

**PENGARUH FAKTOR RASIONAL DAN FAKTOR
EMOSIONAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MEMILIH JASA PERBANKAN SYARIAH**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Serjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**MARISA FITRI
NIM. 21 401 00029**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2025

**PENGARUH FAKTOR RASIONAL DAN FAKTOR
EMOSIONAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MEMILIH JASA PERBANKAN SYARIAH**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**MARISA FITRI
NIM. 21 401 00029**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY

PADANGSIDIMPUAN

2025

**PENGARUH FAKTOR RASIONAL DAN FAKTOR
EMOSIONAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MEMILIH JASA PERBANKAN SYARIAH**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Serjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**MARISA FITRI
NIM. 21 401 00029**

Pembimbing 1



**Dra. Hj. Replita, M.Si.
NIP. 196905261995032001**

Pembimbing II



**Ya'ti Ikhwan Nasution, M.E.
NIDN. 2013099204**

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

2025

ACC Skripsi
10/6/2025



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 Kota Padangsidempuan 22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
An. Marisa Fitri

Padangsidempuan, 2025
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an Marisa Fitri yang berjudul **"Pengaruh Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pasar Gelugur Kel. Sirandurung Rantau Prapat Kec. Rantau Utara)"**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I

Dra. Hj. Replita, M.Si.
NIP. 196905261995032001

PEMBIMBING II

Ya'ti Ikhwan Nasution, M.E.
NIDN. 2013099204

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

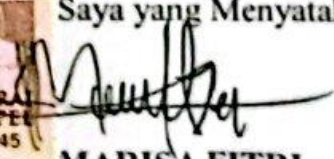
Nama : Marisa Fitri
NIM : 2140100029
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap
Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan
Syariah (Studi Kasus Pasar Gelugur Kel. Sirandurung
Rantau Prapat Kec. Rantau utara)

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Nomor 341 pasal 14 ayat 12 Tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 14 ayat 4 tahun 2023 tentang kode etik mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.



Padangsidempuan, 10...Juni 2025
Saya yang Menyatakan,


MARISA FITRI
NIM. 2140100029

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan

Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MARISA FITRI

NIM : 2140100029

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pasar Gelugur Kel Sirandurung Rantau Prapat Kec. Rantau utara)”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Padangsidimpuan
Pada Tanggal: 10. JUNI. 2025
Saya yang Menyatakan,



MARISA FITRI
NIM. 2140100029



**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, Kota Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022 Website: uinsyahada.ac.id

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : MARISA FITRI
NIM : 21 401 00029
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah

Ketua

Sry Lestari, M.E.I
NIDN. 2005058902

Sekretaris

Rini Hayati Lubis, M.P
NIDN. 2013048702

Anggota

Sry Lestari, M.E.I
NIDN. 2005058902

Rini Hayati Lubis, M.P
NIDN. 2013048702

Ya'ti Ikhwan Nasution, M.E
NIDN. 2013099204

M. Fauzan, M.E.I
NIDN. 0104048904

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Rabu, 18 Juni 2025
Pukul : 08.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/81 (A)
Indeks Predikat Kumulatif : 3,59
Predikat : Pujian



**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 Kota Padang Sidempuan 22733 Telepon (0634) 22080
Faximile(0634) 24022 Website: uinsyahada.ac

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi kasus Pasar Gelugur Kel. Sirandurung Rantau Prapat Kec. Rantau Utara)**

Nama : **MARISA FITRI**
Nim : **21 401 00029**

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

Padangsidempuan, 01 Juli 2025

Dekan



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

ABSTRAK

Nama : Marisa Fitri
Nim : 21 401 00029
Judul Skripsi : **Pengaruh Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah**

Faktor rasional adalah pertimbangan yang didasarkan pada logika, data, dan analisis objektif dalam proses pengambilan keputusan. Dalam konteks perilaku konsumen, faktor rasional mencakup aspek-aspek yang dapat diukur secara konkret, seperti harga, kualitas produk atau layanan, efisiensi, keuntungan finansial, kemudahan akses, dan informasi yang jelas. Sedangkan faktor emosional adalah pertimbangan yang didasarkan pada perasaan, nilai pribadi, pengalaman, dan hubungan emosional dalam proses pengambilan keputusan. Tidak seperti faktor rasional yang bersifat logis dan objektif, faktor emosional lebih subjektif dan berkaitan dengan aspek psikologis konsumen. Dalam penelitian ini pengaruh faktor rasional dan faktor emosional dalam memilih jasa bank syariah berkaitan dengan pertumbuhan perekonomian nasabah serta pendapatan yang di dapat dalam perbulan. Nasabah yang mempertimbangkan pendapatan serta pengeluaran dalam perbulan, tidak akan menghadapi faktor rasional dan emosional atau tergesa-gesa dalam memilih jasa perbankan syariah dan tidak terjadi penunggakan pembayaran yang berujung pada penyitaan bank. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, Populasi dalam penelitian ini yaitu berjumlah 400 pedagang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 nasabah. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan angket/kuisisioner kepada 80 responden. Dengan memakai rumus slovin dan menggunakan SPSS 23 Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, dan uji signifikansi persial (uji t), uji koefisien determinasi (uji R²).

Kata Kunci : Keputusan Nasabah, Faktor Rasional, dan Faktor Emosional

ABSTRACT

Name : Marisa Fitri
Reg Number : 21 401 00029
Thesis Title : **The Influence of Rational Factors and Emotional Factors on Customer Decisions in Choosing Islamic Banking Services**

Rational factors are considerations based on logic, data, and objective analysis in the decision-making process. In the context of consumer behavior, rational factors include aspects that can be measured concretely, such as price, product or service quality, efficiency, financial benefits, ease of access, and clear information. While emotional factors are considerations based on feelings, personal values, experiences, and emotional relationships in the decision-making process. Unlike rational factors which are logical and objective, emotional factors are more subjective and related to the psychological aspects of consumers. In this study, the influence of rational and emotional factors in choosing Islamic banking services is related to the growth of the customer's economy and the income they get per month. Customers who consider income and expenses per month will not face rational and emotional factors or rush in choosing Islamic banking services and there will be no payment arrears that lead to bank confiscation. The type of research used in this study is quantitative, The population in this study was 400 traders. The sample used in this study was 80 customers. Data collection techniques carried out by distributing questionnaires/questionnaires to 80 respondents. By using the slovin formula and using SPSS 23 Data analysis techniques used were validity test, reliability test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, and partial significance test (t test), determination coefficient test (R2 test).

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

خلاصة

الاسم : ماري س ف طري

المعرف : ٩٢٠٠٠١٠٤١٢

عنوان الرسالة : تأثير العوامل العقلانية والعاطفية على قرارات العملاء في اختيار الخدمات المصرفية الإسلامية

العوامل العقلانية هي اعتبارات تستند إلى المنطق والبيانات والتحليل الموضوعي في عملية اتخاذ القرار. في سياق سلوك المستهلك، تشمل العوامل العقلانية جوانب يمكن قياسها بشكل ملموس، مثل السعر، وجودة المنتج أو الخدمة، والكفاءة، والربح المالي، وسهولة الوصول، ووضوح المعلومات. أما العوامل العاطفية فهي اعتبارات تستند إلى المشاعر، والقيم الشخصية، والتجارب، والعلاقات العاطفية في عملية اتخاذ القرار. بخلاف العوامل العقلانية التي تتسم بالمنطقية والموضوعية، فإن العوامل العاطفية أكثر ذاتية وتتعلق بالجوانب النفسية للمستهلكين. في هذه الدراسة، يرتبط تأثير العوامل العقلانية والعاطفية في اختيار الخدمات المصرفية الإسلامية بنمو اقتصاد العميل ودخله الشهري. فالعملاء الذين يأخذون في الاعتبار الدخل والنفقات الشهرية لن يواجهوا عوامل عقلانية وعاطفية أو تسرعاً في اختيار الخدمات المصرفية الإسلامية، ولن يكون هناك تأخير في السداد يؤدي إلى مصادرة البنك. نوع البحث المستخدم في هذه الدراسة كمي، وبلغ عدد مجتمع الدراسة 400 تاجر. وبلغت عينة الدراسة 80 عميلاً. تم جمع البيانات من خلال توزيع استبيانات على 80 مستجيباً، باستخدام صيغة سلوفين وبرنامج SPSS 23. وشملت تقنيات تحليل البيانات اختبارات الصلاحية، والموثوقية، والتعدد الخطي، وعدم تجانس التباين، والانحدار الخطي المتعدد، واختبار الدلالة الجزئية (t)، واختبار معامل التحديد (R2).

الكلمات المفتاحية: قرارات العملاء، والعوامل العقلانية، والعوامل العاطفية

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr.Wb

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian "Pengaruh Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah". Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir. 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 peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary serta bapak Prof. Dr. Erawadi, M .Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan

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

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan, 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. Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A., Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary. Serta Bapak Ibu Dosen, staf dan seluruh civitas akademik di Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary yang telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary.
4. Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Ya'ti Ikhwan Nasution, M.E. selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti sehingga dapat menyelesaikan dengan baik.
5. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S.S., M. Hum, kepala UPT Pusat Perpustakaan dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Kepada Bapak Kepala Dinas Perdagangan Kabupaten Labuhanbatu dan Para Pedagang Pasar Gelugur Rantauprapat yang telah mendukung dan membantu saya dalam penelitian ini sehingga peneliti bisa sampai pada tahap skripsi.
7. Teristimewa kepada cinta pertamaku Ayahanda Mahrudin dan Ibunda Siti Aisyah tercinta yang kasih sayangnya tidak bisa dibalas dengan apapun, yang telah memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya. Memberikan dukungan moral dan materil demi kesuksesan studi peneliti sampai saat ini. Memberikan do'a yang tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan beliau dengan surga Firdaus-Nya. Serta adik saya Safridah dan Ema yanti yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan, motivasi dan kasih sayang penuh kepada peneliti, karena keluarga selalu menjadi tempat teristimewa bagi peneliti.
8. Teruntuk teman seperjuanganku Nur Alaina Nasution dan Cindy Laura yang turut menyemangati peneliti dan tiada hentinya memberi dukungan kepada peneliti, sudah bersedia memberikan solusi, pemahaman dan motivasi yang bermanfaat bagi peneliti, semoga Allah SWT selalu mempermudah jalan dan urusan kita.
9. Terimakasih Kepada Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2021 khususnya PS 2 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang turut ikut mempermudah peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dan selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.

10. Terakhir, terima kasih kepada wanita sederhana yang memiliki impian besar, namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, yaitu diriku sendiri, Marisa Fitri, anak pertama yang selalu merasa jadi panutan adik-adiknya, terimakasih sudah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sendiri sampai selesai. Berbahagialah selalu dengan dirimu sendiri, rayakan kehadiranmu dan apa yang seharusnya kamu rayakan semoga menjadi berkah dimanapun kamu berada. Jangan sia-siakan doa yang selalu kamu langitkan dan yakin Allah sudah merencanakan dan memberikan porsi terbaiknya untuk perjalananmu. Semoga Allah selalu meridhai setiap langkah serta menjagamu dalam lindungannya. Aamiin.

