

**PENGARUH FAKTOR EMOSIONAL DAN RASIONAL
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MEMILIH PT. BANK SUMUT SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

NURLAILA TANJUNG

NIM. 20 401 00045

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**PENGARUH FAKTOR EMOSIONAL DAN RASIONAL
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MEMILIH PT. BANK SUMUT SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

NURLAILA TANJUNG

NIM. 20 401 00045

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**PENGARUH FAKTOR EMOSIONAL DAN RASIONAL
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MEMILIH BANK SUMUT SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN**

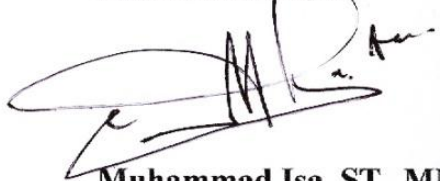


SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Meperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

**OLEH
NURLAILA TANJUNG
NIM. 20 401 00045**

PEMBIMBING I



**Muhammad Isa, ST., MM.
NIP: 198006052011011003**

PEMBIMBING II



**Aliman Syahuri Zein, S.E.I., M.E.I.
NIP: 198204282023211010**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Nurlaila Tanjung**
lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, ²⁹ November 2024
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidempuan
Di- Padangsidempuan

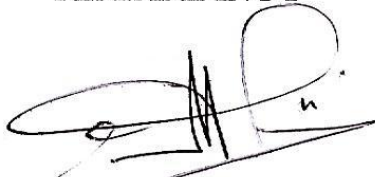
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Nurlaila Tanjung yang berjudul "Pengaruh Fkroe Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memulih Bank SUMUT Syariah Padangsidempuan ". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

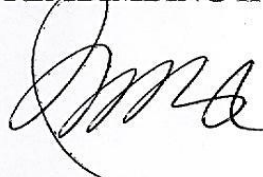
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Muhammad Isa, ST., MM.
NIP: 198006052011011003

PEMBIMBING II



Aliman Syahuri Zein, S.E.I., M.E.I.
NIP: 198204282023211010

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurlaila Tanjung
Nim : 2040100045
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap
Keputusan Nasabah Memilih Bank SUMUT Syariah
Padangsidimpun**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpun pasal 14 ayat 12 tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 3 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpun yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku

Padangsidimpun, 29 November 2024

Saya yang menyatakan,



Nurlaila

Nurlaila Tanjung
NIM. 20 401 00045

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurlaila Tanjung
Nim : 2040100045
Program studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
UIN Syahada Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exslusive
Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Fktor
Emosionak Dan Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank
SUMUT Syariah Padangsidempuan”** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini
UIN Syahada Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan,
mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan
mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai
penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 29 November 2024

Saya yang menyatakan



Nurlaila Tanjung
NIM. 20 401 00045



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Nurlaila Tanjung
NIM : 20 401 00045
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah memilih PT. Bank Sumut Cabang Syariah

Ketua

Azwar Hamid, M.A
NIDN. 2111038601

Sekretaris

Aliman Syahuri Zein, M.E.I
NIDN. 2028048201

Tim Penguji

Azwar Hamid, M.A
NIDN. 2111038601

Aliman Syahuri Zein, M.E.I
NIDN. 2028048201

Adanan Murroh Nasution, M. A
NIDN. 2104118301

Indah Sari, M.E
NIDN. 2025049403

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Ruang Sidang Munaqasyah FEBI
Tanggal : 23 Desember 2024
Pukul : 09:00 WIB s/d selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 77, 75 (B)
IPK : 3, 42
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022
Website: <https://febi.uinsyahada.ac.id>

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Faktor Emosional Dan Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung Di PT. Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan**

Ditulis Oleh : **Nurlaila Tanjung**
NIM : **2040100045**

Telah dapat diterima untuk memenuhi syarat dalam
memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)**
Dalam bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 13 Januari 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Nurlaila Tanjung
NIM : 2040100045
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank SUMUT Syariah Padangsidempuan

Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional dalam keputusan nasabah adalah dimana nasabah yang memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan sering kali didorong oleh nilai-nilai agama dan kepercayaan bahwa bank tersebut sesuai dengan prinsip syariah. Perasaan aman dan tenang dalam bertransaksi dapat memengaruhi keputusan nasabah, dan nasabah juga akan mempertimbangkan berbagai produk yang ditawarkan, seperti pembiayaan, investasi, dan fasilitas lainnya. Namun dalam identifikasi masalah dalam penelitian ini, terdapat masyarakat yang masih memiliki pemahaman yang rendah tentang konsep riba dan prinsip-prinsip Bank Sumut Syariah, serta merasa ragu untuk beralih ke Bank Syariah, terdapat Nasabah yang sering bingung dengan istilah-istilah Arab dan kesulitan memahami produk Bank Sumut Syariah karena terminologi yang kompleks, Terdapat Nasabah yang merasa bahwa biaya administrasi yang dikenakan terlalu tinggi dan nasabah merasa proses pengajuan pembiayaan dianggap terlalu rumit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan. Teori yang digunakan adalah teori yang berkaitan dengan keputusan, faktor emosional dan faktor rasional. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, data yang diperoleh dan hasil yang didapatkan berupa angka, pengumpulan data yang dilakukan adalah metode Kuesioner/angket. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji parsial (uji t), uji simultan (uji F),. Penelitian ini menggunakan alat analisis SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hasil uji t terdapat pengaruh pada variabel emosional terhadap keputusan nasabah dan pada variabel rasional tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan.

Kata Kunci : Emosional, Rasional, Keputusan

ABSTRACT

Name : Nurlaila Tanjung

Reg. Number : 2040100045

Thesis Title : *The Influence of Emotional Factors and Rational Factors on Customer Decisions in Choosing Bank SUMUT Syariah Padangsidimpuan*

The influence of emotional factors and rational factors in customer decisions is that customers who choose Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan are often driven by religious values and the belief that the bank is in accordance with sharia principles. Feelings of security and calm in transactions can influence customer decisions, and customers will also consider the various products offered, such as financing, investment and other facilities. However, in identifying the problem in this research, there are people who still have a low understanding of the concept of usury and the principles of Bank Sumut Syariah, and feel hesitant to switch to a Sharia Bank. There are customers who are often confused by Arabic terms and have difficulty understanding the Bank's products. North Sumatra Syariah due to complex terminology, there are customers who feel that the administration fees charged are too high and customers feel The financing application process is considered too complicated. This research aims to determine the influence of emotional factors and rational factors on customers' decisions to choose Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan. The theory used is a theory related to decisions, emotional factors and rational factors. This research uses a quantitative method, the data obtained and the results obtained are in the form of numbers, data collection is carried out using the questionnaire/questionnaire method. The data analysis used is validity, reliability, normality test, linearity test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test (R²), partial test (t test), simultaneous test (F test). This research uses the SPSS analysis tool version 26. Based on the research results, it can be concluded that the results of the t test have an influence on emotional variables on customer decisions and rational variables have no influence on customer decisions. Meanwhile, simultaneously there is the influence of emotional factors and rational factors on customers' decisions to choose Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan.

Keywords: *Emotional, Rational, Decision*

خلاصة

الاسم : نورليلى تانجونج
الرقم : ٢٠٤٠١٠٠٠٤٥
عنوان الأطروحة : تأثير العوامل العاطفية والعوامل العقلانية على قرارات العملاء
في اختيار بنك شمال سومطرة ساريا بادانجسيديمبوان

إن تأثير العوامل العاطفية والعوامل العقلانية في قرارات العملاء هو أن العملاء الذين يختارون بنك شمال سومطرة بادانجسيديمبوان الشريعة غالبًا ما يكونون مدفوعين بالقيم الدينية والاعتقاد بأن البنك يتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية. يمكن أن تؤثر مشاعر الأمان والهدوء في المعاملات على قرارات العملاء، وسيأخذ العملاء في الاعتبار أيضًا المنتجات المختلفة المقدمة، مثل التمويل والاستثمار والتسهيلات الأخرى. ومع ذلك، في تحديد المشكلة في هذا البحث، هناك أشخاص لا يزال لديهم فهم منخفض لمفهوم الربا ومبادئ بنك سوموت الشريعة، ويشعرون بالتردد في التحول إلى بنك شرعي، وهناك عملاء غالبًا ما يرتبون المصطلحات العربية ويجدون صعوبة في فهم منتجات البنك شمال سومطرة الشريعة بسبب المصطلحات المعقدة، وهناك عملاء يشعرون أن الرسوم الإدارية المفروضة مرتفعة للغاية ويشعر العملاء أن عملية طلب التمويل تعتبر معقدة للغاية. يهدف هذا البحث إلى تحديد تأثير العوامل العاطفية والعوامل العقلانية على قرارات العملاء لاختيار بنك شمال سومطرة بادانجسيديمبوان الشريعة. النظرية المستخدمة هي نظرية تتعلق بالقرارات والعوامل العاطفية والعوامل العقلانية. يستخدم هذا البحث الأساليب الكمية، البيانات التي تم الحصول عليها والنتائج التي تم الحصول عليها تكون على شكل أرقام، ويتم جمع البيانات باستخدام طريقة الاستبيان/الاستبيان. تحليل البيانات المستخدم هو الصحة، والموثوقية، واختبار الحالة الطبيعية، واختبار الخطية، واختبار الخطية المتعددة، واختبار التباين، وتحليل الانحدار الخطي المتعدد، واختبار معامل التحديد (R²)، والاختبار الجزئي (اختبار ت)، والاختبار المتزامن (اختبار ف). يستخدم هذا البحث أداة التحليل SPSS الإصدار ٢٦. وبناء على نتائج البحث يمكن استنتاج أن نتائج اختبار t ليس لها أي تأثير على المتغيرات العاطفية على قرارات العملاء وأن المتغيرات العقلانية لها تأثير على قرارات العملاء. وفي الوقت نفسه، هناك تأثير العوامل العاطفية والعوامل العقلانية على قرارات العملاء في اختيار بنك شمال سومطرة بادانجسيديمبوان الشريعة

الكلمات المفتاحية: عاطفي، عقلائي، القرار

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum WarahmatullahiWabarakatuh

Syukur Alhamdulillah, peneliti panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian Salawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Rasulullah Muhammad Shalallahu Alaihi Wassallam sebagai tauladan bagi kita semua.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan ”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN Syahada Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan

Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan, Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Bapak Muhammad Isa, ST., MM. selaku pembimbing I penulis ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah bapak berikan.
4. Bapak Aliman Syahuri Zein, S.E.I., M.E.I. selaku pembimbing II penulis ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah bapak berikan.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN Syahada Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak/Ibu dosen beserta seluruh civitas akademik di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan bantuan, ilmu pengetahuan, dorongan, dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Rasa terimakasih kepada Pemimpin Operasional serta seluruh jajaran karyawan Bank SUMUT Syariah Padangsidempuan yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang telah bersedia dan memberikan kesempatan peneliti untuk meneliti di Bank SUMUT Syariah Padangsidempuan.
8. Cinta pertamaku dan panutanku, Ayahanda Lagut Tanjung, Beliau memang tidak merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberidukungan dan doa hingga penulis mampu menyelesaikan studi sampai sarjan.
9. Pintu surgaku, Ibunda Nuranna Dalimunthe. Terimakasih sebesar – besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terimakasih atas nasehat yang di berikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terimakasih atas kesabaran hati menghadapi penulis yang keras kepala, ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat.
10. Kepada cinta kasih saudara – saudariku Padli Arnadi Tanjung, Nisa Hul Hamidah Tanjung, Wardiah Tul Hasanah. Terima kasih atas doa, usaha, motivasi, dan dukungan yang di berikan kepada penulis.
11. Sahabat- sahabat saya Riski Khairani Nasution, Desi Fitria Sari Damanik, Annida Ria Panggabean, Rani Tiara Ritonga yang telah banyak membantu

penulis dalam menyelesaikan skripsi dan memberikan motivasi sampai skripsi ini selesai.

12. Serta Teman-teman seperjuangan Prodi Perbankan Syariah khususnya ruangan Perbankan Syariah-2, mahasiswa angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga selesai.
13. Terakhir, Terimakasih untuk diri sendiri, Nurlaila Tanjung karena telah mampu berusaha keras berjuang sejauh ini, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut di banggakan untuk diri sendiri.

