Dalam konteks pemasaran, motif rasional adalah motif yang didasarkan pada kenyataan- kenyataan seperti yang ditunjukkan oleh suatu produk kepada pengonsumsi. Faktor- faktor yang dipertimbangkan dapat berupa faktor ekonomi seperti faktor penawaran, permintaan, dan harga. Faktor rasional, berkaitan dengan dorongan untuk melakukan pembelian yang dilakukan dengan mempertimbangkan yang rasional, misalnya karena barang tersebut lebih murah, tahan lama, bermutu baik dan dapat dipercaya. Faktor rasional dapat mempegaruhi pemikiran dan pengetahuan nasabah yang misalnya sangat mempertimbangkan keuntungan, bagi hasil, bonus yang didapatkan, kemudahan fasilitas yang didapatkan, jika mengajukan kredit sangat mempertimbangkan bunga atau margin berdasarkan mahal dan murahnya serta besar dan kecilnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Irwana pada tahun 2021 , menunjukkan bahwa faktor rasional berpengaruh positif terhadap keputusan. Ratmi Yeno Metra pada tahun 2019 menyatakan bahwa faktor rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa perbankan Syariah . Dari uraian diatas dapat diambil hipotesis:

H2: Faktor Rasional berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan pengumpulan data berupa angka-angka. Data yang berupa angka tersebut diolah dan dianalisis guna mendapatkan informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.⁸³ Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Metode Kuantitatif merupakan metode yang data penelitiannya berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistic.⁸⁴

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya atau dilapangan.⁸⁵ Maka dalam penelitian ini, peneliti harus memperoleh dan mengumpulkan data tersebut dari masyarakat Desa Sumbermulyo Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang dengan menyebar kuesioner.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu kesatuan individu atau subyek pada suatu wilayah dan waktu dengan kualitas tertentu yang akan diteliti.⁸⁶ Populasi adalah jumlah keseluruhan yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti dalam penelitian yang sedang dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁸⁷ Dengan demikian penulis menyimpulkan, dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah semua masyarakat Desa Sumbermulya yang berumur 20-41 keatas Dimana hal ini populasinya berjumlah 2,587 jiwa pada tahun 2021 sebagai responden di dalam penelitian ini.

2. Sampel

Sampel adalah merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti.⁸⁸ Menurut Sugiharta et al, mendefinisikan sampel yaitu sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat

⁸³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Rajagrafindo persada, 2012), hal 20

⁸⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA CV, 2012), hal 7

⁸⁵ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hal 67-68

⁸⁶ Supardi, *Populasi Dan Sampel Penelitian*, Jurnal UNISIA, No 17 1993. hal.101

⁸⁷ Suryani Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Prenandamedia Grub, 2015) hal, 190.

⁸⁸ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Edisi Revisi 2* (Cet, V), (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016), hal 76.

mewakili populasinya.⁸⁹ Selanjutnya peneliti menggunakan Teknik penarikan sampling dengan metode Slovin.

Penelitian ini memakai Rumus Metode Slovin dalam mengambil jumlah sampel. Alasan peneliti ini memakai slovin yaitu penarikan jumlah yang representative dalam sampel, rumus slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n: Ukuran sampel

N: Ukuran Populasi

e: error/tingkat kesalahan (10%)

Dalam penelitian ini ditetapkan e adalah 10% sedangkan N 2,587 jadi minimal sampel yang diambil peneliti adalah:

$$n = \frac{2,587}{1 + 2,587(0,1)^2}$$

n = 96,278 dibulatkan menjadi 96 responden

Perhitungan rumus slovin yang ditunjukkan di atas memanfaatkan kesalahan standar 10%. Karena banyaknya populasi yang dianalisis, kesalahan standar ini telah dihitung. Perhitungan riset menghasilkan sampel sebanyak 96 responden dari umur 20-41 keatas. Responden (n=96) akan dimasukkan sampel.

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Hadjar menyatakan, “kuesioner adalah suatu daftar pernyataan tentang topik tertentu yang diberikan kepada subjek, baik secara individual atau kelompok untuk mendapatkan informasi tertentu, seperti preferensi, keyakinan, minat dan perilaku.”⁹⁰ Menurut Surachmad menjelaskan bahwa, “Kuesioner sebagai interview tertulis dengan beberapa perbedaan. Pada kuesioner sampel dihubungi melalui daftar pernyataan tertulis.”⁹¹

Metode pengumpulan data yang dipakai pada penelitian ini memakai data primer dari penyebaran kuesioner yaitu dengan menyebar dan mengirim item pertanyaan-pertanyaan agar dapat diisi oleh responden sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Responden yang dimaksud

⁸⁹ Sugiharto, Dergibson Siagian, Lasmono Tri Sunaryanto, Denny S.Oetomo, Teknik Sampling, (Cet.II Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal 2.

⁹⁰ Ibnu Hadjar, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*, (Jakarta:Rajawali Press,1996),hal 160.

⁹¹ Winarno Surachmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*,(Bandung:Edisi Tujuh,Tarsito,1980), hal .180

pada penelitian ini yaitu masyarakat Desa Sumbermulya. Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuesioner yang menggunakan skala interval berupa skala likert yang menunjukkan tingkatan berupa jawaban dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang dibentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah suatu bentuk apapun yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁹² Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel bebas dan variabel terikat.

a. Variabel Bebas (Independent)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Menurut Sugiyono variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.⁹³ Dalam penelitian ini variabel independent adalah faktor emosional, dan faktor rasional.

b. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi, terikat, tergantung oleh variabel lain yaitu variabel bebas, sehingga variabel terikat nilainya tergantung dengan variabel lain: dimana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah.⁹⁴ Dalam penelitian ini variabel dependen adalah keputusan nasabah.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjabaran masing-masing variabel terdapat indikator-indikator yang membentuknya. Dalam penelitian ini terdiri atas variabel bebas (*independent*) yaitu faktor emosional (X1) dan faktor rasional (X2), sedangkan variabel terikat (*dependent*) yaitu keputusan nasabah (Y).