Ungakapan terimakasih, peneliti hanya mampu berdoa semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti, diterima disisi-Nya dan dijadikan-Nya amal saleh serta mendapatkan imbalan yang setimpal, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran bersifat memperbaiki. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wassalaamu'alaikum Wr.Wb

Padangsidempuan, 2025
Peneliti,

MARISA FITRI
NIM 21 401 00029

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Pedoman konsonan bahasa Arab yang dalam sistem 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 transliterasinya 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	sa	ṣ	es (denga titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	s (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	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
ه	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.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	fathāh	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda	Nama	Gabungan	Nama
.....يْ	fathāh dan ya	Ai	a dan i
وْ.....	fathāh dan wau	Au	a dan u

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

Haerkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....اَ.....ى	fathāh dan alif atau ya	ā	a dengan garis di atas
ى.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
وْ.....وْ	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathāh, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhirkatanya *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 (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem 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 diberitanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

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

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah 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.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan 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*, mau pun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata 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 harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

LEMBAR PENGESAHAN DEKAN

ABSTRAKi

KATA PENGANTAR..... iv

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN ix

DAFTAR ISI..... xiv

DAFTAR TABELxvii

DAFTAR GAMBAR.....xviii

DAFTAR LAMPIRAN xix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Definisi Operasional Variabel.....	12
F. Tujuan Penelitian.....	14
G. Kegunaan Penelitian	14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	16
1. Perbankan Syariah.....	16
a. Pengertian Bank Syariah	16
b. Jasa Bank Syariah.....	18
c. Produk Bank Syariah.....	19
d. Teori Bank Syariah.....	20
e. Indikator Jasa Bank Syariah	20
2. Keputusan Nasabah.....	22
a. Pengertian Keputusan	22
b. Teori Keputusan Nasabah.....	23
c. Pengertian Nasabah.....	25

d. Indikator Pengerian Keputusan.....	26
e. Pengaruh Keputusan Faktor Rasional dan Emosional ..	27
3. Faktor Rasional	28
a. Penegrtian Rasional	28
b. Faktor Rasional	29
c. Teori Rasional.....	29
d. Indikator Faktor Rasional	30
e. Faktor Rasional Berpengaruh Terhadap Keputusan	32
3. Faktor Emosional	32
a. Pengertian Faktor Emosional.....	32
b. Pengertian Emosional	33
c. Teori Emosional.....	33
d. Indikator Faktor Emosional	34
e. Faktor Emosional Berpengaruh Terhadap Keputusan ..	35
B. Penelitian Terdahulu	36
C. Kerangka Berpikir.....	43
D. Hipotesis Penelitian.....	44

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	45
B. Jenis Penelitian.....	45
C. Populasi dan Sampel.....	45
1. Populasi	45
2. Sampel.....	46
D. Instrumen Pengumpulan Data.....	47
1. Angket	47
2. Interview.....	48
3. Dokumentasi.....	49
E. Metode Analisis Data	49
1. Analisis Deskriptif.....	49
2. Uji Validitas	50
3. Uji Reliabilitas.....	50
F. Teknik Analisis Data.....	51
1. Uji Asumsi Klasik	51
a. Uji Normalitas	51
b. Uji Multikolonieritas	52
c. Uji Heteroskedestisitas	52
2. Analisis Regresi Linier Berganda	53
3. Uji Hipotesis.....	54
a. Uji Persial (Uji t)	54
b. Uji Simultan (Uji f)	54
c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	55

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	56
1. Sejarah Rantau Prapat	56

2. Sejarah Pasar Gelugur	58
3. Peran Pasar Gelugur	59
B. Karakteristik Responden	60
1. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	61
2. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	62
C. Analisis Deskriptif	62
D. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	63
1. Uji Validitas	63
2. Uji Reliabilitas.....	67
E. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	68
1. Uji Normalitas	68
2. Uji Multikolonieritas	69
3. Uji Heteroskedastisitas	70
4. Analisis Regresi Linier Berganda	70
F. Hasil Uji Hipotesis.....	72
1. Uji Siknifikansi Persial (Uji T)	72
2. Uji Siknifikansi Simultan (Uji F)	73
3. Uji Determinasi (Uji R ²)	74
G. Hasil Pembahasan Penelitian	74
H. Keterbatasan Penelitian	78

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN.....	80
B. SARAN	80

DAFTAR FUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Jumlah Pedagang	10
Tabel I. 2 Defenisi Operasional Variabel.....	13
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel III. 1 Pengukuran Skala Likert	48
Tabel IV. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel IV. 2 Analisis Deskriptif	62
Tabel IV. 3 Hasil Out Put Keputusan Nasabah.....	64
Tabel IV. 4 Uji Validitas Keputusan Nasabah	64
Tabel IV. 5 Hasil Out Put Faktor Rasional	65
Tabel IV. 6 Uji Validitas Faktor Rasional	66
Tabel IV. 7 Hasil Out Put Faktor Emosional	67
Tabel IV. 8 Uji Validitas Faktor Emosional	68
Tabel IV. 9 Uji Reliabilitas	68
Tabel IV. 10 Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov Test	69
Tabel IV. 11 Uji Multikolonearitas	70
Tabel IV. 12 Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel IV. 13 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel IV. 14 Uji Signifikansi Persial (Uji t)	73
Tabel IV. 15 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	74
Tabel IV. 16 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kerangka Berpikir	43
Gambar IV. Gambar Karakteristik Berdasarkan Usia.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 : Pengesahan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 3 : Mohon Izin Riset
- Lampiran 4 : Izin Penelitian
- Lampiran 5 : Tabulasi Angket
- Lampiran 6 : Uji Validitas
- Lampiran 7 : Hasil Nilai t Hitung
- Lampiran 8 : Hasil Nilai r Hitung
- Lampiran 9 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 10 : Uji Normalitas
- Lampiran 11 : Uji Multikolinearitas
- Lampiran 12 : Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 13 : Uji Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 14 : Uji Hipotesis
- Lampiran 15 : Dokumentasi Penyebaran Angket

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank sebagai salah satu lembaga pada industri keuangan yang bergerak pada bidang pelayanan jasa, harus memberikan pelayanan terbaiknya untuk dapat memenangkan persaingan dalam situasi yang bergerak maju dengan sangat cepat serta semakin kompetitif. Masing-masing bank harus mempertimbangkan konsep pelayanan terbaik untuk nasabahnya dalam menghadapi lembaga persaingan yang semakin ketat. Kotler mengemukakan bahwa keputusan yaitu sebuah proses pendekatan dalam penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.¹

Jasa adalah layanan atau aktivitas yang ditawarkan oleh seseorang atau sesuatu organisasi kepada orang lain, yang umumnya berupa bantuan atau pelayanan yang tidak menghasilkan barang fisik. Jasa ini melibatkan interaksi antara penyediaan dan penerima jasa, dan sering kali berkaitan dengan kebutuhan atau permintaan spesifik dari penerima. Dalam konteks perbankan syariah, jasa mengacu pada layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam

¹ Abdul Nasser Hasibuan, *Audit Bank Syariah* (Jakarta: Kencana, 2020), hlm 34

dalam perbankan syariah biasanya mencakup berbagai produk layanan yang tidak melibatkan unsur *riba* (bunga), *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (judi).

Secara ilmiah, jasa dapat didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang melibatkan interaksi antara penyedia jasa dan penerima jasa, dimana penyedia jasa menawarkan keahlian, waktu, atau keterampilan untuk keinginan pelanggan tanpa menghasilkan barang fisik yang dapat dipindahkan atau disimpan. Jasa juga tidak dapat diraba atau dilihat sebelum dikonsumsi, jasa juga dapat bervariasi dalam kualitas dan cara penyampainya tergantung pada siapa yang menyediakannya dan bagaimana cara penyampainnya. Jasa juga tidak dapat disimpan untuk pengguna dimasa depan, dan jasa sering kali melibatkan interaksi langsung antara penyedia dan penerima jasa, seperti dalam pelayanan pelanggan atau konsultasi.²

Menurut teori Nugroho J. Setiadi, pengaruh faktor rasional terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa bank syariah adalah, faktor rasional menyatakan bahwa para konsumen memilih sasaran berdasarkan pada kriteria yang benar-benar obyektif seperti ukuran, berat, harga, dan sebagainya. 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

² Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, (Jakarta: Media Raja Grafindo Persada, 2017) hlm, 349.

margin berdasarkan mahal dan murah nya serta besar dan kecilnya. Hal ini berbanding terbalik dengan faktor emosional yang tidak menghiraukan hal tersebut dimana faktor rasional amat menekankan hal tersebut.³

Rasional merupakan pencapaian dalam berpikir kemudian menimbang nya dengan logis atau mampu dicerna oleh akal untuk melakukan sesuatu sehingga mampu memiliki daya tahan yang baik. Motivasi rasional berfokus pada kegiatan yang berisi ajakan dalam berpikir secara logis dan rasional atas dasar kenyataan dalam pemahaman alternatif terhadap pemilihan produk dan jasa yang konsumen itu sendiri mampu menilainya dari segi manapun, seperti kualitas yang baik, harga yang relative murah, kapasitas barang, lokasi yang strategis, dan efisiensi dalam penggunaanya yang semuanya mampu memenuhi kebutuhan konsumen itu sendiri. Dalam mengatasi permasalahan ekonomi, tentunya masyarakat mempertimbangkan jasa perbankan apa yang akan dipilihnya, banyak faktor yang akan dipertimbangkan dalam setiap mengambil keputusan yang akan diambil. Sistem bagi hasil menjadi alasan masyarakat dalam mengambil jasa pada perbankan syariah, dimana keuntungan memiliki peran penting dalam pengalihan penggunaan pada jasa perbankan syariah.⁴ Selain itu. Jika nasabah sudah mempertimbangkan apa yang ingin diambilnya dengan keadaan yang sadar, dengan membandingkan penghasilan yang di dapat dalam perbulan,

³ Nugroho J. Setiadi, *Emosional, Rasional, Regulasi*, (Madura: Madura Press 2024), hlm 7-9.

⁴ Thamrin Abdullah, *Bank Dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012) hlm, 40.

apakah usahanya layak untuk memakai jasa bank syariah sangat memicu agar tidak terjadi gangguan pembayaran bulanan kepada pihak bank.

Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara yang telah dilakukan bersama bapak Jamal pedagang baju yang ada di pasar gelugur rantauprapat mengatakan bahwa “bapak pernah memakai, dan mengambil jasa bank syariah tetapi bingung dalam memilih jasanya dikarenakan kurangnya penjelasan yang diberikan pihak bank”.⁵

Menurut Bapak ismail, penjual baju dipasar gelugur rantauprapat mengatakan bahwa “kurangnya informasi produk yang didapat para nasabah sehingga nasabah berpikir terlalu lama dalam mengambil keputusan dalam memilih jasa bank syariah”.⁶

Melalui wawancara Ibuk Timah yang merupakan pedagang ikan asin di pasar gelugur mengatakan bahwa “kurangnya keyakinan dan pemahaman kami tentang pembagian hasil bank syariah sehingga sulit membedakan jasa bank syariah”.⁷

Menurut Teori Daniel Goleman, pengaruh faktor emosional terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa bank syariah yaitu, faktor emosional dalam memilih jasa bank syariah, terkesan terburu-buru tanpa mempertimbangkan kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi untuk jangka panjang. Emosional diatas, 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, dan sebagainya. Nasabah yang bersifat emosional, dimana mereka lebih mengedepankan aspek religius atau rohani seperti menggunakan

⁵ Jamal, *Wawancara* (Rantau Prapat, 2 November 2024, Pukul 14:46 WIB).