Disini peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, November 2024
Peneliti,

NURLAILA TANJUNG
NIM. 2040100045

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Pedoman konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	<i>Fathah</i>	A	A
—	<i>Kasrah</i>	I	I
و —	<i>Dommah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
و.....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ي.....ا.....	<i>fathah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis atas
ي.....	<i>Kasrah dan ya</i>	I	i dan garis di bawah

د....	<i>dommah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas
-------	-----------------------	---	---------------------

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. *Syaddah (Tsaydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ٱ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang sdiikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. *Hamzah*

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakait* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut

digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. *Tajwid*

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. Pedoman *Transliterasi ArabLatin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PEESETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Definisi Oprasional.....	9
E. Perumusan Masalah.....	10
F. Tujuan Penelitian	11
G. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	12
1. Keputusan nasabah.....	12
a. Pengertian Keputusan.....	12
b. Indikator Keputusan	16
2. Faktor Emosional.....	18
a. Pengertian Emosional.....	18
b. Indikator Faktor Emosional.....	20
c. Faktor Faktor Motif Emosional.....	22
3. Faktor Rasional	23
a. Pengertian Rasional.....	23
b. Pengertian Faktor Rasional	26
4. Bank Syariah.....	27
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pikir	32
D. Hipotesis	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu penelitian.....	35
B. Jenis penelitian	35
C. Populasi dan Sampel.....	36
D. Instrumen Pengumpulan Data	38
E. Teknik pengumpulan data.....	40
F. Uji Validitas dan Realiabilitas	42
G. Teknik Analisis Data.....	43
H. Pengujian Hipotesis	46

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	49
1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	49
2. Makna Logo Bank Sumut Syariah Padangsidempuan	51
3. Lokasi Bank Sumut Syariah Padangsidempuan	52
4. Visi dan Misi PT. Bank SUMUT Syariah Padangsidempuan.....	52
5. Struktur Organisasi	53
6. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab PT. Bank SUMUT Syariah Padangsidempuan	53
7. Produk-produk PT. Bank SUMUT Syariah Padangsidempuan.....	56
B. Analisis Hasil Penelitian.....	61
1. Uji Validitas dan Reabilitas.....	61
2. Teknik Analisis Data	63
a. Uji Asumsi Klasik	63
1) Uji normalitas	63
2) Uji linieritas	64
3) Uji multikolerasi.....	65
4) Uji Heteroskedastisitas	66
5) Regresi linier berganda.....	66
b. Uji hipotesis	67
1) Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67
2) Uji Parsial (t)	68
3) Uji Simultan (f).....	69
C. Pembahasan Penelitian	70
D. Keterbatasan Penelitian	74

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	75
B. Implikasi	76
C. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1	Perkembangan Jumlah Nasabah Di PT.Bank Sumut C abang Syariah Padangsidempuan	4
Tabel I. 2	Definisi Oprasional Variabel	9
Tabel II. 1	Penelitian Terdahulu	30
Tabel III. 1	Skor Skala Pengukuran.....	38
Tabel III. 2	Kisi-kisi kuesioner.....	38
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas Manfaat (X1)	55
Tabel IV. 2	Hasil Uji Validitas Rasional (X2)	56
Tabel IV. 3	Hasil Uji Validitas Keputusan (Y)	56
Tabel IV. 4	Hasil Pengujian Reliabilitas	56
Tabel IV. 5	Hasil Pengujian Uji normalitas.....	57
Tabel IV. 6	Hasil pengujian Uji linieritas.....	58
Tabel IV. 7	Hasil pengujian Uji linieritas.....	58
Tabel IV. 8	Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel IV. 9	Hasil pengujian Uji Heteroskedastisitas.....	60
Tabel IV. 10	Hasil pengujian Regresi linier berganda.....	60
Tabel IV. 11	Hasil pengujian Uji Koefisien Determinasi (R ²)	62
Tabel IV. 12	Hasil pengujian Uji parsial (t)	62
Tabel IV. 13	Hasil pengujian Uji simultan (f).....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1	Kerangka Pikir	33
Gambar IV. 1	Logo Bank SUMUT	51
Gambar IV. 2	Struktur Organisasi	53

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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 wilayah Padangsidempuan dan sekitarnya menunjukkan tren positif dalam beberapa tahun terakhir. Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, sebagai salah satu lembaga keuangan syariah di wilayah tersebut, mengalami peningkatan jumlah nasabah yang signifikan. Hal ini tidak terlepas dari karakteristik masyarakat Padangsidempuan yang mayoritas beragama Islam dan memiliki kesadaran yang tinggi terhadap penerapan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan ekonomi.

Penelitian ini menggunakan keputusan emosional dan rasional untuk menganalisis pengambilan keputusan nasabah dalam memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan. Penelitian ini lebih fokus tentang pengaruh keputusan emosional dan rasional yang menjadi pertimbangan oleh masyarakat sehingga dapat mempengaruhi mereka untuk memutuskan memilih produk dan jasa Bank

¹Al-Arif, M, N, R. *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*, (Bandung: CV Pustaka 2014), hlm. 123.

Sumut Syariah dari pada bank konvensional, sehingga dapat memberikan perkembangan yang positif untuk Bank Syariah.

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.

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

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Devi Ratna Sari Habibie dan Alim Murtani faktor emosional merupakan faktor yang menjadi pertimbangan konsumen ketika akan membeli produk dengan mempertimbangkan pada status sosial, kenyamanan, dan juga keamanan konsumen.² Sedangkan Menurut Nugroho J. Setiadi faktor emosional terkesan terburu-buru tanpa mempertimbangkan kemungkinan kemungkinan yang akan terjadi untuk jangka

²Devi 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, hlm.136.

panjang. Berdasarkan pengertian tentang Faktor emosional diatas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor emosional adalah dorongan dalam diri seseorang untuk memutuskan sesuatu dalam hal ini untuk memilih suatu produk dan jasa berdasarkan pertimbangan-pertimbangan subyektif seperti perasaan, kebanggaan, status, harga diri, dan sebagainya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Devi Ratna Sari Habibie dan Alim Murtani Faktor rasional adalah kemampuan untuk berfikir dan mempertimbangkan secara logis atau masuk akal untuk melakukan atau bertindak sehingga mempunyai tingkat daya tahan yang baik emosional, sedangkan Menurut Nugroho J. Setiadi, faktor rasional adalah menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan memikirkan secara matang serta dipertimbangkan terlebih dahulu untuk membeli produk tersebut.³ Maka kesimpulan dari dua pendekatan ini adalah bahwa konsumen yang mempertimbangkan faktor rasional dalam pembelian cenderung merasa sangat puas. Hal ini karena keputusan mereka didasarkan pada informasi yang lebih objektif dan pertimbangan yang matang, sehingga memberikan keyakinan bahwa produk yang dibeli memenuhi ekspektasi mereka dengan baik.

Hal tersebut bisa dilihat pada tabel I.1 yang menunjukkan data perkembangan jumlah nasabah menabung. sebagai berikut:

³Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta : Kencana, 2014), hlm. 104.

Tabel I.1
Perkembangan Jumlah Nasabah Menabung Di PT.Bank Sumut Syariah
Padangsidempuan

Jumlah Nasabah Number of Account DPK (NoA DPK)	Tahun			
	2020	2021	2022	2023
	26.084	26.985	28.150	29.971

Sumber: PT.Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan

Berdasarkan tabel I.1 di atas dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2020 terdapat 26.086 orang, pada tahun 2021 terdapat 26.985 orang, pada tahun 2022 terdapat 28.150 orang dan pada tahun 2023 terdapat 29.971 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari tahun ketahun jumlah nasabah semakin meningkat. Fenomena peningkatan nasabah ini menarik untuk diteliti mengingat keputusan nasabah dalam memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kompleks. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan beberapa nasabah, ditemukan bahwa keputusan memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan tidak hanya didasarkan pada satu faktor tunggal, melainkan kombinasi dari faktor emosional dan rasional.

Dari sisi keputusan, faktor pribadi menjadi salah satu pendorong utama. *Pertama*, hasil wawancara yang di ungkapkan oleh ibu Hanifah yang mengatakan bahwa "Saya rasa, keputusan memilih bank itu sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor pribadi. Misalnya, pelayanan yang baik. Saya biasanya mencari bank yang memberikan pelayanan yang ramah dan cepat, terutama di cabang-cabang yang mudah dijangkau".⁴

⁴ Hanifah, Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 9 November 2023, pukul 09.35 WIB).

Selanjutnya, sosial juga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan nasabah, *Kedua*, hasil wawancara dari bapak Ali yang mengatakan bahwa "faktor sosial seperti pengaruh teman, keluarga, status sosial, dan media sosial bisa menjadi indikator penting dalam keputusan saya memilih bank. Sebagian orang mungkin juga sering kali terpengaruh oleh norma sosial dan rekomendasi dari lingkungan sekitar mereka dalam memilih lembaga keuangan".⁵

Selanjutnya faktor budaya sebagai bagian dari indikator keputusan juga menjadi sorotan, Berdasar kan hasil wawancara dari ibu Maimunah yang mengatakan bahwa menurut "saya faktor budaya pasti berpengaruh. Misalnya, di beberapa budaya, orang lebih cenderung memilih bank yang sejalan dengan nilai-nilai mereka. Dalam konteks Indonesia, banyak orang yang memilih bank syariah karena budaya agama yang kuat, dan mereka lebih merasa nyaman menggunakan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam".⁶

Dari sisi faktor emosional, ketaatan beragama menjadi salah satu pendorong utama. *Pertama* hasil wawancara yang diungkapkan oleh Bapak M. Syawal yang mengatakan Bahwa "Sebenarnya masih banyak masyarakat yang belum paham betul tentang riba. Ada yang sudah tahu tapi masih ragu pindah ke bank syariah." Pernyataan ini menunjukkan adanya kesenjangan pemahaman masyarakat tentang prinsip-prinsip perbankan syariah yang perlu diteliti lebih lanjut.⁷

⁵Ali, Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, *Wawancara* ,(Padangsidempuan,9 November 2023, pukul 09.45 WIB).

⁶Maimunah, Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, *Wawancara* ,(Padangsidempuan,9 November 2023, pukul 10.00 WIB).

⁷M. Syawal, Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, *Wawancara* ,(Padangsidempuan,9 November 2023, pukul 10.05 WIB).

Selanjutnya psikologis juga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan nasabah. *Kedua* hasil wawancara yang diungkapkan dari pengalaman Ibu Elvita Mala Sari yang mengatakan bahwa "Awalnya saya ragu karena tidak paham sistem syariahnya, tapi setelah dijelaskan dan melihat teman-teman yang sudah menggunakan, saya mulai percaya. Sekarang merasa lebih tenang." Testimoni ini mengindikasikan bahwa kepercayaan dan ketenangan batin menjadi pertimbangan penting bagi nasabah.⁸

Selanjutnya Atribut produk islami sebagai bagian dari faktor emosional juga menjadi sorotan. *Ketiga* hasil wawancara dengan ibu Efrina Rizki yang mengatakan bahwa "Masih banyak nasabah yang bingung dengan istilah-istilah bahasa arab dalam produk. Perlu penjelasan lebih sederhana agar mudah dipahami." Hal ini menunjukkan perlunya penelitian tentang efektivitas komunikasi produk syariah kepada nasabah.⁹

Dari sisi faktor rasional, kualitas pelayanan menjadi perhatian utama. *Pertama* hasil wawancara dengan ibu Anni Wati yang mengatakan bahwa "Pegawai bank masih perlu peningkatan dalam menjelaskan produk Syariah, kadang penjelasannya terlalu teknis sehingga sulit dipahami." Temuan ini mengindikasikan pentingnya peningkatan kompetensi pegawai dalam menjelaskan produk syariah.¹⁰

⁸Elvita Mala Sari, Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan,9 November 2023, pukul 10.13WIB).

⁹Efrina Rizki , Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan,9 November 2023, pukul 10.45WIB).

¹⁰Anni Wati , Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan,9 November 2023, pukul 11.06 WIB).

Selanjutnya Aspek kenyamanan sebagai faktor rasional juga mendapat perhatian dari nasabah. *Kedua* hasil wawancara dengan Ibu Nisa yang mengatakan bahwa "Lokasi sudah strategis, tapi masih perlu penambahan ATM dan kantor cabang. Antrian juga masih sering panjang di jam-jam tertentu." Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk pengembangan infrastruktur dan optimalisasi layanan.¹¹

Selanjutnya Kepuasan nasabah sebagai faktor rasional juga menjadi sorotan penting. *Ketiga* hasil wawancara dengan Ibu Aminah yang mengatakan bahwa "Bagi hasilnya kompetitif, tapi biaya administrasi masih terasa agak tinggi. Prosedur pengajuan pembiayaan juga masih rumit." Pernyataan ini mengindikasikan perlunya evaluasi terhadap struktur biaya dan prosedur layanan.¹²

Berdasarkan fenomena dan hasil wawancara tersebut, menjadi penting untuk melakukan penelitian mendalam tentang pengaruh faktor emosional (ketaatan beragama, faktor psikologis, atribut produk islami) dan faktor rasional (pelayanan, kenyamanan, kepuasan) terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan.

Dari sisi keputusan emosional menjadi salah satu pendorong utama. *pertama* hasil wawancara dari ibu Jubaida yang mengatakan bahwa "Menurutku, keputusan untuk memilih bank itu bisa sangat dipengaruhi oleh perasaan. Misalnya, aku merasa nyaman dengan pelayanan di Bank Sumut Syariah

¹¹Nisa, Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 9 November 2023, pukul 11.25 WIB).