Tabel 3.2

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Faktor Emosional (X1)	Faktor emosional adalah dorongan	1. Ketaatan beragama	Skala Likert

⁹² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung:ALFABETA 2013), hal. 58

⁹³ Sugiyo, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung:ALFABETA 2019), hal 61,

⁹⁴ Manulang Dan Pakpahan (2014), hal 36

	<p>dalam diri sendiri untuk memutuskan sesuatu dalam hal ini untuk memilih suatu produk jasa berdasarkan pertimbangan subjektif seperti perasaan, kebanggan, status harga diri dan sebagainya.</p> <p>(Nugroho J.Supriyadi 2018)</p>	<p>nasabah</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Atribut Produk Islam 3. Faktor Psikologis (Sunaryo ,2020) 	
Faktor Rasional (X2)	<p>Rasional adalah menurut pikiran dan pertimbangan yang logis, menurut pikiran yang sehat dan cocok dengan akal. Rasional adalah berfikir menggunakan nalar atas data yang ada untuk mencari kebenaran faktual, kegunaan, dan derajat kebenarannya</p> <p>(Shiffman kanuk, 2015)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan 2. Kenyamanan 3. Kepuasan <p>(Muhammad Fauzi,2010)</p>	Skala Likert
Keputusan Nasabah (Y)	<p>Keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, seorang</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Mencari informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Kepuasan pembeli 	Skala Likert

	<p>konsumen yang hendak melakukan pilihan maka harus memiliki pilihan alternatif.</p> <p>(Ujang Sumarwan 2011)</p>	(Kevin 2009)	
--	--	--------------	--

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Kelayakan Data

a. Uji Validitas

Uji validitas instrument digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel, dilakukan untuk mengukur tingkat kevalidan suatu instrument tinggi atau rendahnya validitas akan menunjukkan penyimpangan data yang dikumpulkan. Jika validitas tinggi, maka data yang akan menunjukkan tidak adanya penyimpangan. Uji validitas dalam penelitian ini di uji dengan menggunakan SPSS.

Hasil pengukuran mencerminkan keadaan yang sesungguhnya dari apa yang telah diukur peneliti. Analisis ini digunakan untuk meneliti instrumen (kuesioner) yang dipakai mampu mengukur data yang ingin diukur. Dikatakan valid apabila mampu mengukur dan memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti. Pengujian dilakukan dengan membandingkan hasil R hitung dengan R tabel. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi (α) $> 0,05$ (5%) maka instrumen dianggap valid.⁹⁵

b. Uji Reliabilitas

Reabilitas merupakan ukuran untuk menunjukkan hasil pengukuran apakah tetap konsisten atau tidak apabila diukur berulang kali dengan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas digunakan untuk menetapkan apakah instrumen dapat dipakai lebih dari sekali atau tidak dengan hasil data yang tetap konsisten dan sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek belum berubah.⁹⁶ Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan, jika nilai Alpha $> 0,60$ maka reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

⁹⁵ Brigita Tri Winarsih, Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi Tokopedia terhadap Brand Awareness, Skripsi, Yogyakarta; Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2016, hlm. 41-42

⁹⁶ Suhar Janti, "Analisis Validitas dan Reabilitas dengan Skala Likert terhadap Pengembangan SI/TI dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategikc Planning pada Industri Garmen", Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi, Yogyakarta; AMIK BSI Jakarta, 2014, hlm. 2

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini berguna untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah prosedur yang digunakan untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau berada dalam sebaran normal. Distribusi normal merupakan distribusi simetris dalam modus, mean, median berada dipusat. Uji normalitas juga biasanya digunakan untuk mengukur data skala ordinal, interval, dan rasio. Uji normalitas juga biasanya digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh terdistribusikan normal atau tidak.⁹⁷

Dalam penelitian ini untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak diuji dengan menggunakan P Pplot dengan kriteris sebagai berikut:⁹⁸

Nilai signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal

Nilai signifikan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah kondisi dimana terjadinya korelasi yang kuat diantaranya variabel bebas. Uji multikolinearitas adalah keamanan 2 variabel independent atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier sempurna atau mendekati sempurna. Cara untuk mendeteksi multikolinearitas adalah dengan melihat hasil nilai Toleransi dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Dengan pengambilan keputusan, apabila nilai tolerance $> 0,1$ dan $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.⁹⁹

4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah terjadinya ketidaksamaan varian residual pada model regresi. Untuk model regresi yang baik adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Terdapat metode pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas dengan melihat *Scatterplot* pada output pengujinya. Jika titik-titik pada *Scatterplot* menyebar dengan baik tanpa membentuk pola tertentu dengan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi tertentu.¹⁰⁰

Selain itu terdapat cara lain untuk mendeteksi heteroskedastisitas dengan melakukan uji glejser pada aplikasi SPSS. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresi nilai absolut

⁹⁷ Nuryani dkk, *Dasar Dasar Statistika Penelitian, Cet.1*, (Yogyakarta:Gramasurya,2017),hal.79

⁹⁸ Singgih Santoso, *Statistika Multivariat*, (Jakarta:Elex Media Komputindo,2010),hal. 46

⁹⁹ Duwi Prayitno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran*,(Yogyakarta :Gava Media),2010, hal.67

¹⁰⁰ Dwi Prayitno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS dan Jawab Ujian Pendadaran*,(Yogyakarta: Gava Media),2010, hal .67-74.

residual dari model yang diestimasi terhadap variabel-variabel penjelas. Jika hasil output uji glejser terlihat $R > 0,05$ tingkat signifikasinya maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, namun jika $R \text{ square} < 0,05$ maka terdapat masalah heteroskedastisitas.¹⁰¹

5. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda merupakan uji yang biasa digunakan dalam mencari pola hubungan antara satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas.¹⁰² Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang terdiri dari satu variabel dependen (keputusan nasabah) dan dua variabel independent (faktor emosional dan faktor rasional).

6. Uji Hipotesis

a. Uji parsial t

Uji t atau uji parsial biasanya digunakan untuk menguji pengaruh variabel independent secara parsial terhadap variabel tertentu atau biasa digunakan untuk menguji hipotesis pada masing-masing variabel.¹⁰³ Uji T dapat diketahui dengan menggunakan hasil SPSS, pada tabel *Coefficients* dengan membandingkan nilai tabel dengan nilai hitung dan juga nilai signifikan (Sig) yang ditentukan adalah sebesar 5% ($< 0,05$).¹⁰⁴

b. Uji Simultan F

Uji simultan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel terikat.¹⁰⁵ Uji simultan F dapat diketahui dengan menggunakan hasil olah data SPSS pada tabel ANOVA, yaitu jika nilai Sig $F < (0,05)$, maka terdapat pengaruh yang signifikan, dan jika nilai Sig $F > (0,05)$ maka tidak dapat terpengaruh yang signifikan.

c. Uji R (Koefisien Determinan)

Pada model linier berganda ini, akan dilihat seberapa besar kontribusi untuk variabel bebas secara Bersama-sama terhadap variabel terikatnya dengan melihat

¹⁰¹ Agus Tri Basuki, *Pegantar Ekonometrika (Dilengkapi Pengguna Eviews)*, (Yogyakarta :Danisa Media,2016), Cetakan Pertama, Hal 63.