⁶ Ismail, *Wawancara* (Rantau Prapat, 3 November 2024 Pukul 10 :34 WIB).

⁷ Timah, *Wawancara* (Rantau Prapat, 1 November 2024, Pukul 14: 15 WIB).

perbankan syariah dalam segala transaksi tanpa ada dorongan atau pengaruh marketing perbankan.⁸

Emosional adalah faktor yang berhubungan dengan gaya hidup seseorang berupa kepuasan dan didorong untuk bertindak, biasanya emosi merupakan reaksi terhadap rangsangan dari luar dan dalam diri individu. Emosi merupakan motivator perilaku dalam arti meningkatkan, tapi juga dapat mengganggu perilaku emosional manusia, emosi merujuk pada perasaan dan pikiran-pikiran khasnya. Hal ini diperkuat dari hasil penelitian Rahmi Mulyani yang menyatakan bahwa. Faktor emosional merupakan dorongan internal seseorang untuk menentukan sesuatu pada konteks ini untuk memilih suatu produk dan jasa beralaskan evaluasi subyektif seperti perasaan, kebanggaan, status, harga diri, dan sebagainya. Faktor emosional berkaitan dengan tingkat religiusitas nasabah serta kesesuaian produk dengan prinsip-prinsip syariah, yang memprioritaskan aspek spiritualitas dalam transaksi.⁹

Menurut teori Ceta Indra Lesmana, dampak akibat kurangnya pemahaman tentang pengaruh faktor rasional dan faktor emosional terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa bank syariah, seperti kurangnya pertimbangan yang diambil saat ingin melakukan pemilihan dalam jasa bank syariah sangat berdampak buruk, seperti kurangnya pertimbangan risiko rasionalitas yang sering menyebabkan orang mengabaikan konsekuensi buruk yang dapat terjadi. Seseorang yang tidak memikirkan konsekuensi keuangan

⁸ Daniel Goleman, *Emotional Intelligence*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2015), hlm, 411.

⁹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Unitomo Press, 2019) hlm, 10,.

dalam mengambil jasa bank syariah tanpa rencana pembayaran, dapat menghadapi kebangkrutan yang dapat memicu masalah lain. Jika seseorang yang mengambil jasa bank syariah dalam keadaan tekanan, suasana hati yang buruk atau dalam rayuan karyawan untuk mengambil jasa tersebut, juga dapat memicu tindakan tanpa memikirkan dan tidak mempertimbangkan risiko, dan akan terjadi penyesalan setelah situasi menjadi lebih stabil. Dengan menawarkan produk dan jasa yang sesuai dengan hukum syariah, bank syariah dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat yang berpegang pada prinsip-prinsip Islam untuk berpartisipasi dalam sistem keuangan. Jasa dalam bank syariah seringkali melibatkan inovasi produk keuangan yang sesuai dan bank syariah juga memainkan peran penting dalam edukasi dan meningkatkan kesadaran mengenai prinsip-prinsip syariah dan selalu mendidik nasabah tentang cara berinteraksi sesuai dengan hukum Islam.¹⁰

Nasabah yang memakai jasa bank syariah harus dipastikan sanggup dalam mencicil bulanan yang telah ditetapkan oleh pihak bank, karena kelancaran dalam pembayaran cicilan sangat berpengaruh terhadap proses perekonomian dan memastikan lancar atau tidaknya pengambilan yang telah nasabah lakukan. Nasabah yang mengambil jasa bank syariah dalam keadaan terburu-buru, dan dalam rayuan agar mengambil jasa tersebut, akan menimbulkan masalah dimasa mendatang karena tidak sanggup dalam membayar bulanan kepada pihak bank yang berakibatkan penunggaan yang berkepanjangan, dan berujung kepada penyitaan oleh pihak bank. Oleh sebab

¹⁰ Ceta Indra Lesmana, *Emosional Dan Rasional Dalam Bank Syariah*, (Jakarta: Media Press 2021) hlm, 38

itu nasabah yang ingin memakai jasa bank syariah harus memikirkan apakah pendapatan perbulanya bisa mencicil bayaran yang akan diambilnya dan memastikan bahwa dengan memakai jasa bank syariah usahanya akan jauh lebih berkembang sehingga tidak ada kendala yang akan memicu pihak-pihak yang bersangkutan.

Hal ini dibuktikan dari wawancara yang telah dilakukan bersama ibu Masnah penjual sembako di pasar gelugur mengatakan “kurangnya penjelasan produk-produk yang ditawarkan, setara pelayanan yang kurang ramah”.¹¹

Menurut Bapak Imus penjual ikan asin di pasar gelugur rantau prapat, mengatakan bahwa “kurangnya pemahaman tentang apa itu faktor rasional dapat mempengaruhi keputusannya dalam mengambil jasa yang ada pada bank syariah”.¹²

Bapak Arif pedagang ikan laut di pasar gelugur rantau parapet mengatakan bahwa “Kurangnya informasi yang diberikan pihak bank kepada para nasabah”.¹³

Menurut teori Reza Mubarak, pengaruh keputusan nasabah dalam memilih jasa bank syariah yaitu, keputusan nasabah dipengaruhi oleh kombinasi faktor rasional dan faktor emosional, nasabah mempertimbangkan keunggulan produk dan layanan yang ditawarkan seperti bebas riba, transparansi dalam pembayaran dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Secara keseluruhan, keputusan nasabah didasarkan pada keinginan untuk memperoleh manfaat ekonomi sekaligus menjalankan nilai-nilai yang menjadikan bank syariah sebagai pilihan yang selaras dengan kebutuhan praktis dan keyakinan. Dalam mengambil keputusan untuk memilih jasa yang digunakan terdapat faktor rasional yang memengaruhi keputusan nasabah.

¹¹ Masnah, *Wawancara* (Rantauprapat, 5 November 2024 Pukul 11: 20 WIB).

¹² Imus, *Wawancara* (Rantau Prapat, 29 Oktober 2024, Pukul, 10:35 WIB).

¹³ Arif, *Wawancara* (Rantau Prapat, 30 Oktober 2024, Pukul 11:00 WIB)

melibatkan pemilihan suatu tindakan di antara dua pilihan atau lebih, dan orang yang ingin memilih harus mempunyai pilihan lain. Akibatnya, pengambilan keputusan merupakan proses integratif yang melibatkan penggabungan pengetahuan untuk menilai dan memilih di antara dua atau lebih kemungkinan tindakan. Pengambil keputusan harus mampu memilih dari berbagai pilihan yang ada. Dalam mengatasi permasalahan ekonomi, tentunya masyarakat mempertimbangkan jasa perbankan apa yang akan dipilihnya, banyak faktor yang akan dipertimbangkan dalam setiap mengambil keputusan yang akan diambil.¹⁴

Keputusan merupakan bagian atau salah satu elemen penting dari perilaku nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomi. Secara umum, perilaku pengambilan keputusan untuk membeli atau mempergunakan jasa tertentu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, harga, servis yang ditawarkan, lokasi, kemampuan tenaga penjual, dan periklanan.¹⁵ Layanan jasa seperti, *wakalah*, bank bertindak sebagai wakil untuk berbagai transaksi keuangan nasabah, misalnya dalam pengelolaan rekening dan transfer dana. *Kafalah* yaitu, jasa penjaminan atau garansi, seperti dalam asuransi syariah atau *letter of credit* untuk perdagangan internasional. Rahn yaitu, jasa gadai yang menawarkan pinjaman dengan jaminan barang bergerak atau aset lainnya.¹⁶

¹⁴ Reza Mubarak, *Emosional, Rasional, Regulasi*, (Madura, Madura Press 2024) hlm, 8-9.

¹⁵ Marsya Surinabila (Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Membuka Rekening Bank Bsi Di Lingkup Mahasiswa Uhamka), *Jurnal Cakrawala Ilmiah* Volume 2, No. 6 (Januari 28, 2023), hlm 40.

¹⁶ Abdul Nasser Hasibuan, *Audit Bank Syariah*. (Jakarta: Kencana 2020), hlm 34.

Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara yang telah dilakukan bersama bu Limah penjual kosmetik di pasar gelugur mengatakan bahwa, “gagal untuk memakai jasa bank syariah karena merasa terburu-buru untuk mengambil atau memakai jasa bank syariah dan kurangnya pemahaman tentang akad-akad yang ada”.¹⁷

Ibu Roswani pedagang tepung dan alat-alat pembuatan kue mengatakan bahwa. “Kurangnya pemahaman tentang akad-akad yang ada pada jasa bank syariah”.¹⁸

Ibu Iyus pedagang kosmetik di pasar gelugur mengatakan bahwa “tidak pernah memakai jasa bank syariah karna tidak berminat tentang jasa-jasanya”.¹⁹

Bapak Buyung pedagang ikan asin di pasar gelugur mengatakan bahwa “ mengambil jasa bank syariah harus dengan kesadaran penuh dan tidak dalam tekanan orang lain”.²⁰ Ibu Siti pedagang pakaian di pasar gelugur rantau prapat mengatakan bahwa “Sulit mengambil keputusan karena pengaruh emosi yang terburu-buru”.²¹

Pasar gelugur adalah salah satu dari pasar yang ada di kota Rantau Prapat yang masih aktif hingga saat ini. pasar gelugur terletak di jl.gelugur silandorung, kota Rantau Prapat, kabupaten labuhan batu, sumatera utara, pasar ini diresmikan pada juni 2009. Menurut data bahwa masih banyak kios yang masih kosong didalam pasar gelugur Ranta Prapat, pajak gelugur memiliki 2 lantai keatas sementara itu yang masih terisi penuh hanya di lantai satu saja, jadi masih banyak ruko dan kios yang belum terisi, jumlah pedagang yang masih aktif sekitar kurang lebih 400 pedagang dengan jenis

¹⁷ Limah, *Wawancara* (Rantau Prapat 4 November 2024, Pukul, 13:15 WIB).

¹⁸ Roswani, *Wawancara* (Rantau Prapat 4 November 2024, Pukul 10 :55 WIB).

¹⁹ Iyus, *Wawancara* (Rantau Prapat, 28 Oktober 2024, Pukul 11:00 WIB)

²⁰ Buyung, *Wawancara* (Rantau Prapat, 28 Oktober 2024, Pukul 12:30 WIB)

²¹ Siti, *Wawancara*, (Rantau Prapat, 5 November 2024, Pukul 10:25 WIB)

jualan yang berbeda-beda dan masih banyak yang memakai jasa konvensional dan mayoritas pedagang banyak non muslim.²²

Tabel I.1 Jumlah pedagang

No	Tahun	Jumlah Pedagang
1.	2022	400
2.	2023	400
3.	2024	390

Sumber. Daftar NKR Pasar Tradisional Kode 2935

Dalam penelitian ini, data keputusan nasabah dalam memilih jasa bank syariah diambil pada tahun 2023, karena setelah observasi pertama terdapat sebanyak 80 nasabah yang memakai jasa bank syariah. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, yang dimana kesadaran dan keseriusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah yang mengakibatkan penunggaan dalam melakukan pembayaran bulanan kepada pihak bank, kurangnya pemahaman dan kejelasan yang diberikan pihak bank tentang jasa dalam perbankan syariah kepada nasabah. Kurangnya pemahaman nasabah tentang hukum-hukum dan prinsip yang dimiliki bank syariah, sehingga sulit dalam memilih jasa bank syariah. Kurangnya dan terbatasnya produk dan layanan dalam bank syariah. serta kurangnya pemahaman nasabah tentang faktor emosional dan faktor rasional sehingga sulit memilih jasa dalam bank syariah. Kurangnya pelayanan, dan penjelasa yang didapat pihak nasabah sehingga

²² Vivi Meilin Sarah, (Pengelolaan Pasar Gelugur Rantau Prapat di Kabupaten Labuhan Batu) . *Skrpsi Thesis*, Universitas Medan Area, 2020, hlm 34.

nasabah lama dalam mengambil keputusan. dan kurangnya kepercayaan yang diberikan nasabah kepada pihak bank. Sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian lebih dalam lagi dengan judul tentang **“Pengaruh Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah”**.