¹²Aminah, Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 9 November 2023, pukul 11.45 WIB).

Padangsidempuan. Mungkin bukan hanya karena mereka menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan, tapi juga karena suasana di sana yang tenang dan staf yang ramah. Itu yang membuatku merasa aman.¹³

Dari sisi keputusan rasional menjadi salah satu pendorong utama. *pertama* hasil wawancara dari ibu Hanna mengatakan bahwa "dari sisi rasional saya melihat biaya administrasi yang lebih rendah, bunga yang kompetitif, dan tentunya fasilitas yang bisa memenuhi kebutuhan perbankanku. Itu lebih pada kalkulasi yang jelas."¹⁴

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas dari penjelasan masalah tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Faktor Emosional Dan Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung Di PT. Bank Sumut Syariah Padangsidempuan.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan diatas, maka dapat dilakukan identifikasi permasalahan yaitu

1. Terdapat masyarakat yang masih memiliki pemahaman yang rendah tentang konsep riba dan prinsip-prinsip Bank Syariah, serta merasa ragu untuk beralih ke Bank Syariah
2. Terdapat nasabah yang sering bingung dengan istilah-istilah Arab dan kesulitan memahami produk Bank Sumut Syariah karena terminologi yang kompleks.

¹³Jubaida, Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 9 November 2023, pukul 10.05 WIB).

¹⁴Hanna, Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 9 November 2023, pukul 10.05 WIB).

3. Terdapat nasabah yang merasa bahwa biaya administrasi yang dikenakan terlalu tinggi dan nasabah merasa proses pengajuan pembiayaan dianggap terlalu rumit.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, terdapat beberapa batasan masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh faktor emosional dan faktor rasional dalam keputusan nasabah memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan.
2. Penelitian ini berfokus meneliti nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sumardi Suryabrata, definisi variabel adalah “sesuatu yang didasarkan atas sifat sifat yang didefinisikan yang dapat diamati” (observasi). Definisi operasional variabel yang digunakan dalam pembahasan penelitian ini adalah:

Tabel I. 2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Keputusan (Y)	Keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka harus memiliki pilihan	1. Faktor Pribadi 2. Faktor Sosial 3. Faktor Budaya. ¹⁵	Ordinal

¹⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran 1: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*, (Jakarta:Prenhallind,2022), hlm.203.

	alternatif.		
Faktor Emosional (X1)	Emosional adalah kondisi psikologis yang mendorong seseorang untuk bertindak atau melakukan sesuatu setelah adanya stimulasi yang berasal dari dalam maupun dari luar dirinya, nasabah yang bersifat emosional, dimana mereka lebih mengedepankan aspek religius atau rohani seperti begitu sukarela menggunakan perbankan syariah	1. Ketaatan beragama ¹⁶ 2. psikologis 3. Atribut produk islami ¹⁷	Ordinal
Faktor Rasional (X2)	Rasional adalah menurut pikiran dan pertimbangan yang logis, menurut pikiran yang sehat dan cocok dengan akal.	1. Pelayanan 2. Kenyamanan 3. Kepuasan ¹⁸	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah faktor emosional berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menjadi nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan?
2. Apakah faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menjadi nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan?
3. Apakah faktor emosional dan faktor rasional secara bersama-sama mempengaruhi nasabah untuk menjadi nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan?

¹⁶Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2014) hlm. 55.

¹⁷Sunaryo, Pengaruh Faktor Rasional Dan Emosional Terhadap Kepuasan Loyalitas Nasabah Baitul Mal Wa Tamwil, *Jurnal Jurnal of Economics and Business*, Vol 3, No1, Mei 2020, hlm, 56.

¹⁸Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta:Andi,2013), hlm. 24.

F. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui apakah faktor emosional mempengaruhi nasabah untuk menjadi nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan
2. Untuk mengetahui apakah faktor Rasional mempengaruhi nasabah untuk menjadi nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan
3. Untuk mengetahui apakah faktor emosional dan faktor rasional mempengaruhi nasabah untuk menjadi nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan

G. Manfaat penelitian

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan peneliti, dan bisa menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Bagi UIN SYAHADA Padangsidimpuan

Sebagai salah satu bahan untuk menambah referensi bacaan yang ingin melakukan penelitian, khususnya mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

3. Bagi Bank SUMUT Syariah Padangsidimpuan

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan bagi Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan agar dapat meningkatkan pemahaman yang lebih baik mengenai pemahaman nasabah, peningkatan kualitas pelayanan, pengembangan produk yang lebih tepat, dan strategi pemasaran yang lebih efektif.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Keputusan nasabah

a. Pengertian Keputusan

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 hidup dan matinya dunia perbankan bersandar kepada kepercayaan masyarakat atau nasabahnya. Salah satu fokus perlindungan konsumen dalam usaha perbankan diarahkan pada pelayanan dibidang perkreditan. Hal-hal yang menjadi perhatian dalam perlindungan konsumen dibidang perkreditan yang harus ditempuh, dan warkat yang digunakan dalam pemberian kredit, perjanjian kredit sebagai perjanjian pokok, serta perjanjian jaminan sebagai perjanjian tambahan.¹

Terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi niat seseorang yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol 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 pengaruh pada kehidupan mereka atau yang

¹Nugroho J, Setiadi, *Perilaku Konsumen Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2014 hlm. 103.

mereka anggap penting. Dengan kata lain, kontrol yang dirasakan berkaitan dengan sejauh mana seseorang berpikir bahwa mereka memiliki kemampuan untuk melakukan aktivitas tertentu.²

Menurut *theory of planned behavior* ada tiga hal yang mungkin mempengaruhi 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 atau 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

² Icek Ajzen, *Attitude, Personality, and Behavior*, New York: Open University Press, 2014, hlm. 117-118.

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 memepertimbangkan 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.

Keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka harus memiliki pilihan alternatif. 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.³

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Pengambilan

³Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hlm. 357.

keputusan nasabah adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya.⁴ 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.

Berdasarkan pengertian keputusan di atas dapat disimpulkan bahwa Keputusan merupakan hasil akhir dari proses pertimbangan dalam memilih antara dua atau lebih alternatif tindakan. Dalam konteks perbankan, keputusan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti sikap pribadi, norma sosial, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Faktor-faktor ini mempengaruhi niat seseorang untuk memilih bank atau produk perbankan tertentu, dengan mempertimbangkan pelayanan yang diberikan, pengaruh lingkungan sosial, serta kemampuan atau kontrol yang mereka rasakan dalam menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, keputusan nasabah dalam memilih produk atau layanan perbankan adalah hasil dari evaluasi yang kompleks antara faktor internal dan eksternal yang ada di sekitar mereka.

⁴Ghozali 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 2020), hal. 46.

b. Indikator Keputusan

Menurut Kotler dan Keller pengambilan keputusan memiliki tahapan indikator, yaitu:

1) 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 diperuntukkan 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:

- a) Usia dan Tahap Siklus Hidup
- b) Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi
- c) Gaya Hidup
- d) Kepribadian dan Konsep Diri

2) 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.⁵ Faktor-faktor sosial terdiri dari:

- a) Kelompok Acuan
- b) Keluarga
- c) Peran dan Status

3) Faktor Budaya

Budaya adalah segala nilai, pemikiran, simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan dan kebiasaan seseorang dan masyarakat. Menurut Schiffman dan Kanuk mendefinisikan budaya sebagai keseluruhan kepercayaan, nilai-nilai, dan kebiasaan yang dipelajari yang membantu mengarahkan perilaku konsumen pada anggota masyarakat tertentu. Dan menurut Amirullah, secara sosial suatu budaya dapat diamati dari bagaimana masyarakat itu berbicara (bahasa), cara kerja, aturan-aturan, dan pola hidup yang diyakini hal itu berarti kebudayaan bersifat sangat luas dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia.⁶

2. 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

⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran 1: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*, (Jakarta:Prenhallind,2022), hal.203.

⁶ Simamora, Bilson, *Analisis Multivariat Pemasaran*.(Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama 2014).

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.⁷ Berikut ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan pertimbangan emosional dalam pengambilan keputusan. Berikut surah Al-A'raf ayat 31

﴿يَبْنَى ءَآءَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾

Artinya : *Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebihan.*

Ayat diatas menjelaskan mengingatkan kita untuk mengendalikan emosi dan tidak bertindak berdasarkan keinginan berlebih, baik dalam hal materi, keinginan pribadi, atau konsumsi. Keputusan emosional dalam memilih bank bisa terpengaruh oleh faktor-faktor seperti hubungan emosional dengan pihak bank atau budaya masyarakat yang mendukung bank tertentu. Namun, penting untuk tetap menjaga keseimbangan, agar keputusan yang diambil tidak bersifat berlebihan atau terpengaruh oleh emosi sesaat.

Faktor emosional lebih cenderung kepada sikap nasabah ketika memutuskan untuk menyimpan uangnya pada suatu bank dengan dua

⁷ Etta dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Andi Offset 2014), hlm. 27.

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 nasabahn Bank Syariah bahkan biasa menerima keuntungan yang nilainya lebih kecil sepanjang itu halal.

Menurut Schiffman dan Kanuk, faktor emosional mengandung arti bahwa pemilihan sasaran menggunakan pemikiran pribadi atau subyektif.⁸ Sedangkan menurut Nugroho J. Setiadi faktor emosional adalah terkesan terburu-buru tanpa mempertimbangkan kemungkinan kemungkinan yang akan terjadi untuk jangka panjang.⁹

Berdasarkan pengertian tentang emosional diatas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor emosional adalah dorongan dalam diri seseorang untuk memutuskan sesuatu dalam hal ini untuk memilih suatu produk dan jasa berdasarkan pertimbangan-pertimbangan subyektif seperti perasaan, kebanggaan, status, harga diri, dan sebagainya. Pada suatu perbankan syariah sangat dibutuhkan yang namanya faktor emosional terhadap nasabahnya. Nasabah yang bersifat emosional, dimana mereka lebih mengedepankan aspek religius atau rohani seperti begitu sukarela menggunakan perbankan syariah dalam segala transaksi tanpa ada dorongan

⁸Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa Zoelkifli Kasip (Jakarta: PT Indeks, 2015), hlm. 78

⁹Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta : Kencana, 2014), hlm. 104

atau pengaruh marketing perbankan. Karena jenis nasabah seperti ini mempunyai kesadaran beragama dan pengetahuan yang cukup terutama mengharapkan keberkahan dan ridho Allah SWT.

Faktor emosional menurut peneliti adalah Aspek emosional dalam pengambilan keputusan berfokus pada bagaimana perasaan atau emosi seseorang memengaruhi keputusan yang diambil. Keputusan emosional biasanya lebih dipengaruhi oleh perasaan seperti kegembiraan, ketakutan, atau kekhawatiran, daripada pertimbangan logis atau rasional.

b. Indikator Faktor Emosional

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

Menurut Sunaryo indikator emosional yang mempengaruhi nasabah ialah:

1) Ketaatan beragama

Ketaatan Beragama adalah memenuhi berbagai kewajiban agama, menginginkan untuk melaksanakan kewajiban yang belum tertunaikan melaksanakan berbagai anjuran agama sekalipun tidak wajib. Dalam penelitian Rahman menyatakan bahwa komitmen agama merupakan

bentuk ketaatan pada ajaran agama yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank Syariah.¹⁰

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

2) 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.

3) Atribut produk islami

Bagian yang ada pada suatu barang yang melekat dapat dijadikan sebagai ciri khusus sebagai pembeda dengan yang lainnya dan dapat

¹⁰Sunaryo, Pengaruh Faktor Rasional Dan Emosional Terhadap Kepuasan Loyalitas Nasabah Baitul Mal Wa Tamwil, *Jurnal*, Vol 3, No1, Mei 2020, hlm, 56.

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 atau 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.

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.¹¹

c. Faktor - Faktor Motif Emosional

Menurut Sofjan Assauri,¹² faktor-faktor dari motif pembelian emosional terdiri dari:

- 1) Pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain
- 2) Kebanggaan karena penampilan budaya
- 3) Pencapaian status social

¹¹Muchammad Fauzi, Pengaruh Faktor Rasional dan Emosional Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Baitul Mal Wa Tamwil, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 1, No. 1, Mei 2020., hlm, 56.

¹²Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi, edisi 1, cetakan 14, (Jakarta : Rajawali Pers, 2015), 125.

4) Untuk terhindar dari keadaan bahaya

Menurut Ali Hasan,¹³ faktor-faktor emosional adalah :

- 1) Kesenangan, kesederhanaan, dan aktivitas
- 2) Kebanggaan penampilan pribadi
- 3) Kebanggaan kepemilikan
- 4) Kerja sama dan empati
- 5) Keamanan dan Kesehatan
- 6) 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.