¹⁰² Robert Kurniawan, *Analisis Regresi Dasar Dan Penerapannya Dengan R*, (Jakarta: Kencana,2016),Hal.95

¹⁰³ Imron Imron, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV,Meubele Berkah Tengerang*, Indonesia Journal ON Software Engineering, (Vol, 5 No,1, Juni 2019) Hal.23

¹⁰⁴ Cynthia Agatha, et al., *Pengaruh Brand Image dan Electronic World Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame di Manado*, Jurnal EMBA , Vol.7, Januari 2019, hal.136

¹⁰⁵ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, ed. 4, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2014) hal 245

besarnya koefisien determinan totalnya (R^2). Jika (R^2) yang diperoleh mendekati satu maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) makin mendekati 0 (nol) maka semakin lemah pengaruh variabel variabel bebas terhadap variabel terikat.¹⁰⁶ Untuk menghitung koefisien determinasi yaitu rumusnya sebagai berikut.¹⁰⁷ Koefisien Determinasi = $R^2 \times 100\%$ dari angka koefisien determinasi (R^2) ini dapat dianalisis presentase kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.

¹⁰⁶ Imron Imron, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang*, Indonesian Journal ON Software Engineering (Vol.5 No.1, Juni 2019), hal. 23

¹⁰⁷ Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah nama Desa Sumbermulyo

Sejarah Desa Sumbermulyo sebelum dinamakan Desa Sumbermulyo, dahulu terdapat seseorang bernama Mbah Samak yang pertama kali datang ke Desa Sumbermulyo. Dia adalah seorang pengembara yang datang ke desa tersebut dan sangat menyukai lingkungan desa Sumbermulyo. Ia membuka lahan di sekitar rumahnya, kemudian lahan tersebut ditanami tanaman palawija. Pada tahun 1800-1900 Mbah Samak ingin mencari pasangan dan bertemu dengan Nyai Sarinten yang berasal dari kalipang. Perkawinan Mbah Samak dan Nyai Sarinten mempunyai keturunan dan sampai beranak cucu sampai turunan. Mbah Samak bertempat tinggal di dukuh kilengan yang sekarang menjadi rt 04.

Terbentuknya Desa Sumbermulyo berawa dari sebuah dukuh yang terbentuk menjadi satu yaitu terdiri dari Dukuh Padusan, Dukuh Kilengan, dan Dukuh Pekilen. Awalnya Dukuh Padusan dan Dukuh Kilengan merupakan sebuah daerah berbeda yang mempunyai dua petinggi (Kepala Desa), kemudian Dukuh Padusan dan Dukuh Pekilen menyatu terlebih dahulu lalu disusul Dukuh Pekilen. Setelah menyatunya ketiga dukuh tersebut terbentuklah sebuah desa yang bernama Desa Sumbermulyo. Sumbermulyo terdiri dua kata yaitu “Sumber” yang artinya sumber penghasilan dan “mulyo” artinya mulya atau bagus dan Makmur. Nama Desa Sumbermulyo artinya sebuah desa yang Makmur dengan penghasilan pertanian dan hasil bumi. Desa Sumbermulyo Makmur dengan hasil pertanian karena tanahnya subur dan hasil bumi melimpah. Pada masa sekarang Desa Sumbermulyo berkembang dengan kemakmuran penduduknya yang mengandalkan hasil pertanian yang merupakan potensi desa yang besar di Desa Sumbermulyo.

2. Keadaan geografis Desa Sumbermulyo

Desa Sumbermulyo Berjarak sekitar 35 km dari kantor pemerintahan kabupaten Rembang. Dapat ditempuh dengan mempergunakan kendaraan darat waktu tempuh sekitar 1 jam. Dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah utara desa sumbermulyo berbatasab dengan kalipang
- Sebelah selatan berbatsan dengan desa gonggang
- Sebelah timur berbatsan dengan kalipang,

- Sebelah barat berbatasan dengan kebloran Kec. Kragan

Jumlah penduduk Desa Sumbermulyo terdiri dari 2,529 jiwa dan 812 jumlah kepala keluarga.

3. Visi Misi Desa Sumbermulyo

1. Visi : menjadikan desa Sumbermulyo “Senggigi Berseri” (Bersih, Relegius, Sejahtera, Rapi, dan indah) terwujudnya masyarakat Desa Senggigi yang bersih, relegius, sejahtera, rapi dan indah melalui Akselerasi pembangunan yang berbasis keagamaan, Budaya Hukum dan Berwawasan lingkungan dengan berorientasi pada peningkatan kinerja aparatur dan pemberdayaan masyarakat.
2. Misi :
 - a. melanjutkan pembangunan desa yang belum terlaksanakan
 - b. meningkatkan kerja sama antar pemerintah desa dengan Lembaga desa yang ada
 - c. meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dengan meningkatkan saran dan prasarana ekonomi warga

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Sumbermulyo. Terdapat 3 karakteristik responden yang masuk dalam penelitian ini antara lain: jenis kelamin, usia, pekerjaan.

Tabel 4.1

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-Laki	39	39%
2.	Perempuan	57	57%
Jumlah		96	96%

Sumber : Data Primer yang diolah,2023

Berdasarkan data diatas, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 57 responden 57%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 39 responden dengan presentase 31%. Dapat disimpulkan bahwa responden yang banyak mengisi kuesioner penelitian yaitu perempuan.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	presentase
----	------	--------	------------

1.	20-25	26	26%
2.	26-30	20	20%
3.	30-40	50	50%
Jumlah		96	96%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak mengisi kuesioner ini berusia 30-40 Tahun dengan presentase 50% atau sebanyak 50 responden. Sedangkan responden yang paling sedikit mengisi kuesioner ini berusia 26-30 Tahun 20 responden dengan presentase 20%. Sedangkan responden usia 20-25 Tahun berjumlah 26 responden dengan presentase 26%.

Tabel 4.3

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	11	11%
2.	Petani/pedangan	26	26%
3.	Wiraswata	12	12%
4.	Ibu Rumah Tangga	22	22%
5.	Buruh/karyawan	25	25%
Jumlah		96	96%

Sumber : Data Primer yang diolah 2023

Berdasarkan sumber data diatas dapat diketahui bahwa responden mayoritas bekerja sebagai buruh/karyawan. Hal itu di ketahui dari jumlah responden sebanyak 25 orang, dalam presentase sebesar 25%. Selain itu jenis responden yang berstatus sebagai pelajar/Mahasiswa 11 dengan presentase 11%. Dan terdapat jenis pekerjaan lainnya seperti Ibu Rumah Tangga 22 responden dengan presentase 22%, petani sejumlah 26 dengan presentase 26% dan sebagai wiraswata berjumlah 12 responden dengan presentase 12%.