B. Identifikasi Masalah

Langkah pertama penelitian dan pengembangan adalah identifikasi masalah, semua penelitian berawal dari masalah yang diajukan. Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan, maka peneliti mengidentifikais masalah Tentang Pengaruh Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah Studi Kasus Pasar Gelugur Kel. Sirandurung Rantau Prapat Kec. Rantau Utara Kab. Labuhanbatu).

1. Kurangnya kepercayaan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.
2. Kurangnya pemahaman dan kejelasan yang diberikan pihak bank tentang jasa dalam perbankan syariah kepada nasabah.
3. Kurangnya pemahaman nasabah tentang hukum-hukum dan prinsip yang dimiliki bank syariah, sehingga nasabah lalai dalam melakukan tugasnya.
4. Nasabah yang mengambil jasa bank syariah tidak memanilisir terlebih dahulu pendapatan yang didapatnya dalam perbulan sehingga terjadi penunggan dalam pembayaran..
5. Kurangnya pemahaman nasabah tentang faktor emosional dan faktor rasional sehingga sulit memilih jasa dalam bank syariah.

C. Batasan Masalah

Dengan adanya suatu permasalahan yang dijelaskan di latar belakang maka untuk memberikan arah yang lebih jelas, dalam penelitian ini penulis membatasi pada masalah-masalah yang terkait dengan Pengaruh Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah Indonesia di KCP Rantauprapat.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas serta pengamatan yang telah dilakukan, maka permasalahan yang diperoleh dari penelitian ini yaitu:

1. Apakah faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.
2. Apakah faktor emosional berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.
3. Apakah faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.

E. Defenisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang digunakan, yang dimana variabel Y adalah Keputusan Nasabah, variabel X_1 Faktor Rasional, variabel X_2 Faktor Emosional. Defenisi operasional dibuat untuk menerangkan beberapa istilah sebagai berikut:

Tabel I. 2 Defenisi Operasional Variabel

No	Varibael	Defenisi	Indikator	Skala
1.	Keputusan nasabah (Y)	keputusan nasabah adalah suatu tindakan yang dilakukan nasabah dalam memilih satu alternatif dari serangkaian alternatif yang ada. Penganmbilan keputusan nasabah merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternative pilihan keputusan, artinya bahwa nasabah dapat membuat keputusan, haruslah tersedia alternatif lainnya. ²³	a. Produk dan jasa sesuai dengan prinsip syariah. b. Pertimbangan harga bebas riba. c. Mengetahui akad- akad dan hukum dalam perbankan syariah. d. Menegtahui produk dan jasa. ²⁴	likert
2.	Faktor Rasional (X ₁)	Faktor rasional dapat mempengaruhi pemikiran dan pengetahuan nasabah, seperti mempertimbangkan keuntungan, bagi hasil, bonus yang diterima, dan kemudahan fasilitas yang diperoleh. ²⁵	a. Keuntungan dan perasaan. b. Kenyamanan dan keamanan. c. Pertimbangan risiko. d. Mengetahui akad- akad dan hukum dalam perbankan syariah.	likert

²³ Munadiati,(Analisis Faktor Emosional Dan Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Menabung Di BSI Kantor Cabang Langsa 2), *ASNAF : Journal of Economic Welfare, Philantrophy, Zakat and Waqf* Volume 3, no. 1 (2024) hlm 31.

²⁴ Ghozali Maski, “Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen Dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang,” *Journal Of Indonesian Applied Economics* 4, No. 1 (2010).

²⁵ Devi Ratna Sari Habibie And Alim Murtani, “Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Pt. Bank Sumut Syariah Kcpsy Marelان Raya,” *Transformasi: Journal Of Economics And Business Management* 2, No. 1 (February 13, 2023) hlm, 122

	Faktor Emosional (X ₂)	Faktor emosional merupakan faktor yang menjadi pertimbangan konsumen ketika akan membeli produk dengan mempertimbangkan pada status sosial, kenyamanan, dan juga keamanan konsumen. ²⁶	a. Kesadaran penuh. b. Keamanan, dan kepercayaan. c. Tidak terburu-buru d. Produknya lebih jelas. e. Pertimbangan emosi dan perasaan.	likert
--	------------------------------------	---	---	--------

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui apakah faktor emosional berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam perbankan syariah.
2. Untuk mengetahui apakah faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam perbankan syariah.
3. Untuk mengetahui apakah faktor rasional dan faktor emosional berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak kampus dan sebagai tambahan referensi bagi peneliti berikutnya.

2. Bagi penulis

²⁶ Sherly, (Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec. Cibitung Kab. Bekasi), *Jurna Ekonomi Bisnis Islam*, Volume 4, No 4 2022, hlm. 37

Penelitian ini sebagai sarana penambah pengetahuan dan wawasan, tentang pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.

3. Bagi pedagang

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa pentingnya pelayanan nasabah, keputusan nasabah, kenyamanan dan akses lebih cepat dalam melakukan hal apapun.

4. Bagi bank syariah

Dapat dijadikan sebagai catatan untuk mengoreksi agar dapat meningkatkan pelayanan, kenyamanan, keamanan serta lebih meningkatkan tentang prinsip-prinsip islam.

5. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini bertujuan sebagai gambaran kepada peneliti yang ingin meneliti tentang jasa dalam bank syariah dan yang bersangkutan dengan faktor rasional dan emosional.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Perbankan Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank bukanlah suatu hal yang asing bagi masyarakat di negara maju. Masyarakat di Negara maju sangat membutuhkan keberadaan bank, bank dianggap sebagai suatu lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di negara maju antara lain aktivitas penyimpanan dana, investasi, pengiraman uang dari satu tempat ketempat lainnya atau dari satu daerah ke daerah lainnya dengan cepat dan aman.²⁷ Bank juga merupakan salah satu lembaga yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian suatu negara, bahkan pertumbuhan bank di suatu negara dipakai sebagai ukuran pertumbuhan perekonomian negara tersebut.²⁸

Menurut *Kasmir* bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit serta bentuk-bentuk lainnya guna untuk

²⁷ Ismail, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi* (Jakarta. Kencana, 2018) hlm 205

²⁸ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah* (Jakarta: Gema Insani. 2007) hlm, 24,

meningkatkan taraf hidup masyarakat.²⁹ Melalui pembahasan diatas Allah swt telah berfirman dalam Al- Qur'an Surah Al- Baqarah ayat 275 tentang larang mengambil riba, yaitu:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

Terjemahan

Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka mereka kekal di dalamnya.³⁰

Tafsiran ayat yang berkaitan dengan perbankan syariah. Iyalah, pengharaman Riba Secara Tegas, ayat ini menegaskan bahwa riba adalah perbuatan yang sangat tercela dalam Islam. Allah menggambarkan para pelaku riba sebagai orang yang tidak waras, karena mereka secara sadar menolak larangan Allah dan

²⁹ Rahmad Annam, *Audit Bank Syariah* (Jakarta, Kencana 2023) hlm, 5

³⁰ Q.S Al-Baqarah Ayat: 275.

membandingkan riba dengan jual beli. Dalam konteks perbankan syariah, prinsip dasar yang dipegang adalah pelarangan riba (bunga). Oleh karena itu, bank syariah tidak menggunakan sistem bunga dalam transaksi keuangannya, tetapi menggantinya dengan akad-akad yang halal seperti murabahah (jual beli), mudharabah (bagi hasil), dan ijarah (sewa).

b. Jasa Bank Syariah

Jasa dalam perbankan syariah merujuk pada segala bentuk layanan atau produk yang diberikan oleh bank syariah kepada para nasabahnya dengan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariat islam. Secara ilmiah, konsep jasa dalam perbankan syariah telah dikaji dalam perspektif hukum islam (*fiqh muamalah*) yang menekankan pada penghindaran riba, gharar, maysir dalam transaksi. Seperti yang tercantum dalam UU Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008, bank syariah mempunyai beberapa fungsi, tidak hanya sebagai lembaga perhimpunan dan penyaluran dana tetapi juga berlaku sebagai lembaga jasa. Jasa perbankan adalah pelayanan bank terhadap nasabah dengan tidak menggunakan modal tunai. Untuk pelayanan ini bank menerima imbalan (*fee*). Jasa-jasa itu berupa: Pengiriman Uang (*Transfer*), Pencairan cek (*Inkaso*), Penukaran uang asing (*Valas*), *Letter of Credit*, *Letter of Guarantee*. Dalam kajian fiqh terdapat beberapa bentuk akad fiqh yang dipraktikkan dalam perbankan syariah yang digunakan dalam

akad jasa perbankan tersebut seperti al-Rahn, wakalah, kafalah, hiwalah. Dalam transaksi jasa perbankan syariah diperlukan suatu akad pelengkap. Akad pelengkap ini merupakan prasyarat bagi suatu produk perbankan syariah terutama produk jasa dapat dikatakan sah menurut syariat.³¹

c. Produk Bank Syariah

Bank syariah menawarkan berbagai jenis produk layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip islam, berikut beberapa jenis jasa yang tersedia dalam perbankan syariah:³²

- a) Tabungan syariah, produk yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah (bagi hasil) atau wadiah (titipan).
- b) Deposito syariah, produk investasi yang berjangka dengan skema bagi hasil antara nasabah dan bank.
- c) Pembiayaan syariah, terdiri dari beberapa jenis pembiayaan seperti murabahah, ijarah, musyarakah, mudharabah.
- d) Gadai syariah, layanan pinjaman dengan jaminan barang, biasanya emas atau aset berharga lainnya, tanpa bunga tetapi dengan biaya administrasi yang adil sesuai dengan syariah.
- e) Rekening giro syariah, rekening yang digunakan untuk kebutuhan transaksi bisnis dengan prinsip syariah, dimana

³¹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Unitomo Press, 2019) hlm, 10.

³² Regina Lathifah Zahra, Riyad Azahran, And Yunika Amelia, *Fiqh Perbankan Syariah*, (Jakarta: Gunung Djati Conference Series (2024), hlm 2,.

nasabah dapat memperoleh imbalan berdasarkan prinsip mudhrabah atau wadiah.