3. Faktor rasional

a. Pengertian Rasional

Rasional adalah menurut pemikiran 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. Menurut Schiffman dan Kanuk yang dikutip oleh Dyah Ayu Kartikasari, dalam pemasaran faktor rasional menyatakan bahwa para konsumen memilih sasaran berdasarkan pada

¹³Ali Hasan, Marketing Bank Syariah, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010), 55.

kriteria yang benar-benar objektif seperti ukuran, berat, harga, dan sebagainya.

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. Menurut Nur Kholis dalam jurnalnya rasionalitas merupakan suatu perkataan yang lebih sering dipakai dari pada didefinisikan. Definisi itu diberikan, biasanya berupa deskripsi tentang pilihan rasional atau perbuatan rasional. *Rationality assumption* dalam ekonomi menurut Roger Leroy Miller adalah *individuals do not intentionally make dcisions that would leave them worse off*.

Rasionalitas didefinisikan sebagai tindakan manusia dalam memenuhi kebutuhannya hidupnya yaitu memaksimumkan kepuasan atau keuntungan senantiasa berdasarkan pada keperluan (*need*) dan keinginan-keinginan (*want*) yang digerakkan oleh akal yang sehat dan tidak akan bertindak secara sengaja membuat keputusan yang bisa merugikan kepuasan atau keuntungan mereka. Berikut ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan. QS. Asy-Syura Ayat 38 Berikut ayat beserta artinya:

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنفِقُونَ ﴿٣٨﴾

Artinya : juga lebih baik dan lebih kekal bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhan dan melaksanakan salat, sedangkan urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarah di antara mereka. Mereka menginfakkan sebagian dari rezeki yang Kami anugerahkan kepada mereka.

Ayat ini mengajarkan bahwa keputusan yang diambil haruslah hasil dari musyawarah (diskusi dan pertimbangan). Dalam memilih bank syariah, nasabah diharapkan untuk tidak hanya mengikuti pendapat satu pihak atau keputusan spontan, tetapi melalui proses pertimbangan yang matang, termasuk berdiskusi dengan keluarga, teman, atau ahli yang memahami prinsip-prinsip ekonomi syariah. Keputusan yang rasional dalam memilih bank syariah sebaiknya melibatkan analisis terhadap berbagai faktor seperti layanan, biaya, produk, dan tentunya kesesuaian dengan prinsip syariah.

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 terbalik dengan nasabah emosional yang tidak menghiraukan hal tersebut dimana nasabah rasional amat menekankan hal tersebut.

Sebagai contoh ketika biaya layanan perbankan Syariah lebih tinggi dari pada perbankan konvensional, maka nasabah rasional bertindak cepat dengan menarik seluruh simpanannya dan memindahkannya ke perbankan konvensional yang dirasa lebih murah. Menurut Ali Hasan faktor rasional

meliputi, pelayanan, kenyamanan dan kepuasan. Menurut Davis mendefinisikan kemudahan penggunaan (*use of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan jasa teknologi mudah di pahami dan mudah digunakan. Arti kata efisien menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), kata efisien didefenisikan sebagai ketepatan cara dalam melakukan sesuatu, dan kemampuan dalam melaksanakan tugas dengan baik dan tepat membuang buang waktu.

Faktor rasional menurut peneliti adalah keputusan rasional berfokus pada pengambilan keputusan yang didasarkan pada pemikiran yang logis, perhitungan yang matang, dan evaluasi terhadap semua informasi yang ada. Pengambilan keputusan rasional melibatkan analisis terhadap data dan konsekuensi dari setiap alternatif pilihan sebelum mengambil tindakan.

b. Indikator Faktor Rasional

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

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 menampilkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka senang menikmati kenyamanan dalam pelayanan. Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya.¹⁴

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.¹⁵

3) Kepuasan

Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja seseorang

¹⁴Sunarto, *Perilaku Pelanggan*, (Yogyakarta :AMUS Yogyakarta dan CV, Ngeksigondo Utama, 2014), hlm,244

¹⁵Satwiko, *Pengertian Kenyamanan Dalam Suatu Bangunan* (Yogyakarta: Wignjosoebroto: 2014),hlm, 21-22

yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.¹⁶ Agar bisa memenuhi kebutuhan pelanggan sasaran perusahaan harus mendesain produk dan pelayanan pendukungnya. 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.¹⁷ 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.

4. Bank Syariah

Bank Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang merupakan perantara (*aranger/intermediary*) antara masyarakat yang kelebihan dana (*surplus*) dengan masyarakat kekurangan dana (*defisit*) dalam usahanya yaitu

¹⁶Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta:Andi,2015), hlm. 24

¹⁷Siswanto Sutujo, *Kerangka Dasar Pemasaran*,(Jakarta:Pustaka Bimahan Pressindo, 2014), hlm. 3

menghimpun dana (*Funding*) dari masyarakat yang kelebihan dana (*surplus*) kemudian menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan (*financing*) kepada masyarakat yang kekurangan dana dalam menjalankan usahanya serta menyediakan jasa-jasa keuangan lainnya berdasarkan prinsip syariah islam.¹⁸

Menurut para teoritis islam, sebagaimana dikemukakan oleh Sutan Remy Sjahdeini perbankan syariah adalah perbankan yang menyediakan fasilitas dengan cara mengupayakan instrumen yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan dan norma-norma syariah. Sedangkan tujuan perbankan syariah menurut M.Umer Chapra adalah untuk meningkatkan kesempatan kerja dan kesejahteraan ekonomi masyarakat islam yang sesuai dengan nilai-nilai islam.¹⁹

Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam, mengacu kepada ketentuan-ketentuan yang ada dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist, maka bank syariah diharapkan dapat menghindari kegiatan- kegiatan yang mengandung unsur riba dan segala hal yang bertentangan dengan syariat Islam.²⁰

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian-penelitian yang dilakukan oleh beberapa ahli terdahulu sebelum penelitian ini. Hasil penelitian tersebut dijadikan referensi dalam penelitian ini. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang digunakan, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

¹⁸Nofinawati, *Perbankan Syariah*, (Jakarta, Kencana, 2020), hlm. 8

¹⁹Trisadini P. Usanti dan Abdul Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), hlm. 5.

²⁰Marina, Konsep Audit Dan Pengawasan Di Bank Syariah, *Journal of Islamic Studie*, Vol.3.No. 1 (2020), hlm.17.

Tabel II. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Devi Ratna Sari Habibie, Alim Murtani (Journal of Economics and Business Management Vol.2, No.1 :Maret 2023)	Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di PT. Bank Sumut Syariah KCPSY Marelana Raya	Hasil penelitian menandakan bahwa Berdasarkan hasil uji SPSS Secara parsial variabel Faktor Emosional berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah. Secara parsial variabel Faktor Rasional berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah, dengan nilai berpengaruhnya. ²¹
2.	Anggriani Puspitasari (Skripsi Universitas Islam Negeri Mataram Mataram 2022)	Pengaruh Faktor Motivasi, Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Kabupaten Dompu)	Hasil dari penelitian ini adalah variabel motivasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah, Kemudian hasil dari variabel rasional dan emosional berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah Sedangkan secara simultan variabel motivasi, rasional dan emosional berpengaruh terhadap keputusan pedagang. ²²
3.	Santi Kayani (Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2020)	Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah	Hasil dalam penelitian ini adalah faktor emosional berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah, faktor rasional juga berpengaruh positif dan signifikan

²¹Devi Ratna Sari Habibie, “Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di PT. Bank Sumut Syariah” , *Journal of Economics and Business*, Vol. 02, No 01.

²²Anggraini Puspitasari, Pengaruh Faktor Motivasi, Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Kabupaten Dompu), *Skripsi*, (Universitas Agama Islam Negeri Mataram, 2020)

		Mandiri Banda Aceh)	terhadap keputusan nasabah memilih bank Syariah. ²³
4.	Serly Handayani (Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, Volume 1 (2), 2019	Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec. Cibitung Kab. Bekasi)	Hasil dari penelitian uji t 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 penelitian uji f menunjukkan bahwa faktor emosional dan faktor rasional secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank Syariah. ²⁴
5.	Siti Ardella Kamal (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup 2019)	Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri KC. Curup	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 memilih Bank Syariah Mandiri. ²⁵

Adapun persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini ialah :

1. Persamaan penelitian Devi Ratna Sari Habibie dengan penelitian ini terdapat pada variabel X nya yaitu faktor emosional dan rasional. Perbedaannya terdapat pada studi kasusnya.

²³ Santi Kayani, Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Banda Aceh), *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2020)

²⁴ Serly Handayani, Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec. Cibitung Kab. Bekasi), *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No 2.

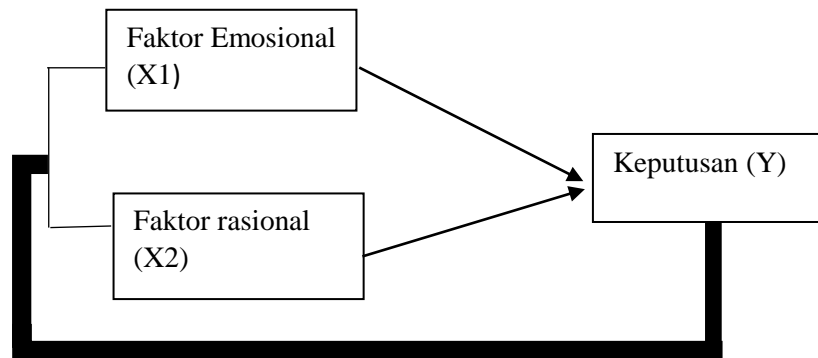
²⁵ Siti Ardella Kamal , Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri KC. Curup, *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup 2019).

2. Persamaan penelitian Anggriani Puspitasari dengan penelitian ialah sama - sama mengkaji tentang keputusan. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel X1 dimana Anggriani Puspitasari mengkaji faktor motivasi sedangkan penelitian ini mengkaji tentang faktor emosional sebagai X1.
3. Persamaan penelitian oleh Santi Kayani dengan penelitian ini ialah variabel X1 dan variabel X2 sama- sama mengkaji tentang faktor emosional dan faktor rasional. Perbedaan penelitian ini terletak pada lokasinya dan studi kasusnya.
4. Persamaan penelitian Serly Handayani dengan penelitian ini ialah Jenis penelitian yang digunakan sama yaitu penelitian kuantitatif. Dan variabel X1 dan X2 yang digunakan juga sama yaitu emosional dan rasional. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitiannya.
5. Persamaan penelitian Siti Ardella Kamal ini dengan penelitian ini ialah Jenis penelitian yang digunakan sama yaitu penelitian kuantitatif. Dan variabel X1 dan X2 yang digunakan juga sama yaitu emosional dan rasional. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitiannya.

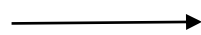
C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai faktor-faktor yang berpengaruh pada keputusan nasabah memilih Bank Sumut Syariah.

Gambar II. 1
Kerangka Pikir



Keterangan



: Pengaruh secara parsial



: Pengaruh secara simultan

Dari gambar di atas dapat dilihat kerangka pikir dari penelitian ini adalah X1 (Faktor emosional) berpengaruh secara parsial terhadap Y (keputusan), X2 (rasional) berpengaruh secara parsial terhadap Y (keputusan) dan X1 (faktor emosional) dan X2 (rasional) berpengaruh secara simultan terhadap Y (keputusan).

D. Hipotesis

Hipotesis Penelitian merupakan jawaban sementara dari suatu penelitian. Maka berdasarkan rumusan masalah dan landasan teori, maka hipotesis penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

1. Ho1: Tidak terdapat pengaruh Faktor Emosional Terhadap Keputusan untuk menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan.

2. Ha1: Terdapat pengaruh Faktor Emosional Terhadap Keputusan untuk menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan.
3. Ho2: Tidak terdapat pengaruh Faktor Rasional Terhadap Keputusan untuk menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan.
4. Ha2: Terdapat pengaruh Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan.
5. Ho3: Tidak terdapat pengaruh Faktor Emosional dan Rasional Terhadap Keputusan untuk menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan.
6. Ha3: Terdapat pengaruh Faktor Emosional dan Rasional Terhadap Keputusan untuk menjadi Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan. Kota Padangsidimpuan, Provinsi Sumatera Utara. Penelitian ini di mulai dari Maret 2024 sampai November 2024.

B. Jenis penelitian

Metode penelitian yang dipakai yaitu metode kuantitatif, metode kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga selesai penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafah positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Sesuai dengan penjelasan di atas penelitian ini akan dianalisis menggunakan SPSS. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian analisis data bersifat Statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam mengumpulkan data penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti dengan metode pengamatan, wawancara secara langsung, pengisian kuesioner yang pertanyaannya sudah terlebih dahulu disusun sedemikian rupa yang berkaitan dengan pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah memilih Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan sebanyak 111,190 nasabah.

2. Sampel

Sedangkan sampel adalah suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah Populasi.² Adapun sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan.