B. Analisis Data Dan Interpretase Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dipakai peneliti untuk mengetahui valid atau tidak suatu kuesioner yang dibagikan oleh peneliti kepada responden, untuk mengetahui suatu kuesioner valid atau tidak pada pengujian uji validitas dapat dilihat dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada $df=N-2$ dengan

nilai signifikan sebesar 0.05. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan korelasi Bivariat person dengan bantuan program aplikasi SPSS versi 25. Dalam penelitian ini terdapat 96 responden. Diperoleh r_{tabel} 0,198. Adapun hasil uji validitas dengan menggunakan aplikasi SPSS dapat disajikan sebagai :

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	r Tabel	r Hitung	Keterangan
1.	Faktor emosional (X1)	0,198	0,1	Valid
		0,198	0,637	Valid
		0,198	0,648	Valid
		0,198	0,653	Valid
		0,198	0,692	Valid
		0,198	0,822	Valid
2.	Faktor rasional (X2)	0,198	0,758	Valid
		0,198	0,622	Valid
		0,198	0,697	Valid
		0,198	0,657	Valid
		0,198	0,691	Valid
		0,198	0,723	Valid
3.	Keputusan nasabah (Y)	0,198	0,665	Valid
		0,198	0,637	Valid
		0,198	0,635	Valid
		0,198	0,589	Valid

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2023

Dari tabel diatas terlihat bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki nilai r_{hitung} positif dan lebih besar dibandingkan r_{tabel} sebesar 0,198 maka, dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari ketiga variabel X1,X2, dan Y adalah valid. Sehingga data yang digunakan dapat dipergunakan pada tahap selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Ukuran reliabilitas dapat dilihat melalui reliability statistics pada detail *Cronbah*

alpha dalam perhitungan menggunakan SPSS diukur berdasarkan skala 0 sampai 1. Semakin mendekati angka 1, maka instrumen dinyatakan semakin reliabel. Dalam penelitian ini, ketentuan untuk menetapkan tingkat reliability didasarkan pada kondisi sebagai berikut:

- a. Reliabel jika nilai Cronbach alpa $>0,60$
- b. Tidak reliabel jika Cronboch alpa $<0,60$

Hasil uji reliabilitas instrument dengan menggunakan bantuan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach alpha</i>	Keterangan
1.	Faktor emosioal (X1)	0,932	Reliabel
2.	Faktor rasional (X2)	0,930	Reliabel
3.	Keputusan nasabah (Y)	0,919	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS 2023

Dari keterangan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach alpha $> 0,60$. Dengan demikian variabel X1,X2 dan Y dapat dikatakan reliabel atau handal. Sehingga data yang digunakan dapat dipergunakan pada tahap selanjutnya.

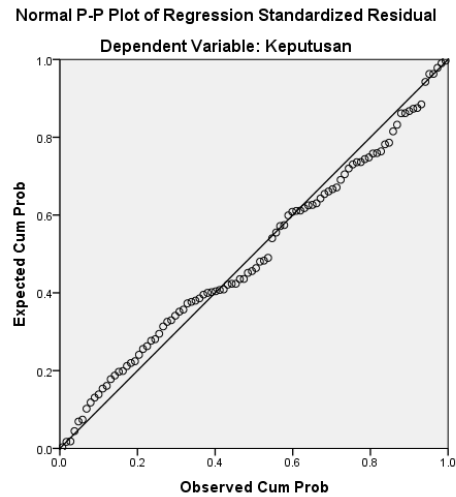
3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan P-P Plot.

Tabel 4.6

Hasil Uji P-P Plot



Sumber : data primer yang diolah menggunakan SPSS 2023

Dari grafik Normal P-P Plot gambar diatas terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal yang mengikuti arah garis diagonal tersebut serta tidak ada titik yang terletak jauh dari sebaran titik lainnya. Dengan demikian, data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel independen terjadi hubungan yang kuat (multikolinieritas) atau tidak. Pada penelitian ini menggunakan VIF dan Tolerance, jika besaran Toleransi > 0,1 dan besaran VIF < 10 maka model terkena multikolinieritas. Adapun hasil pengujian dengan bantuan SPSS, sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIP	Kesimpulan
faktor emosional	0,303	3,300	Tidak terjadi multikolinieritas
Faktor rasional	0,303	3,300	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: data diolah 2023

Sesuai dengan ketentuan uji multikolinieritas, jika nilai VIP kurang dari 10 maka terdapat korelasi antara variabel bebas. Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai

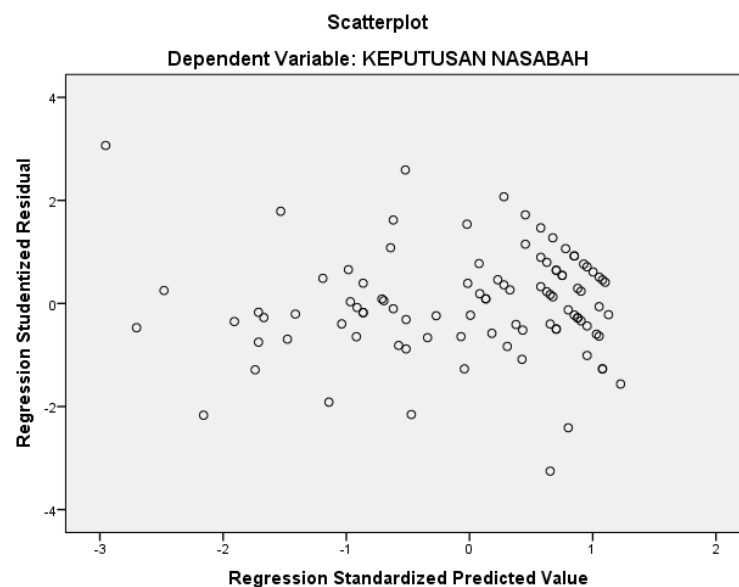
masing-masing variabel independen memiliki nilai tolerance $>0,1$ dan nilai VIF $<10,0$ jika dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinieritas antara variabel.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ada atau tidak adanya kesamaan varian dari residual. Hasil dari uji heteroskedastisitas ini bisa melihat apakah regresi linier tersebut tidak efisien. Bisa disimpulkan bahwa regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada riset ini uji heterkedasitas memanfaatkan uji metode scatterplot. Menunjukkan bahwa koefisien dari masing-masing variabel independen tidak ada yang signifikan (taraf signifikan $>0,05$). Sehingga tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Berikut hasil dari ouput program SPSS yang peneliti lakukan melalui hasil scatterplot dapat dilihat pada gambar berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Heterokedastisitas dengan metode Scatterplot



Sumber :data primer yang diolah menggunakan SPSS 2023

Berdasarkan grafik scatter plot pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengujian heteroskedastisitas pada gambar di atas menunjukkan, titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi pelanggaran asumsi klasik heteroskedastisitas pada model regresi yang dibuat.

D. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas (X) yang terdiri dari faktor emosional (X1), Faktor Rasional (X2), dan keputusan nasabah terhadap variabel terikat (Y) :

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	1.188	.777		1.529	.130		
	F EMOSIONAL	.444	.055	.676	8.128	.000	.303	
	F RASIONAL	.174	.057	.251	3.020	.003	.303	

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS 2023

Pada tabel diatas dapat diketahui dari hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi yaitu: $Y=1,188 + 0,444(X1) + 0,174 (X2)$. Adapun hasil dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Nilai kostanta dari penelitian ini menunjukkan bahwa persamaan diatas 1,188 hal ini apabila nilai variabel X1 (Faktor Emosional), X2 (Faktor Rasional), memiliki nilai 0 maka keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah pada nasabah bank syariah Indonesia adalah sebesar 1,188.
- 2) Nilai X1 (Faktor Emosional) menunjukkan bahwa hasil dari dari koefisien sebesar 0,444 hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan pada variabel faktor emosional sebesar 1% maka keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah pada nasabah bank syariah Indonesia sebesar 0,444 dengan anggapan variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

- 3) Nilai X2 (Faktor Rasional) menunjukkan bahwa hasil dari nilai koefisien sebesar 0,174 hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan pada variabel keputusan nasabah sebesar 1% maka keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah Indonesia sebesar 0,174 dengan anggapan variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

2. Uji T

Uji-t atau disebut uji parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen secara parsial. Nilai t-tabel dapat dilihat pada tabel statistik untuk signifikan 0,05 karena hipotesis yang dipakai adalah pengujian satu arah atau tailed, maka tetap menggunakan signifikan 0,05 dengan $df = n - k$. Dimana $k =$ jumlah variabel (variabel bebas+ variabel terikat) dan $n =$ jumlah sampel pembentuk regresi. Jadi, $df = 100$

- Jika tingkat signifikan $t > 0,05$ maka menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel independent terhadap variabel dependen.
- Jika tingkat signifikan $t < 0,05$ maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara independent terhadap variabel dependen.

Tabel 4.10
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.188	.777		1.529	.130		
	F EMOSIONAL	.444	.055	.676	8.128	.000	.303	3.300
	F RASIONAL	.174	.057	.251	3.020	.003	.303	3.300

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS 2023

Berdasarkan tabel diatas mengenai Uji parsial dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa hasil sebagai berikut:

Dalam nilai t-hitung dan t-tabel dari variabel faktor emosional (X1) sebesar (8,128 > 3,94) atau sig dan α sebesar (0,00 < 0,05). Dalam penelitian yang tertera diatas menunjukkan bahwa hasil dari variabel faktor emosional secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah .

Dalam nilai t-hitung dan t-tabel dari variabel faktor rasional (X2) sebesar (3,020 < 3,94) atau sig dan α sebesar (0,003 < 0,05). Dalam penelitian ini yang tertera diatas menunjukkan

bahwa hasil dari variabel faktor rasional secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.

3. Uji f

Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (faktor emosional, faktor rasional) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (keputusan nasabah). Pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat melalui uji F, adapun syarat dari uji F adalah:

- 1) Jika nilai $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$ maka variabel bebas (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Y)
- 2) Jika nilai $f\text{-hitung} < f\text{-tabel}$ maka variabel bebas (X) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y)

Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikan hasil dari output SPSS versi 22 adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka dapat diartikan H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dikatakan tidak ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka dapat diartikan H_0 ditolak H_a diterima, sehingga dikatakan terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Nilai F tabel dapat dilihat pada tabel statistik untuk signifikan sebesar 0,05 dengan $df_1 = (k-1)$ dan $df_2 = (n-k)$. dimana $k =$ jumlah variabel (bebas+terikat) dan $n =$ jumlah sampel/responden.

Tabel 4.11
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1196.289	2	598.144	191.679	.000 ^b
	Residual	290.211	93	3.121		
	Total	1486.500	95			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

b. Predictors: (Constant), F RASIONAL, F EMOSIONAL

Dilihat dari tabel 4.11 diperoleh hasil $f\text{-hitung} = 191.679$ nilai ini lebih besar dari $f\text{-tabel}$ yaitu 3,94 atau $f\text{-hitung} 191.679 > f\text{-tabel} 3,94$ dengan probabilitas 0,00. Karena nilai probabilitas lebih kecil

dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pengambilan keputusan atau dapat dikatakan variabel faktor emosional, faktor rasional secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah pada nasabah masyarakat Desa sumbermulyo dibank syariah Indonesia.

4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) merupakan pengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat dalam bentuk persentase. Berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi(R²) :

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.897 ^a	.805	.801	1.76651

a. Predictors: (Constant), F RASIONAL, F EMOSIONAL

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Sumber data diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya R Square adalah 0,805 sehingga dapat dijelaskan bahwa hal ini berarti 80% variabel keputusan nasabah dapat dijelaskan dari 2 variabel yang ada dalam penelitian ini, diantaranya yaitu faktor emosional, faktor rasional sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diajukan di penelitian ini.

F. Analisa dan Pembahasan

Dari hasil penelitian yang dilakukan diatas dapat diketahui bagaimana pengaruh variabel bebas dan variabel terikat, berikut penjelasan mengenai hubungan masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat:

1. Pengaruh Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Masyarakat Desa Sumbermulyo Di Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil uji statistik parsial, menunjukkan pengujian hipotesis digunakan untuk membandingkan antara nilai t-hitung dan t-tabel, dimana variabel faktor emosional X1 memperoleh nilai t hitung sebesar 8,128 sedangkan t-tabel sebesar 3,94. Jadi variabel faktor emosional secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.

Nilai signifikan pada variabel faktor emosional sebesar $0,003 < 0,05$ artinya nilai signifikan tersebut dapat diterima karena nilai signifikan dari suatu variabel tidak boleh lebih dari 0,05.

Menurut hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Ali Hasan bahwa faktor emosional berpengaruh terhadap keputusan dalam memilih kebutuhan, karena faktor berasal dari diri seseorang yang didorong oleh sebuah motivasi khususnya dalam ekonomi Islam.¹⁰⁸

Berdasarkan hasil penelitian, faktor emosional berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah dapat dilihat dari data penelitian ini dengan menggunakan angket kuesioner. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh kamal (2019), dengan hasil penelitian secara parsial tidak pengaruh signifikan antara variabel faktor emosional terhadap nasabah memilih bank syariah mandiri Kc.Curuh. namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sherly (2019), magda (2019), dan Noviasari (2020) yang menyatakan bahwa faktor emosional berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan memilih perbankan syariah.¹⁰⁹ Hal ini menunjukkan bahwa semakin semakin besar faktor emosional maka keputusan nasabah memilih semakin naik, begitu pula sebaliknya semakin kecil faktor emosional maka keputusan memilih semakin turun.