- f) Asuransi syariah, layanan asuransi yang dikelola berdasarkan prinsip berbagai risiko dan dana bersama sesuai dengan hukum syariah.
 - g) Investasi syariah, bank syariah juga menyediakan produk investasi, seperti sukuk, reksadana syariah, atau instrument lain yang tidak melanggar prinsip syariah.
 - h) Layanan zakat, infaq, sedekah, dan waqaf (ZISWAF).
- d. Teori bank syariah

Bank syariah didasarkan pada prinsip-prinsip syariah yang berbeda dengan bank konvensional, khususnya dalam menghindari riba, gharar, dan maysir. Dan layanan yang diberikan bank syariah berfokus pada transaksi yang transparan, adil dan etis sesuai dengan hukum islam. Layanan utama dalam bank syariah adalah pembiayaan yang berbasis pada kontrak bagi hasil dan jual beli, berbeda pada pinjaman berbunga pada bank konvensional. Secara keseluruhan bank syariah dirancang untuk mendukung transaksi yang sesuai dengan bank islam.³³

- e. Indikator dalam memilih jasa bank syariah menurut Agus

Prastyawan:³⁴

- a) Pengetahuan tentang bank syariah.

³³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah* (Jakarta: Gema Insani. 2007), hlm. 24

³⁴ Agus Prastyawan and Yuni Lestari, *Pengambilan Keputusan* (Surabaya: Unesa University Press, 2020), hlm. 57.

peran perbankan syariah untuk mulai memberikan pengetahuan kepada nasabah tentang sistem transaksi yang ada di perbankan syariah, mulai dari prinsip-prinsip yang digunakan dalam melakukan transaksi, produk-produk yang ada di bank syariah, perbedaan sistem operasional antara bank syariah dan bank konvensional.

- b) Kemampuan pihak bank dalam menyampaikan hal baru kepada para nasabah.

Bank syariah di Indonesia mulai menggunakan berbagai platform digital seperti media sosial, aplikasi mobile banking, dan situs web untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik nasabah baru. Melalui pendekatan ini, bank syariah dapat dengan lebih mudah menjelaskan keunggulan produk yang sesuai dengan prinsip syariah serta menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh calon nasabah.

- c) Keyakinan.

Keyakinan merujuk kepada kepercayaan yang kuat terhadap prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar operasional bank tersebut, keyakinan ini penting karena bank syariah beroperasi sesuai dengan aturan islam, yang melarang riba, gharar, dan maysir dengan berpedoman pada nilai-nilai islam. Bank syariah juga menawarkan produk-produk dan

layanan yang berlandaskan akad-akad syariah seperti murabahah, mudharabah, dan musyarokah.

2. Keputusan Nasabah

a. Pengertian Keputusan

Lena Magdalena mengatakan bahwa keputusan adalah proses memilih tindakan tertentu dari sejumlah alternative yang ada. Ia juga menjelaskan bahwa pengambilan keputusan adalah bagian dari proses pemecahan masalah yang melibatkan tiga fase: intelijen, desain, dan pemilihan. Keputusan adalah tindakan atau proses memilih suatu alternative dari beberapa pilihan yang tersedia untuk mencapai tujuan atau memecahkan masalah. Dalam perbankan syariah keputusan nasabah adalah merujuk pada proses memilih tindakan atau kebijakan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah untuk mencapai tujuan financial dan operasional bank. Keputusan bisa dibuat secara sadar melalui proses analisi rasional, atau secara tidak sadar, dipengaruhi oleh intuisi dan emosi.³⁵ Melalui pembahasan diatas Allah telah memperingati kita dalam Al- Qur'an suroh Al- Hasyr ayat 18 supaya tidak tergesa-gesa dalam mengambil keputusan, yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

١٨

Terjemahan

³⁵ Lena Magdalena, Buku Ajar Sistem Pengambilan Keputusan, (Indpnesia: PT. Sonpedia Publishing Indonesia 2024) hlm, 85.

Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.³⁶

Tafsiran ayat yang berkaitan dalam perbankan syariah tentang mengambil keputusan iyalah, ayat ini dimulai dengan seruan "*Ya ayyuhalladzina amanu*" (wahai orang-orang yang beriman), yang menandakan bahwa pesan ini khusus ditujukan kepada orang-orang yang meyakini Allah dan tunduk pada aturan-Nya. Dalam konteks perbankan syariah, setiap keputusan baik terkait pembiayaan, investasi, maupun operasional harus didasarkan pada prinsip takwa, yaitu kesadaran penuh bahwa keputusan tersebut dipertanggungjawabkan di hadapan Allah, bukan hanya di hadapan manusia. Takwa mencegah pengambilan keputusan yang hanya berorientasi pada keuntungan materi, dan mendorong untuk tetap berada dalam koridor halal, adil, dan transparan.

b. Teori Keputusan Nasabah

Keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah

³⁶ QS. Al- Hasyr Ayat: 18

tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. Di antara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian, yaitu:³⁷

- a) Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan.

Nasabah yang ingin mengambil jasa bank syariah harus dalam pertimbangan yang sudah dipersiapkan dengan sebaik mungkin, agar tidak terjadi yang tidak diinginkan oleh para pihak yang bersangkutan. Nasabah yang mengambil jasa bank syariah dengan keadaan yang sadar tidak akan mengalami hal-hal seperti terjadinya pemberhentian.

- b) Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik.
- c) Ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini makin mendekatkan pada tujuan tersebut. Nasabah yang ingin mencapai kesuksesan dalam mengambil keputusan akan mendekatkanya kedalam kemakmuran yang berhasil, karena telah memikirkan jangka panjangnya jika sudah mengambil jasa bank syariah.

Sejalan dengan perilaku konsumen, maka pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah

³⁷ Tutik Pebriani, *Teori Pengambilan Keputusan*, (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), hlm. 32.

satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

c. Pengertian Nasabah

Nasabah adalah orang yang paling penting di dalam bisnis perbankan. Nasabah tidak tergantung pada bank, tetapi bank lah yang sangat bergantung pada nasabah. Jika bank mampu merebut hati nasabahnya, maka keuntungan yang diterima oleh bank yaitu peningkatan dana yang diterima dari masyarakat tersebut. Dalam perbankan syariah, bank menawarkan kepada nasabah beragam produk bank syariah, hanya saja perbedaannya dengan bank konvensional yaitu dalam hal penetapan harga, baik terhadap harga jual maupun harga beli.³⁸

Nasabah adalah orang yang paling penting di dalam bisnis perbankan. Nasabah tidak tergantung pada bank, tetapi bank lah yang sangat bergantung pada nasabah. Jika bank mampu merebut hati nasabahnya, maka keuntungan yang diterima oleh bank yaitu peningkatan dana yang diterima dari masyarakat tersebut. Dalam perbankan syariah, bank menawarkan kepada nasabah beragam produk bank syariah, hanya saja perbedaannya dengan bank konvensional yaitu dalam hal penetapan harga, baik terhadap harga jual maupun harga beli.

Menurut *Fandy Tjiptono* dan *Gregorius Chandra* (2011) adapun

³⁸ Aswar Annas, *Interaksi Pengambilan Keputusan Dan Evaluasi Kebijakan* (Yogyakarta: Media Perkasa 2017) hlm, 30.

beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah yaitu faktor produk, faktor promosi dan faktor kualitas pelayanan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.³⁹

Keputusan berperan penting dalam mengambil sebuah keputusan untuk memilih jasa perbankan syariah yang sesuai dengan akad-akad dan prinsip syariah. Terdapat beberapa indikator yang harus diperhatikan, yaitu:

- d. Indikator pengambilan keputusan Menurut Prastiwi:⁴⁰
 - a) Mengidentifikasi kebutuhan, memprioritaskan penggunaan produk tertentu.

Mengidentifikasi kebutuhan dan memprioritaskan produk tertentu merupakan strategi penting untuk memastikan bahwa keputusan penggunaan produk benar-benar tepat sasaran dan memberikan hasil yang optimal.

- b) Pertimbangan harga.

Pertimbangan harga adalah proses menentukan atau mempertimbangkan nilai suatu barang atau jasa yang akan dijual atau dibeli yang meliputi beberapa faktor seperti biaya

³⁹ Eva Sundari, *Dinamika Citra Pelayanan Bank Dan Loyalitas Nasabah* (CV Indra Mayu: Jawa Barat, 2021, hlm 320

⁴⁰ Prastiwi, *Pelayanan Bank Dan Loyalitas Nasabah* (Indra Mayu: Jawa Barat, 2021), hlm

produksi, kualitas produk, permintaan atau penawaran, nilai suatu barang yang diberikan dan kepantasan harga.

c) Akad-akad perbankan syariah.

Akad adalah ikatan atau perjanjian yang dibuat antara dua pihak atau lebih, yang menjadi dasar sahnya transaksi. Akad ini mengatur hak dan kewajiban para pihak dalam melakukan kegiatan ekonomi, serta memastikan bahwa transaksi berjalan sesuai dengan syariat Islam.

d) Mengetahui produk dan jasa.

Mengetahui produk dan jasa merujuk barang atau benda yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Produk tersebut harus sesuai dengan prinsip dan syariat islam, yang berarti halal, baik dan bermanfaat, dan tidak mengandung unsur riba.

e. Keputusan nasabah berpengaruh terhadap faktor rasional dan faktor emosional

Keputusan nasabah dalam memilih jasa bank syariah sangat berpengaruh terhadap pertimbangan faktor rasional dan faktor emosionalnya, setiap keputusan pasti dilandasi dari pikiran yang jernih, diskusi, dan sudah di pikirkan jauh sebelum mengambil keputusan. Jika seseorang tidak mempertimbangkan keputusan yang ingin diambilnya terlebih dahulu maka akan terjadi kendala yang tidak diinginkan, akibatnya keputusan yang dilandasi

dengan keterburu-buruan dan tidak dipersiapkan dengan optimal akan memicu kegagalan dan menyesal dikemudian hari.⁴¹

3. Faktor Rasional

a. Pengertian Rasional

Menurut Ismail Nurdin, 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. Rasional (rational) adalah lawan dari *irrational*, secara bahasa diartikan seperti ungkapan *rational human beings* (manusia yang dapat berpikir), *rational behaviour* (perilaku yang masuk akal). Ia juga yang mengandung makna *measureable in matrical units* (dapat diukur dengan satuan angka), *agreeable to reason* (dapat disetujui dengan pertimbangan akal budi/ alasan), *pertaining to or acting in conformity to reason* (bersinggungan atau bertindak sesuai dengan akal budi). Makna tersebut dapat diambil intinya bahwa rasional mengandung pengertian tentang keputusan dan tindakan yang didasari atas pertimbangan akal budi.⁴²

Rasional dalam perbankan syariah merujuk pada aspek-aspek logis dan praktis yang memengaruhi operasional serta keputusan dalam perbankan syariah, namun tetap dalam koridor

⁴¹ Nuraida Sulistiya Wahyuni, *Emosi Dan Keberhasilan Panduan Psikologi Untuk Para Pebisnis* (Medan: PT. Media Penerbit Indonesia, 2024), hlm. 15.