Dalam penelitian ini besarnya sampel ditetapkan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

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

Dimana:

n= Sampel

N= Populasi

e²= eror level (tingkat kesalahan 10%)

Dalam penelitian ini populasi yaitu nasabah Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan pada tahun 2020-2023 yang berjumlah 111,190 nasabah. Sampel dihitung dengan eror sebesar 10%, maka sampel di tentukan sebesar

¹Nasution, S. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

²Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{N \cdot e^2 + 1} \\
 n &= \frac{111,190}{1 + 111,190(0,1)^2} \\
 n &= \frac{111,190}{1 + 111,190(0,01)} \\
 n &= \frac{111,190}{1.111,9 + 1} \\
 n &= \frac{111,190}{1.112,9} \\
 &\approx 100
 \end{aligned}$$

Dengan menggunakan Rumus Slovin didapatkan sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Sehingga pengambilan sampel dilakukan dengan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode teknik *Accidental Sampling* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja nasabah yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari tanggapan responden terhadap jawaban dan pertanyaan-pertanyaan (kuisisioner) tentang pengaruh Faktor Emosional dan Rasional terhadap keputusan Nasabah Memilih Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen merupakan suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.³ Dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan metode perhitungan kuisioner yang dibagikan kepada responden untuk mengetahui skala sikap atau objek tertentu dengan menggunakan angket. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pokok angket terdiri dari jawaban yang mengandung variasi nilai bertingkat dengan alternatif jawaban kriteria sebagai berikut:

Tabel III. 1
Skor Skala Pengukuran

Alternatif Jawaban	Pertanyaan Skor Likert
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Adapun jumlah butiran Kisi-kisi pertanyaan masing-masing indikator dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel III. 2
Kisi-kisi kuesioner

Variabel	Indikator	Kisi-Kisi pertanyaan
Keputusan (Y)	1. Faktor Pribadi	a) Pengalaman pribadi saya dengan layanan perbankan mempengaruhi keputusan saya untuk memilih Bank Sumut Syariah padangsidiempuan
		b) Sebagai warga Sumatera utara saya secara pribadi merasa senang menjadi bagian dari nasabah Bank Sumut Syariah padangsidiempuan
	2. Faktor Sosial	a) Rekomendasi dari teman atau

³Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hlm.140

		<p>keluarga berperan penting dalam keputusan saya untuk memilih Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan</p> <p>b) Citra Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan di masyarakat mempengaruhi keputusan saya untuk memilih bank.</p>
	3. Faktor Budaya	<p>a) Saya memilih Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan karena nilai-nilai budaya yang di anut Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan sesuai dengan keyakinan saya.</p> <p>b) LSaya merasa lebih nyaman menggunakan layanan Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan yang mendukung dan mencerminkan budaya saya.</p>
Faktor Emosional (X)	1. Ketaatan beragama	<p>a) Bank Sumut Syariah sesuai dengan prinsip syariah yang saya anut, Sehingga saya memutuskan untuk memilihnya.</p> <p>b) Penerapan prinsip syariah dalam produk dan layanan yang ditawarkan oleh Bank Sumut Syariah membuat saya tertarik untuk menjadi nasabah nya.</p>
	2. Faktor Psikologis	<p>a) Saya merasa aman dan puas dengan layanan yang diberikan oleh Bank Sumut Syariah, Sehingga saya tertarik untuk menjadi nasabah nya.</p> <p>b) Reputasi dan kepercayaan terhadap Bank Sumut Syariah berpengaruh besar dalam keputusan saya untuk memilihnya.</p>
	3. Atribut produk islami	<p>a) Atribut produk yang sesuai dengan nilai Islami seperti produk halal dan bebas riba mempengaruhi keputusan saya untuk memilih Bank Sumut Syariah.</p> <p>b) Program dan fasilitas islami</p>

		yang ditawarkan oleh Bank Sumut Syariah membuat saya memutuskan untuk menjadi nasabahnya.
Faktor Rasional (X)	1. Pelayanan	a) Layanan pelanggan di Bank Sumut Syariah sangat baik dan mempengaruhi keputusan saya untuk memilih bank ini. b) Ketersediaan layanan seperti cabang dan ATM Bank Sumut Syariah mempengaruhi keputusan saya untuk memilih bank ini.
	2. Kenyamanan	a) Fasilitas perbankan seperti ruang tunggu yang nyaman di Bank Sumut Syariah berpengaruh pada keputusan saya memilih bank ini. b) Kemudahan akses ke layanan Bank Sumut Syariah, seperti lokasi cabang yang strategis, mempengaruhi keputusan saya menjadi nasabah nya.
	3. Kepuasan	a) Pengalaman positif yang saya alami sebagai nasabah di Bank Sumut Syariah berkontribusi pada keputusan saya menjadi nasabahnya. b) Kepuasan saya terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh Bank Sumut Syariah membuat saya tertarik menjadi nasabahnya

E. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan awal yang harus dilakukan dari suatu penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun dalam penelitian ini penelitian menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Metode Angket

Angket adalah suatu penyelidikan mengenai suatu masalah yang banyak menyangkut kepentingan umum (orang banyak) dengan jalan mengedarkan formulir daftar pertanyaan, diajukan secara tertulis kepada sejumlah subjek untuk mendapatkan jawaban (tanggapan responden) seperlunya. Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang dipergunakan peneliti untuk memperoleh informasi dari responden.⁴

Angket yang peneliti gunakan adalah angket langsung tertutup. Angket langsung tertutup adalah angket yang telah dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami oleh responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah tertera dalam angket tersebut.

Pengumpulan data dilakukan di Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan yang menjadi sampel penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan jelas menemui para responden dan angket diisi oleh orang yang bersangkutan. Hal ini karena untuk menjamin keabsahan dan keakuratan data.

2. Metode dokumentasi

Selain metode observasi, digunakan juga metode dokumentasi untuk memperoleh data dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh dari dokumen – dokumen, dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu, dokumen

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Ke-17). Bandung: Alfabeta (2017).

dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang.⁵ Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu berupa momen, bentuk tulisan, foto-foto atau karya dari seseorang. Dokumentasi bertujuan untuk membuktikan bahwa penelitian tersebut terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini peneliti mencari data dengan penelitian berupa tulisan, foto-foto untuk mendukung penulisan.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. 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

⁵Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 2* (Jakarta : PT Bumi Aksara Cetakan Ketiga).

dengan R tabel. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi (α) $> 0,1$ (10%) maka instrumen dianggap valid.⁶

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas 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. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan, jika nilai Alpha $> 0,60$ maka butir angket dinyatakan reliabel.

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah, mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini berguna untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi

⁶Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021) cetakan I, hlm. 136.

klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas.⁷

2. 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. Dalam penelitian ini untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak diuji dengan menggunakan P Pplot dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Nilai signifikan $> 0,1$ maka data berdistribusi normal
- b. Nilai signifikan $< 0,1$ maka data tidak berdistribusi normal

3. Uji linieritas

Uji linearitas bertujuan supaya mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak. Uji ini digunakan untuk sebagai persyaratan dalam analisis korelasi person atau regresi linear. Pengujian data uji linearitas menggunakan SPSS dengan *test for linearity* pada taraf signifikansi 0,1. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila nilai signifikansi kurang dari 0,1.⁸

⁷Ghozali, I., *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi Ke-8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro (2016).

⁸Juliansyah Noor, *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Dsertasi dan Karya Ilmiah, Edisi Pertama* (Jakarta: Kencana Media Group, 2014), hlm.132.

4. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah kondisi dimana terjadinya korelasi yang kuat diantara variabel bebas. Uji multikolinearitas adalah keadaan 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.

5. 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.⁹

Selain itu terdapat cara lain untuk mendeteksi heteroskedastisitas dengan melakukan uji glejser pada aplikasi SPSS. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresi nilai absolut residual dari model yang diestimasi terhadap variabel-variabel penjelas. Jika hasil output uji glejser terlihat $R > 0,1$ tingkat signifikasinya maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, namun jika $R \text{ square} < 0,1$ maka terdapat masalah heteroskedastisitas.

⁹Kumba Digdowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS), Februari 2017), Cetakan I, hlm. 108

6. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen Y. Secara umum, model regresi berganda untuk populasi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Variabel dependen

a = Konstanta

b₁ = Koefisien Regresi

b₂ = Koefisien Regresi

X₁ = Emosional

X₂ = Rasional

e = Standar error

Pengolahan data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS *Statistic version 26*.

H. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah kesimpulan pada sampel dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasi). Untuk memperoleh kesimpulan dari analisis ini maka terlebih dahulu dilakukan

pengujian hipotesis yang dilakukan secara menyeluruh simultan (Uji F), parsial (Uji t), dan Koefisien Determinasi (R^2) yang dijelaskan sebagai berikut.¹⁰

1. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Pada model linier berganda ini, akan dilihat seberapa besar kontribusi untuk variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dengan melihat 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. Untuk menghitung koefisien determinasi yaitu rumusnya sebagai berikut. Koefisien Determinasi = $R^2 \times 100\%$ dari angka koefisien determinasi (R^2) ini dapat dianalisis persentase kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.

2. Uji Parsial (uji 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. 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 10% ($< 0,1$).¹¹

¹⁰Elidawaty Purba, dkk., *Metode Penelitian Ekonomi*, (Pematangsiantar: Yayasan Kita Menulis, Juni 2021) Cetakan I, Hlm. 72.

¹¹ Syarifuddin dan Ibnu Al-Saudi, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS*, (Palangkaraya: Boby Digital Center, 2022) hlm.80-81.

3. Uji Simultan (uji F)

Uji simultan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji simultan F dapat diketahui dengan menggunakan hasil olah data SPSS pada tabel ANOVA, yaitu

- a. jika nilai $\text{Sig F} < (0,1)$, maka terdapat pengaruh yang signifikan.
- b. jika nilai $\text{Sig F} > (0,1)$ maka tidak dapat terpengaruh yang signifikan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

Bank Sumut yang sebelumnya dikenal dengan nama Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) didirikan pada Tanggal 04 November 1961 dengan Akte Notaris Rusli No. 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU No. 13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) sesuai dengan pembangunan daerah tingkat I Sumatera Utara No. 5/1965, dengan modal dan saham yang dimiliki pemerintah tingkat I dan pemerintah tingkat II se Sumatera Utara.

Salah satu yang merupakan Bank Umum Milik Daerah (BUMD) seperti Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) yang sekarang dikenal dengan nama Bank Sumut yang kepemilikannya sampai dengan saat ini sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Utara. Bank Sumut secara terus menerus melakukan perubahan sehingga mampu bertahan di tengah persaingan tersebut.

Bank Sumut selalu siap siaga dalam melihat pangsa pasar perbankan syariah yang berperan sebagai tempat pelayanan terbaik dalam melayani kebutuhan masyarakat Sumatera Utara yang ingin bertransaksi secara syariah, maka pada tanggal 04 November 2004 PT. 57 Bank Sumut membuka Unit Usaha Syariah, yaitu Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi, Kantor Cabang

Pembantu Syariah Stabat dan 76 Unit Layanan Syariah diseluruh Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu Konvensional Bank Sumut.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari tingginya minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mendapatkan layanan berbasis syariah dan telah berkembang cukup lama dikalangan Bank Sumut, terutama sejak dikeluarkannya UU No. 10 Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah, karena akibat krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997.

Selain Bank Umum yang membuka Divisi Usaha Syariah, Bank Konvensional seperti Bank Sumut juga berperan di dalamnya untuk membuka Unit/Divisi Usaha Syariah yang belum begitu optimal dalam tatanan sektor perbankan syariah, namun Bank Sumut ikut ambil resiko dalam mengembangkan jasa perbankan syariah. Pendirian Unit Usaha Syariah juga didasari pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang religius, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan terutama dalam bidang ekonomi.¹

Komitmen untuk mendirikan Usaha Unit Syariah semakin menguat seiring keluarnya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang 58 menyatakan bahwa bunga bank haram. Tentunya fatwa ini mendorong keinginan masyarakat Muslim untuk mendapatkan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Atas dasar itulah akhirnya pada Tanggal 04 Nopember 2004 PT. Bank Sumut membuka Unit Usaha Syariah dengan 2 (dua) Kantor

¹“[Http://Www.Banksumut.Co.Id/Sejarah-Bank-Sumut/](http://www.Banksumut.Co.Id/Sejarah-Bank-Sumut/) Diakses Pada Tanggal 10 Agustus 2024 Pukul 11.20 WIB”.

Cabang Syariah, yaitu Kantor Cabang Syariah Medan dan Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan.

2. Makna Logo Bank Sumut Syariah Padangsidempuan

Gambar IV. 1 Logo Bank SUMUT



Sumber: www.banksurut.co.id/budaya

Bentuk logo pada PT. Bank SUMUT menggambarkan dua elemen, yaitu dalam bentuk huruf U yang saling bersinergy memberikan huruf S yang merupakan kata awal dari SUMUT. Sebuah gambaran bentuk kerjasama yang begitu erat antara Bank SUMUT dengan masyarakat Sumatera Utara, sebagaimana yang tertera pada visi Bank SUMUT. Warna orange yang ada pada logo Bank SUMUT sebagai simbol untuk terus maju yang dilakukan dengan energik yang dipadu dengan warna biru yang sportif dan profesional, sebagaimana misi Bank SUMUT.