2. Pengaruh Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Masyarakat Desa Sumbermulyo Di Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil uji statistik parsial, menunjukkan pengujian hipotesis digunakan untuk membandingkan antara nilai t-hitung dengan t-tabel, dimana variabel faktor rasional X2, memperoleh nilai t-hitung sebesar 3,020 sedangkan t-tabel 3,94. Jadi variabel faktor rasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan t-hitung $3,020 < t\text{-tabel } 3,94$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,003 < 0,05$. Oleh karena itu menunjukkan bahwa hasil dari variabel faktor rasional secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Menurut hasil penelitian ini sejalan dengan teori Maslow pada buku Ali Hasan, bahwa faktor rasional pengaruh terhadap keputusan dalam memilih, hal ini di karenakan kepuasan kenyamanan serta pelayanan adalah modal utama dalam memuaskan nasabah agar dapat melanjutkan transaksinya disuatu bank.¹¹⁰ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara faktor rasional dan keputusan nasabah masyarakat Desa Sumbermulyo. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian

¹⁰⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* ,(Bogor: Ghalia Indonesia,2010), hal 55

¹⁰⁹ Zuhirsyan, Muhammad. (2018). *Pengaruh religiusitas dan persepsi nasabah terhadap keputusan nasabah Bank syariah* , Al amwal Vol 10 No. 1

¹¹⁰ Ali Hasan *Marketing Bank Syariah*,hal 55

yang dilakukan oleh Irwana (2021), Irfan (2021), dan hasanah (2021) yang menyatakan bahwa faktor rasional berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.¹¹¹

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa faktor emosional (X1) yang terdiri dari ketaatan beragama, psikologi, dan atribut produksi yang islami berpengaruh positif signifikan yang artinya indikator-indikator tersebut.

¹¹¹ Ujang Sumarwan, *perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*, (bogor Ghalia Indonesia ,2011)hal 357

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel (X1) faktor emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. Dari hasil uji persial menunjukkan bahwa nilai t-hitung $8,128 > t\text{-tabel } 3,94$ dan nilai signifikan $<0,003 < 0,05$. Artinya faktor emosional menjadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.
2. Variabel (X2) faktor rasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. Dari uji persial menunjukkan bahwa nilai t-hitung $3,020 > t\text{-tabel } 3,94$ dan signifikan $<0,003 < 0,05$. Artinya faktor rasional menunjukkan positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dalam penelitian ini masih terdapat kekurangan yang ada didalamnya. Oleh karena itu peneliti memberikan saran untuk pertimbangan sebagai penyempurna di penelitian selanjutnya, saran yang disampaikan peneliti diantaranya:

1. Saran untuk peneliti selanjutnya peneliti lain dapat mengembangkan penelitian ini dengan m penelitian ini, agar dapat mendapatkan hasil yang variative dan juga beragam dan diharapkan dapat dan mampu memperkuat penelitian terdahulu.
2. Bagi perusahaan berdasarkan hasil penelitian ini maka disarankan untuk pihak perbankan diharapkan untuk lebih memahami karakteristik menambah metode lain seperti metode wawancara dengan responden ataupun dengan pihak bank, sehingga data yang diperoleh dapat lebih beragam dari jawaban kuesioner sebelumnya. Diharapkan peneliti selanjutnya menambahkan variabel yang lain diluar variabel yang telah ditulis di dala

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, M, N, R. (2010). *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Hj Madziatul Churiyah, *Mengenal Ekonomi Syariah*, (Malang : Surya Pena Gemilang , 2011)
- Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Ekonomi Syariah*, Jakarta : Gema Insani
- Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta:Kencana, 2017),
- Andi Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah: Edisi Kedua*,(Jakarta :Kencana 2017,
- Viva Budy Kusnandar, *RISSC: Populasi Muslim Indonesia Terbesar Di Dunia*, diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/>, pada tanggal 07 Maret 2022, Pukul 19.00
- Dapartemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, (Bandung :PT Syaamil Cipta Media, 2004),
- Muhammad Fauzi, *Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan dan loyalita* .*Jurnal Ekonomi Islam*(Semarang : IAIN Walisongo ,2009),
- Hermawan Kertajaya, *Syariah Marketing* (Bandung : Mizan, 2006)
- Nesya Kholiviana, *Pengaruh Faktor Budaya Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah* ,Skripsi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-RANIRY Aceh, 2022
- Ratmi Yeno Metra, *Analisis Pengaruh Faktor Emosional Dan Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bertransaksi Di Pt. Bank Muamalat Indonesia*, Tbk. Cabang Pembantu Payakumbuh, Skripsi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi, 2019,
- Devi Ratna Sari Habibi, Alim Murtani , *Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di PT. BANK SUMUT Syariah Kcpsy Marela Raya*, *jurnal Of Economics and Business Management*
- Miftahul Jannah, *Pengaruh Faktor Rasional Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Muamalat (Studi Pada Kelurahan Lere)*, Skripsi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Palu,
- Undang- Undang Nomor 21 Tahun 2008, *Perbankan Syariah*, Pasal 1, Ayat 7
- M.Syaf'I Antonio, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah* ,(Jakarta:Pustaka Alfabeta,cet ke-4,2006) ,
- Edy Wibowo dkk, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, (Bogor:Ghalia Indonesia cet.1,2005),
- Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*,(Jakarta:Sinar Grafika,2012)
- Marimin, Agus, Abdul Haris Romadhoni, Tiara Nur Fitri, *Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*
- Muhammad Nadratuzzaman, *Produk Keuangan Islam Di Indonesia Dan Malaysia*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama,2013)