⁴² Ismail Nurdin, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat 2019) hlm, 76

syariah. Faktor ini mencakup pertimbangan ekonomi dan bisnis yang masuk akal untuk menjaga keseimbangan anatar keuntungan bank, nasabah, dan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah harus mempertimbangan keberlanjutan bisnis dengan memperhitungkan risiko dan potensi keuntungan yang realitis, sehingga dapat memberikan manfaat bagi bank nasabah. Rasional juga kemampuan untuk berfikir dan mempertimbangkan secara logis atau masuk akal untuk melakukan atau bertindak sehingga mempunyai tingkat daya tahan yang baik.

b. Faktor Rasional

Mengatasi faktor rasional dalam perbankan syariah memerlukan pendekatan yang strategis agar sistem ini tetap selaras dengan prinsip-prinsip syariah sambil memenuhi kebutuhan pasar yang dimana banyak orang yang masih belum memahami perbedaan mendasar antara perbankan konvensional dan syariah. Keberlanjutan dan stabilitas keuangan bank syariah menekankan keuangan dengan mendorong investasi yang aman dan menghindari praktik spekulatif yang dilarang dalam Islam. Hal ini mendukung keberlanjutan jangka panjang.⁴³

c. Teori Rasional

Rational choice theory atau teori pilihan rasional adalah teori yang mengasumsikan bahwa seseorang memilih satu dari

⁴³ Abdul Nasser Hasibuan, *Audit Bank Syariah* (Jakarta: Kencana 2020) hlm 34-36.

beberapa alternatif pilihan didasarkan pada postulat resionalitas. Postulat ini adalah pernyataan normotif yang memberikan petunjuk kepada seseorang tentang apa yang harus dia lakukan setelah menerima kriteria rasionalitas tertentu dalam situasi tertentu, rasional dalam konteks jasa bank syariah dapat didefinisikan sebagai pendekatan yang menjelaskan bagaimana keputusan yang diambil oleh bank syariah dan nasabahnya didasarkan pada prinsip ekonomi yang logis, efisiensi, dan kesesuaian dengan nilai-nilai syariah.⁴⁴

Dalam faktor rasional pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang berdasarkan akal yang sehat, dan logika yang benar untuk mencapai tujuan tertentu, yang sesuai prinsip Islam dan syariah, yang selaras dengan ajaran Al-Qur'an dan sunnah Rosullulah dan mematuhi hukum-hukum Islam. Dengan indikator yang sesuai dengan prinsip-prinsip dan akad-akad syariah, yaitu:⁴⁵

d. Indikator faktor rasional dalam bank syariah menurut Andrianto:

a) Kesesuaian dengan prinsip syariah.

Bank syariah atau bank Islam adalah lembaga keuangan yang operasinya tidak bergantung pada sistem bunga (riba) dan pedoman kerjanya berasal dari Al-Qur'an serta Hadis Nabi

⁴⁴ Reza Mubarak, *Emosional, Rasional, Regulasi*, (Madura: Madura Press 2024) hlm 8-9

⁴⁵ Andrianto, Didin Fatuhudin, and Anang Firmansyah, *Manajemen Bank* (Surabaya: Qiara Media Partner, 2019), hlm. 58.

Aktivitas ini didirikan berdasarkan larangan dalam Islam terhadap transaksi berbasis bunga (riba).

b) Kepercayaan, keamanan dan nyaman.

Tingkat kepercayaan adalah sejauh mana nasabah atau masyarakat percaya pada akad-akad syariah, dan prinsip-prinsip, yang telah ditetapkan sesuai dengan kemampuan suatu bank dalam mengelola dana, memberikan layanan yang adil, serta memenuhi janji-janji layanan dan reputasi yang baik, umumnya diperoleh melalui pencapaian, penghargaan industri, atau rekomendasi positif dari nasabah.

c) Produk dan fasilitas yang ditawarkan.

Dalam upaya meningkatkan performa, bank syariah harus berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabahnya, yang merupakan kunci utama dalam memberikan kepuasan layanan, kepuasan nasabah tidak hanya bergantung pada produk yang ditawarkan, tetapi juga pada kualitas layanan yang bebas riba.

d) Keuntungan, biaya layanan, dan keamanan transaksi.

Keuntungan dalam memilih jasa bank syariah sangat berpengaruh dalam keputusan nasabah, biaya layanan yang didapatkan nasabah serta keamanan transaksi yang diberikan pihak bank kepada nasabahnya yang sesuai kriteria dan dengan akad-akad yang telah disepakati.

e. Faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah

Dalam perbankan syariah faktor rasional sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa bank syariah bahwa, faktor rasional berperan penting dalam mempengaruhi bagaimana seorang nasabah membuat keputusan financial atau investasi, Nasabah yang memiliki informasi lengkap dan pemahaman tentang produk pasti akan cenderung membuat keputusan yang lebih rasional dan lebih mempertimbangkan hal-hal yang akan terjadi dalam jangka waktu panjang.⁴⁶

4. Faktor Emosional

a. Faktor Emosional

Faktor emosional dalam perbankan syariah merujuk pada aspek perasaan, keyakinan, atau dorongan yang mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Faktor emosional lebih melibatkan aspek spiritual dan kepercayaan. Secara ilmiah faktor emosional merujuk pada elemen-elemen yang mempengaruhi persepsi, sikap, dan keputusan individu. Faktor ini berkaitan dengan respon efektif yang melibatkan perasaan, emosi, dan keyakinan seseorang, dalam konteks pengambilan keputusan faktor emosional memainkan

⁴⁶ Febby Febriyandi, *Psikologi Dan Nilai Tradisional*, (Yogyakarta: Jenderal Kebudayaan, 2009), hlm. 259.

peran penting karena emosi dapat memengaruhi cara seseorang memproses informasi, menilai resiko, dan membuat pilihan.⁴⁷

b. Emosional

Daniel Kahneman dan Amos Tuversky, menunjukkan bahwa emosi, seperti ketakutan akan kerugian atau keinginan untuk mendapatkan keuntungan, dapat memengaruhi cara seseorang bertindak dalam situasi yang melibatkan ketidak pastian. Menurut *Iqbal* menyatakan bahwa perasaan aman dan nyaman adalah bagian dari faktor emosional yang signifikan. Nasabah merasa lebih aman secara moral dengan perbankan syariah, karena operasi bank ini diawasi oleh dewan pengawas syariah yang memastikan semua transaksi sesuai dengan hukum islam. Sedangkan menurut *Karim* faktor emosional dalam perbankan syariah adalah terkait erat dengan persepsi nasabah terhadap reputasi bank syariah. Kepercayaan terhadap institusi yang dianggap lebih beritika dan transparan menciptakan perasaan puas dan tenang.⁴⁸

c. Teori Emosional

Sejalan dengan perilaku konsumen, maka pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah

⁴⁷ Akhmad Fajar Prasetya and I Made Sonny Gunawan, *Mengelola Emosi* (Yogyakarta: K-Media, 2018), hlm. 7.

⁴⁸ Lukmanul Hakim, *Manajemen Perbankan Syariah* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2021), hlm. 43.

satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dalam bank syariah, religiusitas nasabah adalah faktor emosional yang sangat penting. Nasabah yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung memiliki ikatan emosional yang lebih kuat terhadap bank syariah, Teori ini menekankan bahwa semakin tinggi kesadaran religius seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk memilih produk dan layanan bank syariah.⁴⁹

Dalam faktor emosional pengambilan keputusan didorong dengan pertimbangan yang muncul dari perasaan dan pengalaman individu, yang mempengaruhi cara seseorang memandang, menilai, dan memutuskan sesuatu. Karena faktor emosional bersifat subjektif yang sangat dipengaruhi oleh suasana hati, harapan, tindakan dan persepsi pribadi, yang berkaitan dengan beberapa indikator, yaitu:⁵⁰

- d. Indikator faktor emosional menurut Nuraida Sulistiya Wahyuni:
 - a) Rasa aman dan tenang.

Rasa aman dan tenang adalah perasaan terlindungi dari bahaya, ancaman, atau kerugian. Ini mencakup keyakinan bahwa diri kita, orang lain, atau hal-hal yang kita miliki berada dalam kondisi yang tidak berisiko untuk mengalami kerugian

⁴⁹ Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016), hlm 408.

⁵⁰ Nuraida Sulistiya Wahyuni, *Emosi Dan Keberhasilan Panduan Psikologi Untuk Para Pebisnis* (Medan: PT. Media Penerbit Indonesia, 2024), hlm. 15.

atau bahaya fisik maupun emosional. Dalam konteks sosial, rasa aman juga berarti adanya kepercayaan pada lingkungan sekitar dan pada sistem atau aturan yang ada untuk melindungi dan menjaga stabilitas.

b) Kepuasan dan kebanggaan.

Kepuasan dan kebanggaan adalah perasaan puas yang muncul ketika harapan atau kebutuhan seseorang terpenuhi, baik secara fisik, emosional, maupun psikologis. Dalam konteks interaksi atau pelayanan, kepuasan timbul ketika seseorang merasa hasil atau pengalaman yang didapatkan sepadan atau bahkan melebihi ekspektasinya. Kepuasan sering dikaitkan dengan rasa nyaman, bahagia, dan penghargaan terhadap apa yang telah diperoleh atau dialami.⁵¹

c) Suasana hati, harapan dan tindakan.

d) Kualitas produk perbankan syariah dapat dilihat dari beberapa aspek, seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, dan margin. Hal ini menunjukkan kualitas produk perbankan syariah yang baik dapat meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan produk perbankan syariah.

e. Faktor emosional berpengaruh terhadap keputusan nasabah

Dalam perbankan syariah faktor emosional berperan penting terhadap diri seseorang yang ingin mengambil keputusan dalam

⁵¹ Handi D. Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Elex Media Koputindo, 2009), hlm. 83

memilih jasa bank syariah karena memiliki pengaruh yang signifikan dalam memilih jasa bank syariah karena keputusan konsumen tidak hanya didasarkan pada logika atau rasionalitas semata, tetapi juga dipengaruhi oleh aspek perasaan mereka. Dengan kata lain faktor emosional menjadi pendorong utama bagi konsumen untuk memilih jasa bank syariah.⁵²

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kajian terhadap hasil-hasil penelitian, Adapun penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini adalah

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Upik Nurhasanah, jurnal 2024. ⁵³	Analisis pengaruh religiusitas, motivasi rasional dan emosional terhadap keputusan dalam menggunakan jasa bank syariah (studi kasus bank muamalat kcp stabat).	Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa religiusitas, motivasi emosional, dan motivasi rasional berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan warga dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Kemudian, secara simultan, religiusitas juga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah.
2.	Afrian Rachmawati,	Pengaruh Consumer Knowledge, Brand	Mendefinisikan faktor emosional sebagai suatu

⁵² Asti Musman, *Berdamai dengan Emosi: Kenali Emosi Hadapi Hidup* (Indonesia, 2018) hlm 32.