Warna putih dalam logo Bank SUMUT mengungkapkan ketulusan dalam melayani nasabah, sebagaimana yang ada dalam motto atau statement Bank SUMUT. Jenis huruf “platini bold” yang sederhana dan mudah dibaca. Penulisan Bank dengan huruf kecil dan SUMUT dengan huruf kapital guna lebih mengedepankan Sumatera Utara, sebagai gambaran keinginan dan dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatera Utara.

Adapun penjelasan tentang angka 8, yaitu setiap implementasi dari standar layanan Bank SUMUT masing-masing berjumlah dengan 60 delapan butir yang terinspirasi dari huruf S pada logo Bank SUMUT. Angka delapan adalah angka bulat yang tidak terputus dalam penulisannya dan melaksanakan proses pelayanan pada nasabah yang tiada henti.

3. Lokasi Bank Sumut Syariah Padangsidempuan

Adapun lokasi dimana. PT. Bank SUMUT Syariah Padangsidempuan berdiri yaitu di pusat kota Padangsidempuan

Alamat : JL. Merdeka, 12, Kantin, Sumatera Utara

Kecamatan : Padangsidempuan Utara

Kota : Padangsidempuan, Sumatera Utara 22711

Telpon : 0634-2821

4. Visi dan Misi PT. Bank SUMUT Syariah Padangsidempuan

a. Visi Perusahaan

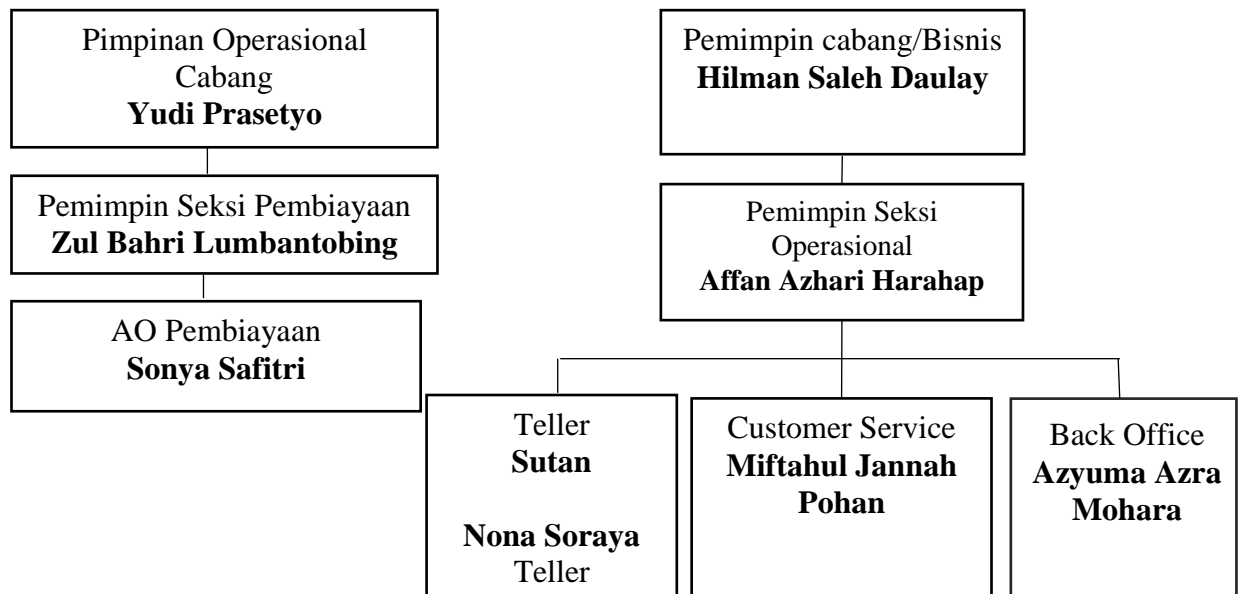
Adapun Visi dari PT. Bank Sumut Syariah adalah menjadi bank andalan bagi masyarakat untuk membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah disegala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

b. Misi Perusahaan

Adapun Misi dari PT. Bank Sumut Syariah adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat serta professional yang didasarkan pada prinsip-prinsip compliance (kepatuhan).

5. Struktur Organisasi

Gambar IV. 2
Struktur Organisasi



Sumber : PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpua

6. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab PT. Bank SUMUT Syariah

Padangsidimpuan

a. Pemimpin cabang

Tugas dan tanggung jawab pemimpin cabang, yaitu:

- 1) Memonitor dan terlaksananya pengelolaan dana promosi dalam rangka mengoptimalkan kegiatan penjualan agar tercapainya target bisnis kantor cabang.
- 2) Memonitor dan mengevaluasi kinerja unit kantor dibawahnya sesuai kewenangannya dalam rangka mengoptimalkan kinerja.

- 3) Merencanakan dan terlaksananya pengelolaan program pemasaran dan penjualan produk dan jasa serta kredit agar tercapainya target bisnis kantor cabang.
- 4) Mengontrol keterbukaan informasi di kantor cabang dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.
- 5) Terbinanya hubungan baik dengan nasabah di kantor cabang.

b. Pemimpin seksi pembiayaan

Tugas dan tanggung jawab pemimpin seksi pembiayaan, yaitu:

- 1) Mengkoordinasi proses pemeliharaan nasabah exiting dalam rangka peningkatan kepuasan nasabah..
- 2) Mengkoordinasikan dan terlaksananya kegiatan program pemasaran produk dana dan jasa serta kredit agar tercapainya target bisnis.
- 3) Melaksanakan dan mendistribusikan tugas terkait kegiatan monitoring dan suvervisi kredit sandi 1-2 sesuai ketentuan yang berlaku.

c. Pemimpin seksi operasional

Tugas dan tanggung jawab pemimpin seksi operasional, yaitu :

- 1) Mengkoordinasikan pengelolaan infranstruktur untuk mendukung operasional kantor.
- 2) Mengkoordinasikan dan menyediakan pengadaan fasilitas kerja untuk mendukung operasional bank.
- 3) Mengkoordinasikan pengamanan distribusi ulang.
- 4) Mengkoordinasikan dan menyediakan administrasi kepegawaian untuk mendukung operasional.

- 5) Mengatur rotasi tenaga alih daya/tenaga honor untuk memenuhi kebutuhan SDM Bank.

d. AO pembiayaan

Tugas dan tanggung jawab AO pembiayaan, yaitu :

- 1) Mengenalkan dan memastikan produk yang ditawarkan perusahaan bisa terdistribusi dengan baik ke nasabah
- 2) Membuat dan memproses invoice
- 3) Memeriksa ulang antara invoice dengan pembayaran dan pengeluaran
- 4) Mengelola hutang dan piutang perusahaan
- 5) Melakukan koordinasi dengan marketing

e. Customer service

Tugas dan tanggung jawab customer service, yaitu :

- 1) Melayani nasabah pada waktu pembukaan dan penutupan (giro, tabungan dan deposito)
- 2) Melayani dan menjelaskan berbagai masalah serta komplain nasabah
- 3) Memelihara ketersediaan aplikasi-aplikasi yang berhubungan dengan pembukaan/penutupan (giro, tabungan dan deposito)
- 4) Melayani setoran BPIH (Biaya Perjalanan Ibadah Haji)
- 5) Memberi informasi kepada account manager funding apabila terdapat calon nasabah potensial yang perlu dilakukan pendekatan untuk menjadi nasabah Bank sumut syariah

f. Teller

Tugas dan tanggung jawab teller, yaitu :

- 1) Sebagai penerima setoran ulang
- 2) Menghitung ulang, mengecek keaslian ulang dan mencetak saldo akhir dalam buku tabungan.
- 3) Melakukan aktifasi penerimaan sesuai SOP.
- 4) Sebagai pembayaran yang (tunai/non tunai)
- 5) Melayani transfer dana, kriling, inkaso ataupun transaksi perbankan lainnya.

g. Back office

Tugas dan tanggung jawab back office, yaitu :

- 1) Membuat dan mengelola laporan keuangan
- 2) Melakukan pengecekan dan mengontrol invoice dan pemesanan
- 3) Mengurus laporan pemasaran dan penjualan
- 4) Mengurus berkas pengembalian
- 5) Monitoring stok dan selalu melakukan pengecekan agar kondisi stok tidak habis

7. Produk-produk PT. Bank SUMUT Syariah Padangsidempuan

Adapun produk PT. Bank Sumut Syariah adalah :

a. Penghimpun Dana

1) Tabungan Smart Ib

Merupakan Tabungan dengan prinsip Muḍārabah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional di counter teller atau melalui ATM.

2) Tabungan Smart iB wadi'ah

Tabungan dengan prinsip wadi'ah yad ḍamānah (titipan dana) dan tidak ada imbal hasil yang dipersyaratkan kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari Bank.

3) Tabungan Smart iB Makbul

Produk tabungan khusus Bank Sumut UUS dengan prinsip wadi'ah yad ḍamānah yang khusus diperuntukkan untuk setoran haji dan merupakan untuk menunaikan haji. Produk ini terkoneksi secara online dengan aplikasi SISKOHAT untuk mendapatkan porsi dan pelunasan BPIH.

4) Tabungan Simpel iB

Tabungan yang diperuntukkan bagi siswa/pelajar yang diterbitkan secara nasional oleh Bank-Bank di Indonesia yang dikembangkan oleh otoritas jasa keuangan (OJK) dan komite pengembangan jasa keuangan syariah (KPJKS) dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Tabungan ini menggunakan prinsip Muḍārabah/bagi hasil yang dapat digunakan sebagai investasi yang menguntungkan dan dapat diambil kapan saja (*on call*).

5) Giro Wadi'ah

Produk penghimpunan dana dengan prinsip wadi'ah yad ḍamānah/titipan yang dapat diambil kapan saja (*on call*) menggunakan cek/giro dengan berdasarkan kesepakatan tertentu yang telah disepakati

dan tidak ada imbal hasil yang disyaratkan kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak Bank.

6) Giro Umat

Produk penghimpun dana dengan prinsip Muḍārabah/bagi hasil dapat diambil kapan saja (*on call*) menggunakan cek/giro yang dapat digunakan sebagai investasi yang menguntungkan.

7) Deposito iB Ibadah Muḍārabah

Produk penghimpunan dana simpanan berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan berdasarkan perjanjian antara nasabah dengan Bank. Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad Muḍārabah/bagi hasil.

8) Deposito iB Plus

Produk penghimpunan dana simpanan berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan berdasarkan perjanjian antara nasabah dengan Bank. Pembagian keuntungan secara maksimal dan aman serta diproteksi dengan asuransi jiwa yang dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad Muḍārabah/bagi hasil.

b. Pembiayaan

1) Pembelian Rumah Subsidi

Dukungan likuiditas kepada masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) yang pengelolaannya oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (Kementrian-PUPERA) diperuntukkan pada Pegawai/karyawan yaitu Pegawai Negeri Sipil, Pegawai Tetap/ Honor/ Out

sourcing dari Lembaga / Instansi/ BUMN/ BUMD/ Perusahaan Swasta /TNI/Polri yang berpenghasilan tetap.

2) Pembelian Rumah Komersil

Pembiayaan yang diberikan kepada perorangan untuk pembelian rumah komersil non subsidi.

3) Pembiayaan Multiguna

Penyediaan dana untuk berbagai keperluan yang bersifat konsumtif/ investasi/ modal kerja dengan prinsip jual-beli (*murabahah*) diperuntukkan untuk pegawai-pegawai pada suatu instansi yang telah melakukan *memorandum of understanding* dengan PT. Bank Sumut UUS baik *payroll* ataupun tidak *payroll* di PT. Bank Sumut UUS.

4) Pembiayaan Pensiun

Pembiayaan berupa penyediaan dana untuk berbagai keperluan yang bersifat konsumtif/ investasi/ modal kerja dengan prinsip jual-beli (*murabahah*) dengan rukun dan syarat berdasarkan prinsip syariah diperuntukkan untuk pensiunan PT. Bank Sumut maupun diluar PT. Bank Sumut.

5) Pembelian Ruko & Rukan

Pembiayaan yang diberikan kepada perorangan untuk pembelian ruko atau rukan.

6) Gadai Emas

Merupakan pinjaman (Qard) untuk keperluan konsumtif dan modal kerja dan hanya untuk jangka pendek, jaminan pinjaman adalah

emas dan dikuasai/disimpan Bank dan harga standar emas secara harian berdasarkan *buy back* logam mulia (ANTAM).

7) Fasilitas Cicil Emas

Pembiayaan dengan prinsip jual beli barang berupa emas, dimana bank memberikan fasilitas pembiayaan kepada nasabah untuk melakukan pembelian barang berupa emas batangan/lantakan, yang pembayarannya dilakukan dengan cara angsuran yang sama setiap bulan.