- Shariahbank.Blogspot. Com/2008_07_01_Archive.Htmw(UUBS),Diakses Pada 14 November 2022
- Sukardi, B & Wijaya, T. (2013). “Corporate ethical identity Perbankan Syariah di Indonesia” , *Jurnal institut agama islam negri (IAIN)*, Surakarta.
- Etta dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Andi Offset 2013)
- Daniel Goleman, *Emosional Intelligence Kecerdasan Emosional, ...*,
- Dyah Ayu Kartikasari, *Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Produk dan Jasa Perbankan Syariah di Tulungagung*, Skripsi (Tulungagung IAIN Tulungagung,hal 2017),
- Devi Ratna Sari Habibie,*Pengaruh Faktor Emosioanal dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di PT. Bank Sumut Syariah* .jurnal of Economics and Business.,
- Daniel Goleman,*Emosional Intelligence*,Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.2015.,hal. 441
- Sunaryo, *Pengaruh Faktor Rasional Dan Emosional Terhadap Kepuasan Loyalitas Nasabah Baitul Mal Wa Tamwil*, Jurnal, Vol 3, Nomor 1,.
- Maman Dkk,*Metedologi Penelitian Agama, Teori Dan Praktek*,(Jakarta:Raja Grafindo Persada,2005),
- Rahman,*Membangun Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Melalui Atribut, Kepuasan, Kualitas Jasa Dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah*, Jurnal Penelitian (Pusat Penelitian : IAIN Walisongo,2004)
- Muchammad Fauzi, *Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional*,
- Kotler,Philip, *Marketing Managemn Analysis Planning, Implementation & Controlprentice*.
- ¹ Philip Kotler dan Kevin, *Manajemen* ,
- Roni Andespa, *Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah*, Jurnal Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam Vol 2,Nomor 2, Juli-Desembar 2017
- Sofian Assauri *Manajemen Pemasaran* (Depok:PT.Grafindo Persada,2014)
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor:Ghalia Indonesia,2010)
- Lehey, B. Benjamin, *Psychology An Introducation*, New York, Mcgraw-Hill,2012
- Dapertemen Pendidikan Dan Kebudayaan, KBBI (Jakarta,Balai Pustaka 1999) Edisi Kedua,
- Dyah Ayu Kartikasari, *Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Produk dan Jasa Perbankan Syariah di Tulungagung*, Skripsi (Tulungagung: IAIN Tulungagung ,2017)
- Nur Kholis. *Konsep Rasionaliti Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dan Alternatifnya Menurut Pandangan Ekonomi Islam*
- Faricha Ihdawatul Khoir, *Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Jatim Kantor Cabang Syariah Kediri*, Skripsi (Tulungagung: IAIN Tulungagung,2018).

- Davis ,F.D 1989 .MIS Quarterly, *Perceived Usefullnes, Perceived Easy of Use, and User Acceptance of Information Technology*,
- Nanang Tasunar, *Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan Pada Pangkalan Pendaratan Ikan(PPI) Morodema* (t.t.p,:Jurnal Sains, Pemasaran Indonesia,Vol 04, No.01, Mei 2006),
- Sunarto, *Perilaku Pelanggan*, (Yogyakarta :AMUS Yogyakarta dan CV, Ngeksigondo Utama, 2003),
- Satwiko, *Pengertian Kenyamanan Dalam Suatu Bangunan*, (Yogyakarta: Wignjosoebroto: 2009)
- Philipi Kotler,*Manajemen Pemasaran jilid 1dan2*,(Jakarta:Indeks Kelompok Gramedia,2005)
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta:Andi,2008)
- Siswanto Sutujo, *Kerangka Dasar Pemasaran*,(Jakarta:Pustaka Bimahan Pressindo,1998),
- Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*,(Yogyakarta: Andi,1997),
- Daniel Goleman, *Kecerdasan Emosional*, Alih Bahasa T. Hermaya, (Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama,2007)
- Djohansjah Marzoeki, *Berfikir Rasional Di Ranah Publik*, Artikel Diakses Pada 26 April 2017 dari <http://www.djohansjahmarzoeki-rationalthinking.com/>
- Nugroho J, Setiadi, *Perilaku Konsumen:Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*,(Jakarta:Kencana,2008)
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitan Pemasaran*, (Jakarta:Kencana.
- Iswi Hariyani, *Restrukturisasi & Penghapusan Kredit Macet* (Jakarta:PT.Elex Media Komputindo,2010)
- Hadari Nawawi , *Perilaku Keputusan Dan Penerapannya*,Journal Of Bussines Vol 1 No 1 Juni 2021
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)
- Ghozali Maski, “Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di malang”,*Journal of Indonesia Applied Economics*,Vol. 4, No. 1, (Mei 2010)
- Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller,*Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13*,(Jakarta:Erlangga,2009)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran 1: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*, (Jakarta: Prenhallind,2022)
- V.Wiratna Sujarweni,*Metodologi Peneltian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta :Pustaka Baru Press,2019)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: ALFABETA, 2017)
- Nanang Martono,*Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Rajagrafindo persada, 2012)

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA CV, 2012)
- Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015)
- Supardi, *Populasi Dan Sampel Penelitian*, Jurnal UNISIA, No 17 1993.
- Suryani Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Prenandamedia Grub, 2015)
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Edisi Revisi 2 (Cet, V)*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016)
- Sugiharto, Dergibson Siagian, Lasmono Tri Sunaryanto, Denny S.Oetomo, *Teknik Sampling, (Cet.II Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003)*,
- Ibnu Hadjar, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Press, 1996)
- Winarno Surachmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*, (Bandung: Edisi Tujuh, Tarsito, 1980)
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: ALFABETA 2013)
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: ALFABETA 2019)
- Brigita Tri Winarsih, *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi Tokopedia terhadap Brand Awareness*, Skripsi, Yogyakarta; Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2016,
- Suhar Janti, "Analisis Validitas dan Reabilitas dengan Skala Likert terhadap Pengembangan SI/TI dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategikc Planning pada Industri Garmen", *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi*, Yogyakarta; AMIK BSI Jakarta, 2014,
- Agus Tri Basuki, *Pegantar Ekonometrika (Dilengkapi Pengguna Eviews)*, (Yogyakarta : Danisa Media, 2016), Cetakan Pertama,
- Robert Kurniawan, *Analisis Regresi Dasar Dan Penerapannya Dengan R*, (Jakarta: Kencana, 2016),
- Imron Imron, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV, Meubele Berkah Tangerang*, *Indonesia Journal ON Software Engineering*, (Vol, 5 No, 1, Juni 2019)
- Cynthia Agatha, et al., *Pengaruh Brand Image dan Electronic World Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame di Manado*, *Jurnal EMBA*, Vol.7, Januari 2019,
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, ed. 4, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2014)
- Imron Imron, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang*, *Indonesian Journal ON Software Engineering* (Vol.5 No.1, Juni 2019)
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016).

Zuhirsyan, Muhammad. (2018). *Pengaruh religiusitas dan persepsi nasabah terhadap keputusan nasabah Bank syariah* , Al amwal Vol 10 No. 1

Ujang Sumarwan, *perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*, (bogor Ghalia Indonesia ,2011).

LAMPIRAN

Lampiran I

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Nasabah Desa Sumbermulyo)

Responden yang terhormat, bersama dengan kuesioner ini saya :

Nama : Cahya Efakul Jannah

Nim : 1905036043

Prodi/Fakultas : Perbankan Syariah

Universitas : UIN Walisongo Semarang

Memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner dalam rangka pengumpulan data guna menyusun penelitian yang berjudul “pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah pada nasabah bank syariah Indonesia”

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer. Untuk itu, saya memohon kesediaan Saudara/i meluangkan waktu mengisi kuesioner ini. Seluruh jawaban yang telah Saudara/i berikan akan saya gunakan sebaik-baiknya untuk penelitian ini dan semua jawaban dari responden terjamin kerahasiannya. Atas partisipasinya dan bantuannya, saya ucapkan banyak terimakasih. Semoga segala urusan saudara/i selalu dimudahkan oleh Allah SWT.