⁵³ Upik Nurhasanah, Yenni Samri Juliati Nasution, and Budi Harianto, (Analisis Pengaruh Religiusitas, Motivasi Rasional Dan Emosional Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat KCP Stabat),” *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 7. No. 2 Agustus 2, 2024, hlm 35

	jurnal 2023. ⁵⁴	Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah.	keadaan yang mampu mempengaruhi tindakan seseorang untuk melakukan suatu rencana yang dikehendakinya. Tindakan emosional juga merupakan dorongan pribadi seseorang untuk melakukan suatu kegiatan. Dengan dorongan emosi maka orang dapat bertindak sesuai keinginannya. Berdasarkan faktor emosional, konsumen terkesan terburu-buru untuk membeli suatu produk dengan tidak mempertimbangkan kemungkinan yang akan terjadi untuk jangka panjang.
3.	Bambang Hendrawan, jurnal 2022. ⁵⁵	Pengaruh persepsi masyarakat batam tentang bank syariah terhadap minat menggunakan produk bank syariah.	Bagi hasil memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah, artinya bahwa semakin tinggi persepsi tentang sistem bagi hasil itu sudah sesuai dengan syariah islam akan meningkatkan kepercayaan dan keyakinan masyarakat sehingga dapat mempengaruhi minat menggunakan produk bank syariah.
4.	Serly handayani.	Pengaruh faktor emosional dan faktor	Emosional didasarkan pada perasaan atau sikap

⁵⁴ Rachmawati And Widana, "Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah, Jurnal Ilmu Ekonomi, Volume 4, No 2, 2020, hlm 72

⁵⁵ Imran Imran And Bambang Hendrawan, (Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah), *Journal Of Applied Business Administration* Volume 1, No. 2, 2021, hlm 209

	Jurnal 2019. ⁵⁶	rasional terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa bank syariah di Indonesia.	seseorang dalam bereaksi pada suatu kondisi. Emosional adalah suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis, psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak. Jadi dapat dipahami bahwa emosional merupakan suatu perasaan dalam individu dan reaksi dari luar yang mendorong stimulus dari luar yang mendorong seseorang untuk bertindak.
5.	Bayu Dinanda Putra, skripsi 2024. ⁵⁷	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.	Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah yaitu faktor produk, faktor promosi dan faktor kualitas pelayanan. Ketiga faktor ini merupakan hal yang sangat penting dan perlu diperhatikan oleh perbankan syariah dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah mereka.
6.	Laily Nisa, skripsi 2024. ⁵⁸	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah.	Jasa dalam bank syariah seperti layanannya, bank syariah harus meningkatkan kualitas layana yang diberikan serta memberikan lebih banyak promosi dalam memasarkan produk-

⁵⁶ Sherly, (Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec. Cibitung Kab. Bekasi).”

⁵⁷ Munadiati, (Analisis Faktor Emosional Dan Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Menabung Di Bsi Kantor Cabang Langsa 2.”

⁵⁸ Windari and Nisa, (Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah), *Skripsi*, (Jakarta, 2024, hlm 52

			produknya, sehingga nasabah akan tertarik dalam menggunakan jasa layanannya
7.	M. Arzil Khatami, skripsi 2024. ⁵⁹	Pengaruh pemahaman, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.	Keputusan nasabah bergantung kepada layanan, produk, kualitas, harga dan jasa-jasa yang diberikan bank syariah kepada nasabah yang berkontribusi.
8.	Sri Windari, Skripsi 2024. ⁶⁰	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.	Dalam penelitiannya variable yang memiliki pengaruh signifikan untuk menjadi alasan masyarakat dalam mengambil keputusan menggunakan jasa layanan perbankan syariah ialah pengetahuan, kualitas pelayanan, promosi, motivasi, serta variable religiusitas.
9.	Pradana, skripsi 2023. ⁶¹	Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Pemilihan Produk Pembiayaan Di Bank Syariah Indonesia.	Dalam Keputusan mengandung tiga pengertian, yaitu: Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan. Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik. Ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini makin mendekatkan pada tujuan tersebut.

⁵⁹ M. Arzil Khatami, Maulana Yusuf, And Nurfitri Martaliah, (Pengaruh Pemahaman, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah: Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Sarolangun), *Akuntansi* 45 5, No. 1 (April 28, 2024), hlm 107.

⁶⁰ Windari and Nisa, (Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah.”

⁶¹ Pradana and Khaer, (Analisa Persepsi Masyarakat Terhadap Pemilihan Produk Pembiayaan Di Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Penduduk Desa Bendo Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung). *Skripsi*, (Jakart, 2023, hlm 55

10.	Syukry El Hanif Nasution, skripsi 2023. ⁶²	Pengaruh pendekatan emosional dan rasionalitas terhadap keputusan mahasiswa memilih menabung di bank syariah.	Rasional mencakup kualitas kinerja yang tercermin dalam pelayanan, kenyamanan dan kepuasan pelanggan, faktor emosional didasarkan pada pemikiran yang sistematis, analisis data, dan evaluasi berdasarkan fakta serta bukti yang jelas.
-----	---	---	---

Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Perbedaan peneliti terdahulu oleh Upik Nurhasanah yaitu, religiositas, motivasi emosional, dan motivasi rasional berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan warga dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Kemudian, secara simultan, religiositas juga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah. Sedangkan peneliti ini adalah apakah faktor rasional dan faktor emosional berpengaruh dalam memilih jasa bank syariah.
2. Perbedaan penelitian oleh Afrian Rachmawati yaitu, mendefinisikan faktor emosional sebagai suatu keadaan yang mampu mempengaruhi tindakan seseorang untuk melakukan suatu rencana yang dikehendaknya. Sedangkan penelitian ini lebih, berfokus pada keputusan nasabah dalam memilih jasa bank syariah.

⁶² Nasution, Atika, And Daulay, (Pengaruh Pendekatan Emosional Dan Rasionalitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Febi Uinsu). *Skripsi Medan*, 2023, hlm 55

3. Perbedaan penelitian terdahulu oleh Bambang Hendrawan yaitu, peneliti terdahulu telah meneliti bahwa, akad dan jasa dalam bank syariah memiliki peran yang sangat penting karena mereka adalah dasar utama yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional. Sedangkan penelitian ini tentang faktor rasional dan faktor emosional dalam memilih jasa bank syariah, persamaan pada peneliti ini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.
4. Persamaan penelitian oleh Serly Handayani yaitu, emosional didasarkan pada perasaan atau sikap seseorang dalam bereaksi pada suatu kondisi. Emosional adalah suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis, psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengaruh faktor emosional dan rasional terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa bank syariah. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian, yang dimana penelitian ini dilakukan pada Pasar Gelugur Kel. Sirandurung Rantau Prapat Kec. Rantau Utara Kab. Labuhanbatu
5. Persamaan penelitian terdahulu yang telah diteliti oleh Bayu Dinanda Putra adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah yaitu faktor produk, faktor promosi dan faktor kualitas pelayanan. Ketiga faktor ini merupakan hal yang sangat penting dan perlu diperhatikan oleh perbankan syariah dalam rangka

meningkatkan jumlah nasabah mereka. Perbedaan dengan penelitian ini tempat, waktu dan populasi yang berbeda.

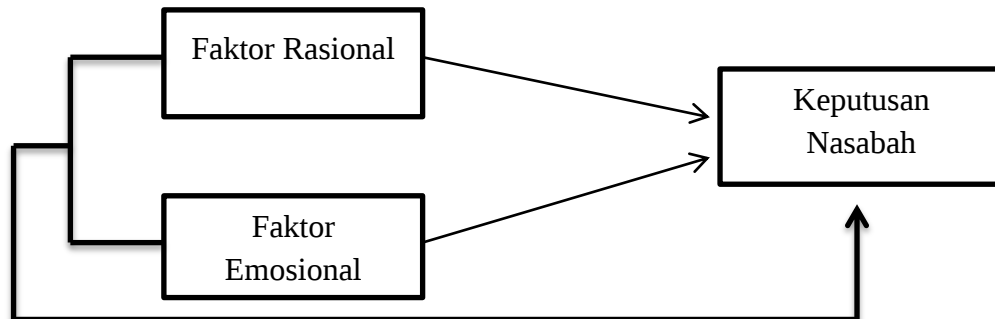
6. Perbedaan penelitian oleh Laily Nisa yaitu, mengatakan dalam penelitiannya bahwa, Jasa dalam bank syariah seperti layanannya, bank syariah harus meningkatkan kualitas layana yang diberikan serta memberikan lebih banyak promosi dalam memasarkan produk-produknya. Sedangkan pada penelitian hanya berfokus pada faktor rasional, faktor emosional dan keputusan nasabah.
7. Perbedaan penelitian terdahulu oleh M. Arzil Khatami yaitu, dalam penelitian ini adalah kurangnya produk yang diberikan pihak bank kepada nasabah dan kurangnya layanan yang didapat serta kualitas dan harga yang tinggi. Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantatif, dan membahas pengaruh keputusan nasabah, hanya saja pembedanya terletak pada studi kasus, dan bagaimana cara peneliti melakukan penelitiannya.
8. Perbedaan peneliti terdahulu oleh Sri Windari yaitu, dalam penelitiannya variable yang memiliki pengaruh signifikan untuk menjadi alasan masyarakat dalam mengambil keputusan menggunakan jasa layanan perbankan syariah ialah pengetahuan, kualitas pelayanan, promosi, motivasi, serta variable religiusitas. Sedangkan persamaan dalam penelitian ini adalah membahas faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah, dan memakai metode penelitian yang sama, hanya saja tempat penelitiannya yang berbeda.

9. Perbedaan peneliti terdahulu oleh Pradana yaitu, bahwa dalam Keputusan mengandung tiga pengertian, yaitu: Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan. Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik. Ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini makin mendekatkan pada tujuan tersebut. Maka sudah pasti perbedaanya terletak pada kurangnya pemahaman tentang bank syariah serta akad-akad yang ada pada bnk syariah, serta kurangnya pilihan dalam memilih jasa.
10. Perbedaan penelitian terdahulu oleh Sukry El Hanif yaitu, tempat, lokasi dan waktunya yang berbeda. Sedangkan penelitian ini rasional mencakup kualitas kinerja yang tercermin dalam pelayanan, kenyamanan dan kepuasan pelanggan, faktor emosional didasarkan pada pemikiran yang sistematis, analisis data, dan evaluasi berdasarkan fakta serta bukti yang jelas. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang faktor rasional dan faktor emosional yang ada pada nasabah.

C. Kerangka Berpikir

Variabel X (bebas/independen) dalam penelitian ini ada dua Faktor Rasional, Faktor Emosional, sedangkan variabel Y (terikat/dependen) adalah Keputusan Nasabah. Variabel X berpengaruh pada variabel Y.

Gambar II. 1 Kerangka Berpikir



Keterangan :

Hubungan Secara Parsial 

Hubungan Secara Simultan 

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis juga disebut sebagai jawaban sementara dari penelitian yang telah dilakukan, seperti pelaku, fenomena atau dengan kata lain keadaan tertentu yang telah terjadi. Adapun hipotesis penelitian ini adalah mengenai Pengaruh Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Bank Syariah. Sebagai berikut:

H₁ : Terdapat pengaruh faktor rasional dalam keputusan nasabah

H₂ : Terdapat pengaruh faktor emosional dalam keputusan nasabah.