8) Talangan Umrah

Pembiayaan untuk keberangkatan umroh perorangan dan keluarga.

9) Line Facility Plafond

Pembiayaan investasi ataupun modal kerja kepada perusahaan berbadan hukum atau usaha.

10) Pembiayaan Murabahah Serbaguna

Pembiayaan yang ditujukan untuk pembelian/pengadaan barang modal/ produksi yang ditujukan kepada perorangan/perusahaan.

11) Modal Kerja Kontruksi Perumahan

Pembiayaan yang diberikan untuk modal membangun perumahan yang dilakukan oleh *developer*.

12) Modal Kerja Umum

Pembiayaan yang ditujukan untuk pembelian/pengadaan barang modal/produksi yang ditujukan kepada perorangan/perusahaan.

13) Modal Kerja Rekening Koran Syariah

Pembiayaan dengan skema *revolving* (berulang). Fasilitas ini diperuntukkan kepada perorangan/perusahaan yang secara bisnis membutuhkan perputaran usaha yang cepat.

14) Korporasi

Pembiayaan kepada badan usaha untuk investasi/modal kerja dengan limit pembiayaan diatas Rp. 50 miliar.

15) Pembiayaan sindikasi

Pembiayaan yang diberikan secara bersama-sama oleh dua Bank atau lebih atau perusahaan pembiayaan lainnya dengan pembagian dana, risiko, dan pendapatan (margin/ bagi hasil dana administrasi/fee) sesuai dengan porsi kepesertaan masing-masing anggota sindikasi.

B. Analisis Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Emosional (X1)

PERNYATAAN	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	0.620	Dikatakan Valid jika nilai positif dan rhitung > rtabel dengan $n = 100 - 2 = 98$ maka rtabel pada signifikan 10% = 0,164	Valid
X1.2	0.693		Valid
X1.3	0.654		Valid
X1.4	0.588		Valid
X1.5	0.571		Valid
X1.6	0.631		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 26 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji validasi pada tabel IV.1 di atas variabel X1 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan

menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh item kusioner untuk variabel X1 dinyatakan valid.

Tabel IV. 2
Hasil Uji Validitas Rasional (X2)

PERNYATAAN	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	0.569	Dikatakan Valid jika nilai positif dan rhitung > rtabel dengan $n = 100 - 2 = 98$ maka rtabel pada signifikan 10% = 0,164	Valid
X1.2	0.588		Valid
X1.3	0.717		Valid
X1.4	0.584		Valid
X1.5	0.528		Valid
X1.6	0.608		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 26 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji validasi pada tabel IV.2 di atas variabel X2 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh item kusioner untuk variabel X2 dinyatakan valid.

Tabel IV. 3
Hasil Uji Validitas Keputusan (Y)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Y.1	0.270	Dikatakan Valid jika nilai positif dan rhitung > rtabel dengan $n = 100 - 2 = 98$ maka rtabel pada signifikan 10% = 0,165	Valid
Y.2	0.325		Valid
Y.3	0.597		Valid
Y.4	0.598		Valid
Y.5	0.529		Valid
Y.6	0.501		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 26 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji validasi pada tabel IV.3 di atas variabel Y menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh item kusioner untuk variabel Y dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel VI. 4
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X1	0,696	Reliabel
X2	0,638	Reliabel
Y	0,315	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS 26 (Data Diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel VI. 4 di atas dapat dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach's Alpha* $>0,60$. Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa variabel dinyatakan reliabel karena telah melewati batas koefisien reliabilitas sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel layak digunakan sebagai alat ukur.

2. Teknik Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji normalitas

Tabel IV. 5
Hasil Pengujian Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.	1.47758702
	Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.039
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.113 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil Output SPSS 26 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel IV.5 di atas menunjukkan nilai *kolmogrov-Smirnov* adalah sebesar 0,113 yang

mengindikasikan bahwa berdistribusi normal karena tingkat signifikansinya (*asympt. Sig. 2-tailed*) sebesar $0,113 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal

2) Uji linieritas

Hasil uji linearitas untuk variabel Emosional adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 6
Hasil pengujian Uji linieritas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
EMOSIONAL * KEPUTUSAN	Between Groups	(Combined)	59.846	8	7.481	2.204	.034
		Linearity	33.282	1	33.282	9.804	.002
		Deviation from Linearity	26.565	7	3.795	1.118	.359
	Within Groups		308.904	91	3.395		
	Total		368.750	99			

Sumber: Hasil Output SPSS 26 (data diolah)

Hasil uji linearitas berdasarkan tabel Tabel IV. 6 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk hubungan antara variabel Emosional dan Keputusan adalah 0,002. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara Emosional dan Keputusan. Sedangkan hasil uji linearitas untuk Rasional dengan Keputusan adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 7
Hasil pengujian Uji linieritas

ANOVA Table			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
RASIONAL * KEPUTUSAN	Between Groups	(Combined)	36.927	8	4.616	1.289	.259
		Linearity	23.685	1	23.685	6.615	.012

	Deviation from Linearity	13.243	7	1.892	.528	.811
	Within Groups	325.823	91	3.580		
	Total	362.750	99			

Sumber: Hasil Output SPSS 26 (data diolah)

Hasil uji linearitas berdasarkan tabel Tabel IV.7 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk hubungan antara variabel Rasional dan Keputusan adalah 0,012. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear variabel Rasional dengan Keputusan terdapat hubungan yang linear.

3) Uji multikolinieritas

Tabel IV. 8
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.867	1.153
	X2	.867	1.153
a. Dependent Variabel : Y k			

Sumber: Hasil Output SPSS 26 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.8 di atas menunjukkan bahwa nilai VIF untuk X1 sebesar $1,153 < 10$, dan nilai tolerance pada variabel X1 yaitu $0,867 > 0,01$ pada variabel X2 sebesar $1,153 < 10$, dan nilai tolerance pada variabel X2 yaitu $0,867 > 0,01$ Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa pada hasil uji tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

4) Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 9
Hasil pengujian Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)		-.642	1.586	-.405	.686
Total_X1		.056	.053	.114	.294
Total_X2		.011	.053	.023	.832

Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Hasil Output SPSS 26 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji Heteroskedastisitas pada tabel IV. 9 diketahui bahwa nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,1$ dimana nilai signifikan variabel $0,686 > 0,1$ dan variabel Kemudahan $0,294 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas pada model regresi.

5) Regresi linier berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh Emosional, dan Rasional terhadap Keputusan. Hasil uji regresi berganda adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 10
Hasil pengujian Regresi linier berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)		17.237	2.518	6.845	.000
Total_X1		.195	.083	.239	.022
Total_X2		.138	.084	.168	.104

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : hasil output SPSS 26 (diolah)

Persamaan regresi didapatkan dari hasil perhitungan sebagai berikut:

$$PK = 17,237 + 0,195 X_1 + 0,138 X_2 + e$$

Penjelasan dari persamaan di atas adalah sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta sebesar 17,237 artinya jika variabel Emosional, dan Rasional bernilai 0, maka Keputusan Nasabah nilainya 17,237.
- b) Nilai Koefisien Regresi Emosional sebesar 0,195 artinya apabila variabel Emosional ditambah 1 satuan maka variabel Keputusan Nasabah naik sebesar 0,195 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor Emosional dengan Keputusan Nasabah.
- c) Nilai Koefisien Regresi Rasional sebesar 0,138 artinya apabila variabel Rasional ditambah 1 satuan maka variabel Keputusan Nasabah naik sebesar 0,138 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor Rasional dengan Keputusan Nasabah.

b. Uji hipotesis

1) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji hipotesis koefisien determinasi (R Square) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 11
Hasil pengujian Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.339 ^a	.115	.097	1.493

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y
 sumber : Hasil Output data SPSS 26 (Data diolah)

Berdasarkan tabel IV.11 hasil koefisien determinasi diatas dapat dilihat bahwa nilai R^2 diperoleh R square sebesar artinya Emosional, Rasional mampu mempengaruhi Keputusan Nasabah sebesar 1,15% sedangkan sisanya 8,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

2) Uji Parsial (t)

Hasil uji signifikan parsial (uji t) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 12
Hasil pengujian Uji parsial (t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.237	2.518		6.845	.000
	Total_X1	.195	.083	.239	2.331	.022
	Total_X2	.138	.084	.168	1.642	.104

a. Dependent Variable: Total_Y
 Hasil Output data SPSS 26 (Data diolah)

Berdasarkan pada tabel IV.12 Nilai untuk dicari pada $\alpha = 10\%$ dengan derajat kebebasan (df) = nk-1, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen, jadi df = 100-2-1= 97. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi 0,1), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1.66071 yaitu:

a) Berdasarkan hasil uji signifikan parsial pada tabel IV.12 dapat dilihat bahwa pada variabel Emosional memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,331 nilai t_{tabel} sebesar 1,661 Sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ (2,331 > 1,661) maka H_{01} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_{a1} diterima yang

berarti terdapat pengaruh Emosional terhadap keputusan nasabah memilih Bank SUMUT Syariah Padangsidimpuan.

- b) Berdasarkan hasil uji signifikan parsial pada tabel IV.12 dapat dilihat bahwa Pada variabel Rasional memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,642 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,661 sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,642 < 1,661$). Maka H_{a1} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_{01} diterima yang berarti Rasional tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah memilih Bank SUMUT Syariah Padangsidimpuan.

3) Uji Simultan (F)

Hasil uji signifikansi simultan (Uji Statistik F) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV. 13
Hasil pengujian Uji simultan (F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.047	2	14.023	6.293	.003 ^b
	Residual	216.143	97	2.228		
	Total	244.190	99			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Berdasarkan pada tabel IV.13 analisis varian (ANOVA) ditampilkan hasil uji F yang dipergunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen (motif rasional dan motif emosional) terhadap variabel dependen (pengambilan keputusan) secara simultan (secara bersama sama) Dan tabel di atas didapat nilai F_{hitung} sebesar 6,293 Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,1, $df = 2$ dan df , 97, diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,09 Karena nilai $F_{hitung} > tabel$ ($24.189 > 3,07$) dan signifikansi $< 0,1$ ($0,003 < 0,1$), maka dapat disimpulkan H_{03}

ditolak dan H_{a3} diterima dengan kata lain Emosional dan Rasional secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan Nasabah dalam memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan.

C. Pembahasan Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti uji dari judul “Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan” dengan jumlah responden 100. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Emosional Dan Rasional mempengaruhi Keputusan Nasabah sebesar 1,15% sedangkan sisanya 8,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

1. Pengaruh emosional terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Sumut Syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti bahwa adanya pengaruh secara signifikan dari faktor Emosional terhadap keputusan nasabah. Melalui uji t, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,331 dengan nilai signifikansi 0,022 dengan ini ($0,022 < 0,1$) maka H_{a3} di terima dan H_{03} ditolak.

Hal ini berarti bahwa faktor emosional berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan. Berpengaruhnya faktor emosional ditimbulkan karena nasabah memiliki pengetahuan tentang aturan-aturan Islam terutama perihal riba dan nasabah mematuhi dan menjalankan norma Islam dalam bertransaksi salah satunya ialah merasa aman karena bebas dari riba. Selain itu, faktor emosional juga berpengaruh karena nasabah merasakan kenyamanan ketika berada di ruang

tunggu yang sejuk, aman, bersih dan indah serta mendapatkan pelayanan yang sangat ramah dari pegawai Bank Sumut Syariah Padangsidempuan

Faktor emosional merupakan salah satu faktor yang lebih cenderung kepada sikap nasabah ketika memutuskan untuk menyimpan uangnya pada suatu bank dengan sudut pandang nasabah terkait ketaatan beragam untuk menghindari unsur riba, serta terkait nasabah yang tertarik akan produk bank Sumut syariah berdasarkan pemahaman nasabah tersebut mengenai produk yang sesuai dengan prinsip Syariah.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Devi Ratna Sari Habibie, Alim Murtani yang menyatakan bahwa emosional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Ini menggambarkan bahwa emosional sangatlah penting untuk meningkatkan keputusan nasabah dalam memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan.

2. Pengaruh Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih memilih Bank Sumut Syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti bahwa tidak adanya pengaruh faktor Rasional terhadap keputusan nasabah dengan ini. Melalui uji t, diperoleh t_{hitung} sebesar 1,642 dengan nilai signifikansi 0,104 ($0,104 > 0,1$) maka H_{a3} ditolak dan H_{03} diterima.

Hal ini berarti bahwa tidak terdapat pengaruh faktor rasional terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan disebabkan walaupun nasabah mendapatkan biaya pembukaan rekening dan biaya administrasi yang terbilang murah serta persyaratan pembukaan rekening

mudah, namun bagi mereka kunci utamanya adalah Bank nya harus bebas riba. Selain penyampaian informasi yang jelas dan lengkap, kantor dan mesin ATM Bank Sumut Syariah juga mudah ditemui serta fitur layanan Bank Sumut Syariah sudah berbasis digital, bervariasi dan mudah digunakan.