IDENTITAS RESPONDEN

NAMA :

JENIS KELAMIN :LAKI-LAKI/PEREMPUAN

USIA :

ALAMAT :

PEKERJAAN :

- a. Wiraswasta
- b. Nelayan
- c. Petani
- d. Pelajar
- e. Ibu rumah tangga

f. Buruh/karyawan

Petunjuk Pengisian Kuesioner Penelitian :

Isilah jawaban berikut ini sesuai pendapat anda dengan memberikan tanda check lish () pada kolom yang tersedia. Adapun makna tanda dalam kolom adalah sebagai berikut:

1. STS (Sangat Tidak Setuju)
2. TS (Tidak Setuju)
3. N (Netral)
4. S (Setuju)
5. SS (Sangat Setuju)

1.Pertanyaan untuk Variabel Faktor Emosional (X1)

a. Ketaatan Beragama

No	Pertanyaan	STS	TN	N	S	SS
1.	Saya mengetahui bahwa riba itu haram dan saya mengajak teman saya untuk menabung di Bank Syariah Indonesia agar terhindar dari riba					
2.	Saya merasa percaya diri jika saya bertransaksi di Bank Syariah Indonesia karena bebas dari riba					

b. Atribut Produk

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Produk Bank Syariah Indonesia sesuai dengan syariat Islam					
2.	Sistem dan prosedur Bank Syariah Indonesia terbebas dari riba					

c. Faktor Psikologis

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya menyadari bahwa					

	sistem operasional pada Bank konvensional yang tidak sesuai dengan Syariah itu haram dan saya langsung beralih di Bank Syariah Indonesia					
2.	Produk pada Bank Syariah Indonesia sudah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan saya sehingga memberikan kepuasan bagi saya sendiri					

2. Pertanyaan untuk Variabel Faktor Rasional (X2)

a. Pelayanan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Pelayanan yang diberikan sangat cepat dan tepat					
2.	Karyawan mampu membangun kepercayaan saya untuk tetap menggunakan jasa di Bank Syariah Indonesia					

b. Kenyamanan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Bank Syariah Indonesia sigap dalam menyelesaikan masalah yang terjadi pada nasabah					
2.	Bank Syariah Indonesia memberikan informasi yang jelas dan mudah untuk di mengerti					

c. Kepuasan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Produk yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia telah sesuai dengan harapan					

	saya					
2.	Saya akan merekomendasikan produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia kepada orang lain					

Pertanyaan untuk Variabel Keputusan Nasabah (Y)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memilih produk ini karena keinginan saya sendiri					
2.	Saya akan terus menggunakan produk pada Bank Syariah Indonesia					
3.	Bank Syariah Indonesia memberikan informasi secara lengkap					
4.	Menjadi nasabah karena mendapatkan kepuasan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia					

Lampiran 2



Lampiran 3

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.188	.777		1.529	.130		
	F EMOSIONAL	.444	.055	.676	8.128	.000	.303	3.300
	F RASIONAL	.174	.057	.251	3.020	.003	.303	3.300

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

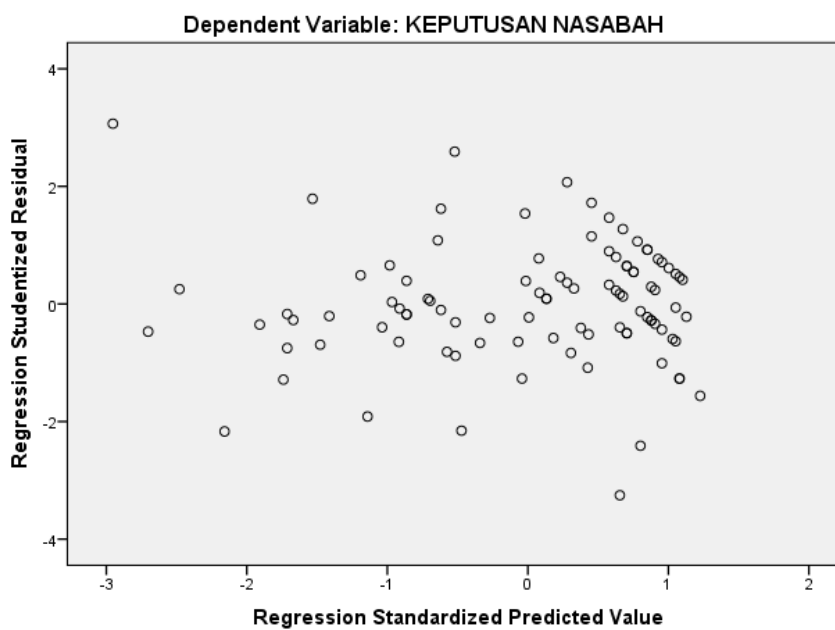
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1196.289	2	598.144	191.679	.000 ^b
	Residual	290.211	93	3.121		
	Total	1486.500	95			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

b. Predictors: (Constant), F RASIONAL, F EMOSIONAL

Scatterplot



Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	(Constant)	Variance Proportions	
					F EMOSIONAL	F RASIONAL
1	1	2.953	1.000	.01	.00	.00
	2	.038	8.864	.95	.12	.05
	3	.010	17.391	.05	.88	.95

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.897 ^a	.805	.801	1.76651

a. Predictors: (Constant), F RASIONAL, F EMOSIONAL

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.495	.833		1.795	.076
	X1.1	.464	.314	.146	1.478	.143
	X1.2	.260	.261	.077	.997	.322
	X1.3	.205	.361	.057	.569	.571
	X1.4	.205	.283	.055	.726	.470
	X1.5	.741	.360	.221	2.059	.043
	X1.6	.756	.432	.224	1.751	.084
	X2.1	-.230	.413	-.066	-.558	.578
	X2.3	.198	.483	.052	.409	.683
	X2.4	-.282	.392	-.082	-.719	.474
	X2.5	.420	.491	.122	.855	.395
	X2.6	.366	.366	.100	.998	.321
	Faktor Rasional	.085	.267	.124	.320	.750

a. Dependent Variable: Keputusan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

Nama: Cahya Efakul Jannah

Tempat, Tanggal Lahir Rembang 21 Agustus 2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Desa Sumbermulyo RT 09 RW 02 Kec. Sarang, Kab. Rembang, Prov. Jawa Tengah

Email : cahyaevakuljannah678@gmail.com

No HP : 087833838700

B. RIWAYAT PENDIDIKAN :

1. SDN Sumbermulyo
2. SMPN 1 Kragan
3. MAN 2 Rembang

Semarang, 22 juni 2023

Cahya Efakul Jannah

NIM. 1905036043