Faktor rasional merupakan suatu tindakan seseorang yang melewati banyak pertimbangan sebelum memutuskan untuk memilih jasa Bank Sumut Syariah. Dalam pengambilan keputusan, manusia yang bertindak secara rasional akan banyak melakukan perbandingan serta penilaian terhadap bagaimana keputusan dalam memilih jasa Bank Sumut syariah yaitu dalam hal kemudahan, keuntungan pada setiap orang adalah keuntungan yang adil sesuai dengan kesepakatan yang dilakukan serta kehandalan dalam melayani dengan baik ketika berada pada lingkungan tersebut.

Dalam penelitian ini, meskipun faktor rasional seperti bunga, biaya administrasi, dan produk bank dianggap penting dalam pengambilan keputusan, hasilnya yang menunjukkan bahwa faktor rasional tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, ada beberapa alasan yaitu Dominasi Faktor Emosional dan Sosial, Banyak nasabah lebih dipengaruhi oleh faktor emosional seperti rasa nyaman, pelayanan yang baik, atau hubungan pribadi dengan pihak bank, dibandingkan dengan perhitungan rasional seperti bunga dan biaya. Selain itu, pengaruh sosial seperti rekomendasi keluarga atau teman juga berperan besar dalam keputusan mereka, Mengingat Bank Sumut Syariah adalah bank syariah, nasabah yang memiliki keyakinan agama yang kuat

cenderung memilih bank ini berdasarkan prinsip syariah, meskipun secara rasional, bank lain mungkin menawarkan keuntungan finansial yang lebih besar, Nasabah mungkin tidak sepenuhnya memahami produk bank secara rasional atau kurang membandingkan bank satu dengan lainnya. Hal ini menyebabkan keputusan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor yang lebih praktis, seperti kemudahan akses atau kebiasaan, Kebijakan atau fasilitas yang lebih praktis, seperti kemudahan dalam layanan digital atau lokasi cabang yang dekat, juga dapat menjadi alasan penting bagi nasabah untuk memilih bank ini, meskipun secara rasional faktor lain lebih menguntungkan.

3. Pengaruh Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Bank Sumut Syariah

Secara simultan menyatakan bahwa adanya pengaruh antara variabel Emosional dan Rasional terhadap keputusan nasabah, dengan nilai F_{hitung} (24.189) > F_{tabel} (3,07). Maka H_{a3} diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti Emosional dan Rasional terhadap keputusan nasabah memilih Bank SUMUT Syariah Padangsidimpuan.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Devi Ratna Sari Habibie, Alim Murtani yang menyatakan bahwa “variabel Emosional dan Rasional berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Sumut Syariah kc.Medan”

Kesimpulannya faktor Emosional dan faktor Rasional sangat penting dalam meningkatkan keputusan nasabah memilih Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan, Kombinasi dari kedua faktor ini menciptakan keputusan

yang lebih baik bagi nasabah dalam memilih bank yang sesuai dengan prinsip syariah.

D. Keterbatasan Penelitian

Selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini peneliti menghadapi berbagai keterbatasan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan dalam penggunaan variabel independen. Dimana masih banyak variabel yang mempengaruhi Keputusan nasabah namun peneliti hanya menggunakan variabel Emosional dan Rasional.
2. Dalam penyebaran angket peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan kejujuran dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan sehingga dapat mempengaruhi data yang diperoleh.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh Faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan dengan metode analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji signifikan parsial pada tabel IV.12 dapat dilihat bahwa pada variabel Emosional memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,331 nilai t_{tabel} sebesar 1,661 Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,331 > 1,661$) maka H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh faktor Emosional terhadap keputusan nasabah memilih Bank SUMUT Syariah Padangsidempuan.
2. Berdasarkan hasil uji signifikan parsial pada tabel IV.12 dapat dilihat bahwa Pada variabel Rasional memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,642 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,661 sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,642 < 1,661$). Maka H_{a2} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor Rasional tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah memilih Bank SUMUT Syariah Padangsidempuan.
3. Faktor Emosional dan Faktor Rasional berpengaruh secara simultan (Uji F) terhadap keputusan nasabah memilih Bank SUMUT Syariah Padangsidempuan, hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai F_{tabel} sebesar 3,09 Karena nilai $F_{hitung} > tabel$ ($24.189 > 3,07$) dan signifikansi $< 0,1$ ($0,003 < 0,1$), maka dapat disimpulkan H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima.

B. Implikasi

Berdasarkan penjelasan dan kesimpulan yang telah diuraikan menyatakan bahwa variabel Emosional dan Rasional dalam penelitian ini secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, pihak bank diuntungkan karena semakin banyak nasabah mempercayai layanan pada bank tersebut sesuai Syariah dan lebih menguntungkan, maka semakin optimal profit yang diterima. Bagi pihak bank Emosional dan Rasional pada Bank Syariah Sumut Padangsidempuan dapat dijadikan manajemen sebagai bahan evaluasi pelayanan.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran-saran yang dapat diberikan peneliti adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan terutama bagi penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi Emosional dan Rasional terhadap nasabah dalam memilih Bank Sumut Syariah Padangsidempuan untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat menambahkan variabel independen dengan melihat faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lain diluar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini.

3. Keterbatasan dalam penyebaran angket peneliti selanjutnya agar lebih memantau situasi dan kondisi responden.

DAFTAR PUSTAKA

“[Http: // Www. Banksumut. Co . Id/Sejarah-Bank-Sumut/](http://www.Banksumut.Co.Id/Sejarah-Bank-Sumut/) Diakses Pada Tanggal 10 Agustus 2024 Pukul 11.20 WIB”.

Al-Arif, M, N, R. *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*, (Bandung: CV Pustaka 2014).

Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2014).

Aminah, Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 9 November 2023, pukul 11.45 WIB)

Anni Wati , Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 9 November 2023, pukul 11.06 WIB)

Angraini Puspitasari, Pengaruh Faktor Motivasi, Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Kabupaten Dompu), *Skripsi*, (Universitas Agama Islam Negeri Mataram, 2020)

Daniel Goleman, *Emotional Intelligence*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2015).

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.

Efrina Rizki , Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 9 November 2023, pukul 10.45 WIB)

Elvita Mala Sari, Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 9 November 2023, pukul 10.13 WIB)

Elidawaty Purba, dkk., *Metode Penelitian Ekonomi*, (Pematangsiantar: Yayasan Kita Menulis, Juni 2021) Cetakan I.

Etta dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Andi Offset 2014).

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2015).

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 2020).

- Hj Madziatul Churiyah, *Mengenal Ekonomi Syariah*, (Malang : Surya Pena Gemilang, 2016).
- Icek Ajzen, *Attitude, Personality, and Behavior*, New York: Open University Press, (2014).
- Juliansyah Noor, *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Dsertasi dan Karya Ilmiah, Edisi Pertama* (Jakarta: Kencana Media Group, 2014).
- Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 2* (Jakarta : PT Bumi Aksara Cetakan Ketiga).
- Kumba Digdowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS), Februari 2017), Cetakan I.
- Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa Zoelkifli Kasip (Jakarta: PT Indeks, 2015).
- Marina, Konsep Audit Dan Pengawasan Di Bank Syariah, *Journal of Islamic Studie*, (2020).
- Muchammad Fauzi, Pengaruh Faktor Rasional dan Emosional Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Baitul Mal Wa Tamwil, *Jurnal Ekonomi*, (Mei 2020).
- M. Syawal, Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 9 November 2023, pukul 10.05 WIB)
- Nofinawati, *Perbankan Syariah*, (Jakarta, Kencana, 2020).
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta : Kencana, 2014).
- Nur Kholidah dan Muhammad Arifiyanto, Faktor - Faktor Pengambilan Keputusan Peembelian Kosmetik Berlebel Halal (Jakarta: Penerbit NEM, 2020).
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran 1: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*, (Jakarta: Prenhallind, 2022).
- Nisa, Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 9 November 2023, pukul 11. 25 WIB)
- Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga), (2021).

- Satwiko, *Pengertian Kenyamanan Dalam Suatu Bangunan*, (Yogyakarta: Wignjosoebroto: 2014).
- Simamora, Bilson, *Analisis Multivariat Pemasaran*.(Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama 2014).
- Siswanto Sutujo, *Kerangka Dasar Pemasaran*,(Jakarta:Pustaka Bimahan Pressindo, 2014).
- Sugiyono, *metode penelitian bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014).
- Sunarto, *Perilaku Pelanggan*, (Yogyakarta :AMUS Yogyakarta dan CV, Ngeksigondo Utama, 2014).
- Sunaryo, Pengaruh Faktor Rasional Dan Emosional Terhadap Kepuasan Loyalitas Nasabah Baitul Mal Wa Tamwil, *Jurnal*,(Mei 2020).
- Syarifuddin dan Ibnu Al-Saudi, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS*, (Palangkaraya: Bobby Digital Center, 2022).
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*, edisi 1, cetakan 14, (Jakarta : Rajawali Pers, 2015).
- Santi Kayani, Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Banda Aceh), *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2020).
- Serly Handayani, Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec. Cibitung Kab. Bekasi), *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No 2.
- Siti Ardella Kamal , Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri KC. Curup, *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup 2019).
- Syarifuddin dan Ibnu Al-Saudi, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS*, (Palangkaraya: Bobby Digital Center, 2022).

KANTOR CABANG SYARIAH :

KANTOR PUSAT

Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 415 5100 - 451 5100
Faksimile : (061) 414 2937 - 451 2652

Nomor : 158a/KCSy02-Ops/L/2024
Lampiran : -

Padangsidimpuan, 31 Juli 2024

Kepada Yth,
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidimpuan
di -
Padangsidimpuan

H a l : Izin Riset

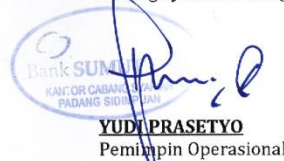
Assalamualaikum wr. wb.

Sehubungan dengan surat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan No. 1511/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/07/2024 tanggal 25 Juli 2024 perihal Mohon Izin Riset, maka dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Permohonan riset mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dengan data dibawah ini :
Nama : Nur Laila Tanjung
NIM : 2040100045
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Terhadap nama yang tersebut diatas, disetujui untuk melaksanakan riset di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan yang dilaksanakan maksimal 1 (satu) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan.
2. Selama pelaksanaan riset, mahasiswa/i tersebut dibimbing oleh Pemimpin PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dan wajib menjaga rahasia bank serta diharapkan agar mensosialisasikan keberadaan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan di lingkungannya.
3. Setelah selesai dalam penulisan skripsi, kepada mahasiswa/i tersebut diwajibkan untuk menyerahkan 1 (satu) eksemplar skripsi kepada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.

Demikian disampaikan agar dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum wr. wb.
Cabang Syariah Padangsidimpuan



YUDI PRASETYO
Pemimpin Operasional



Form yang digunakan PDDikti untuk Aplikasi PISN pada tanggal 07 November 2020 14:05:25

Berkas 2 dari 2 berkas

Cek Kelayakan

Profil Mahasiswa

Memenuhi syarat

Bahasa
Indonesia:

Perguruan Tinggi

201029 - Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Program Studi

61206 - Sarjana - Perbankan Syariah

NIM

2040100045

Nama Mahasiswa

NURLAILA TANJUNG

Status Mahasiswa

Aktif

Informasi Mahasiswa:

Mahasiswa ini merupakan mahasiswa pindahan alih bentuk/perubahan tata nama. Pencatatan PDDikti akan memenuhi syarat meskipun lebih dari 3 tahun.

Validator	Informasi Mahasiswa	Status Kelayakan
Masa Belajar ❶	4.2 Tahun	Memenuhi syarat
Jumlah SKS ❶	219 SKS	Memenuhi syarat
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) ❶	3.44	Memenuhi syarat
SKS Semester Antara ❶	0 SKS	Memenuhi syarat
NIK / No. Paspor ❶	1203216009020001	Memenuhi syarat
Pencatatan PDDIKTI ❶	2.0 Tahun	Memenuhi syarat
Akreditasi Program Studi ❶	Terakreditasi (B)	

Catatan

★ Validator yang masuk *whitelist* dan dianggap *Memenuhi Syarat*

LAMPIRAN-LAMPIRAN:

Gambar 1



Pengisian Angket Dan Dokumentasi Dengan Ibu Evita Mala Siregar
Selaku Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan

Gambar 2



Pengisian Angket Dan Dokumentasi Dengan Bapak M. Syawal Selaku
Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan

Gambar 2



Pengisian Angket Dan Dokumentasi Dengan Ibu Nisa Hul Hamidah
Selaku Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan

Gambar 3



Pengisian Angket Dan Dokumentasi Dengan Ibu Efrina Rizki Selaku
Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan

Gambar 4



Pengisian Angket Dan Dokumentasi Dengan Anni Wati Nst Selaku
Nasabah Bank Sumut Syariah Padangsidempuan