H₃ : Terdapat pengaruh faktor rasional dan faktor emosional terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa bank syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu Dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Pasar Gelugur Kel. Sirandurung Rantau Prapat Kec. Rantau Utara Kab. Labuhanbatu, dan waktu penelitiannya dilaksanakan pada bulan Januari 2024 sampai Juni 2025.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yang mana akan berfokus pada analisi data untuk mengukur pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa bank syariah secara kuantitatif. Dengan menggunakan pendekatan asosiatif yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian, apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian ini, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Populasi juga merupakan suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan.⁶³ Menurut data yang telah didapat bahwa masih banyak

⁶³ Ahmad Dahlan, (Defenisi Populasi Pengertian Sampel Dan Teknik Sampling Dalam Penelitian), *Pendidikan Dan Behavioral*, September 18, 2017, Volume 2. hlm 111.

kios atau grosir yang kosong didalam pasar gelugur rantauprapat. Adapun populasi dari penelitian ini iyalah seluruh pedagang pasar gelugur sebanyak 400 pedagang dengan jenis jualan yang berbeda-beda, masih banyak yang memakai jasa konvensional dan mayoritas pedagang banyak non muslim. Dari hasil wawancara hanya 80 pedagang yang memakai jasa bank syariah. Jadi populasi dari penelitian ini sebanyak 400 dan sampel 80 responden.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Apabila penelitian sampel ini bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian, menggeneralisasikan yaitu mengangkat kesimpulan sebagai suatu yang berlaku bagi populasi. Dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + Ne)}$$

Dimana:

n: Jumlah sampel

N: Jumlah populasi

e: error level (tingkat Keselamatan)

Maka perhitungannya:

$$n = \frac{400}{(1 + 400 \cdot 0,1)}$$

$$n = \frac{400}{(1 + 400 \cdot 0,01)}$$

$$n = \frac{400}{(1+4)}$$

$$n = \frac{400}{5} = 80$$

Jadi, sampel yang diambil penelitian adalah 80 orang.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data dalam suatu penelitian atau survei, teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama karena tujuan utamanya adalah mendapatkan data. Jadi sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang proses datanya dikumpulkan langsung oleh peneliti langsung dari objek yang diteliti. Data ini biasanya diperkuat melalui observasi, dokumentasi, wawancara, dan kuesioner. Untuk memperkuat data yang diperoleh maka perlu adanya proses pengumpulan data yang meliputi:

1. Angket (kuesioner)

Kuesioner adalah suatu instrument atau alat penelitian yang berisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang dirancang untuk mengumpulkan informasi dari responden. Kuesioner juga teknik menghimpun data dari sejumlah orang atau responden melalui serangkaian pertanyaan yang perlu untuk dijawab. Kuesioner

memegang peran penting dalam kesuksesan koleksi data dari setiap penelitian survey.⁶⁴

Adapun yang digunakan sebagai bentuk teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan rumusan sebagai berikut:

Tabel III. 1 Pengukuran Skala likert

Keterangan	SL	S	J	KK	TP
Nilai	5	4	3	2	1

Keterangan

SL :Selalu

S :Sering

J :Jarang

KK :Kadang-kadang

TP :Tidak pernah

2. Interview (wawancara)

Interview atau wawancara adalah metode atau cara mengumpulkan data serta berbagi informasi dengan jalan menanyakan langsung kepada seseorang yang dianggap ahli dalam

⁶⁴ Viktor Handrianus Pranatawijaya, (Penerapan Skala Likert Dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online), *Jurnal Sains Dan Informatika* Volume 5, No. 2 December 8, 2019 hlm 128–37

bidangnya dan juga yang berwenang dalam menyelesaikan suatu permasalahan.⁶⁵

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sesuatu yang merujuk pada proses atau hasil dari mencatat, mengorganisir, dan menyajikan informasi terkait suatu objek atau kegiatan. Ini juga dapat membantu catatn peristiwa yang sudah berlalu dan dokumentasi bisa berupa momen, bentuk tulisan, foto-foto, atau karya dari seseorang. Dokumen bertujuan untuk membuktikan bahwa penelitian tersebut terjadi dilapangan.

E. Metode Analisis Data

Teknik pengumpulan data merupakan Langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utamanya adalah mendapatkan data. Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah dengan bantuan SPSS (*Statistical Prodect and Service Solution*) versi 23 sebagai alat hitung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk mendiskripsikan, menyajikan, merangkum, dan menggambarkan karakteristik atau ciri-ciri data yang dikumpulkan dalam suatu

⁶⁵ Thalha Alhamid, (Instrumen Pengumpulan Data Kualitatif) *Skripsi* (11 Februari 2019).

penelitian. Dalam penelitian ini, data disajikan secara ringaks dan informativ sehingga mempermudah pemahaman tentang data tersebut.

2. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu syarat yang menunjukkan sampai sejauh mana suatu alat ukur yang digunakan mengukur apa yang hendak diukur atau dengan kata lain apakah variable atau indicator yang dipilih dalam proses operasionalisme konsep dapat menggambarkan fenomena social yang diteliti.⁶⁶ Jika skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Langkah Menentukan Validitas:

Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel} \rightarrow \text{Valid}$

Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel} \rightarrow \text{Tidak valid}$

Kriteria nilai Sig: jika $\text{Sig} < 0,1$ maka dikatakan tidak valid

jika $\text{Sig} > 0,1$ maka dikatakan valid

3. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adaalah syarat yang menunjukkan sejauh mana status alat ukur dapat dipercaya atau dapat di andalkan. Jika suatu alat pengukur dapat di pakai dua kali, untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, maka alat ukur pengukur tersebut reliabel. Uji reliabilitas dilakukan dengan

⁶⁶ Hendryadi Hendryadi, 'Validitas Isi: Tahap Awal Pengembangan Kuesioner,' *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*. Volume. 2, No. 2, (2017), hlm. 47.

menghitung *Cronbach's Alpha* dari masing-masing instrument dalam suatu variable instrument yang dipakai dikatakan andal.

- a) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka dikatakan reliabelitas.
- b) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka tidak dapat dinyatakan reliabelitas.⁶⁷

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang menghasilkan dari regresi terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang berdistribusi secara umum. Dalam uji normalitas menggunakan metode one sample *Kolmogorov-smilrov* dengan kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi $< 0,5$ maka H_0 ditolak dan nilai residual tidak berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi $> 0,5$ maka H_0 diterima dan nilai residual berdistribusi normal.

⁶⁷ Syofian Siregar, *Statistic Parametrik Untuk Penelitian Kuantatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 90.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas adalah suatu prosedur statistik yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana variable-variabel indenpenden dalam model statistik saling terkait atau berkorelasi satu sama lain. Multikolonieritas pada hakekatnya adalah fenomena sampel. Model regresi menggunakan VIF mengukur seberapa besar varians dari koefisien regresi meningkat karena adanya multikealineritas dengan dengan ketentuan.⁶⁸

$VIF < 10$, dan $tolerance > 0,1$ maka dikatakan tidak terkena multikolonearitas.

$VIF > 10$, dan $tolerance < 0,1$ maka dinyatakan terkena multikolonearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan suatu uji asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi bias atau tidak dalam suatu analisis model regresi. Biasanya jika dalam suatu model analisis regresi terdapat bias atau penyimpangan, estimasi model yang akan dilakukan menjadi sulit dikarena varian data yang tidak konsisten.

⁶⁸ Agus Tribasuki 'Uji Multikolinieritas Dan Perbaikan Multikolinearitas,' Volume. 3. No. 8. 2017, hlm, 156

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan suatu variable tak bebas *response* (Y) dengan dua atau lebih variable bebas. Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variable tak bebas apabila nilai-nilai variable bebasnya/ predictor ($X_1, X_2, \dots, X_n$) diketahui. Disamping itu untuk mengetahui bagaimanakah penelitian ini dapat mengetahui Faktor Rasional (X_1), Faktor Emosional (X_2), dan Keputusan nasabah dalam memilih jasa bank syariah (Y) dengan hubungan variabel tak bebas dengan variable-variabel bebasnya yaitu: Persamaan regresi linier berganda secara matematik diekspresikan oleh:

$$Y = a + b_1 FR + b_2 FE + \dots + E$$

Yang mana:

Y = variabel tak bebas (nilai variabel yang akan diprediksi)

a = konstanta

$b_1, b_2, \dots, b_n$ = nilai koefisien regresi

$X_1, X_2, \dots$ = variabel bebas

Bila terdapat 2 variabel bebas, yaitu X_1 dan X_2 , maka bentuk persamaan regresinya adalah:

$$F = a + b_1 FR + b_2 FE + \dots + E$$

Keterangan:

F = Fintecha = konstanta

b = Konstanta perubahan variabel X terhadap Y

FR = Faktor Rasional

FE = Faktor Emosional

Y = Keputusan Nasabah

e = Prediction error

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independent secara parsial terhadap variabel dependen.

a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Hipotesis diterima, artinya ada pengaruh strategi pemasaran dan pengetahuan terhadap keputusan menjadi nasabah.

b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Hipotesis ditolak, artinya tidak ada pengaruh strategi pemasaran dan pengetahuan terhadap keputusan menjadi nasabah.

c) Jika nilai sig, $< 0,5$ maka hipotesis diterima.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimasukkan dalam model ini mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap dependen.

a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Hipotesis diterima, artinya ada pengaruh strategi pemasaran dan pengetahuan terhadap keputusan menjadi nasabah.

- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Hipotesis ditolak, artinya tidak ada pengaruh strategi pemasaran dan pengetahuan terhadap keputusan menjadi nasabah.
- c) Jika nilai signifikansi $< 0,5$ maka hipotesis diterima.
- c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan kata lain nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel yang diteliti X dan Y sebagai variabel terikatnya. Semakin besar nilai koefisien determinasi maka semakin baik kemampuan variabel X menerangkan variabel Y. Jika determinasi (R^2) semakin besar terhadap variabel Y.⁶⁹

⁶⁹ Rosmaini, (Pengaruh Kompetensi, Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai), *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Volume 2. No.1. 1 Maret 2019 hlm 9-10

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Rantau prapat

Rantau Prapat adalah ibukota labuhanbatu, provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Kota Rantauprapat memiliki luas 17.679 Ha (176.79 km²) atau 2.4% dari wilayah Sumatera Utara. Secara geografis, Rantauprapat terletak pada 2°09'30.4"–2°00'57.7" Lintang Utara dan 99°46'30.8"– 99°53'06.8" Bujur Timur. Kota ini dilintasi oleh jalan raya lintas Timur Sumatera. Rantau prapat juga memiliki akses kereta api yang menuju terhubung ke kota medan.⁷⁰

Kota Rantauprapat terdiri dari 2 kecamatan dan 19 kelurahan yang terdiri dari:

a. Kecamatan Rantau Selatan dengan jumlah 9 Kelurahan/Desa yaitu:

- 1) Kelurahan/Desa Bakaran Batu.
- 2) Kelurahan/Desa Ujung Bandar.
- 3) Kelurahan/Desa Lobu Sona.
- 4) Kelurahan/Desa Sidorejo.
- 5) Kelurahan/Desa Sigambal
- 6) Kelurahan/Desa Perdamean.
- 7) Kelurahan/Desa Danobale.
- 8) Kelurahan/Desa Sioldengan.

⁷⁰Sejarah *Rantauprapat Tentang Ranto*," accessed May 17, 2025, <https://tentangranto.blogspot.com/>.

- 9) Kelurahan/Desa Urung Kompas
- b. Kecamatan Rantau Utara dengan jumlah 10 Kelurahan/Desa yaitu:
 - 1) Kelurahan/Desa Padang Matingi.
 - 2) Kelurahan/Desa Rantauprapat.
 - 3) Kelurahan/Desa Siringo-Ringo.
 - 4) Kelurahan/Desa Padang Bulan.
 - 5) Kelurahan/Desa Sirandorung.
 - 6) Kelurahan/Desa Bina Raga (Rinaraga).
 - 7) Kelurahan/Desa Cendana.
 - 8) Kelurahan/Desa Kartini.
 - 9) Kelurahan/Desa Aek Paing.
 - 10) Kelurahan/Desa Pulo Padang

Sesuai dengan lokasi dan tata letak Kota Rantauprapat maka memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:⁷¹

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Bilah Barat, Kabupaten Labuhan Batu.
2. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Dolok Sigompulon, Kabupaten Padang Lawas Utara.
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Bilah Barat, Kabupaten Labuhan Batu.

⁷¹ Rantau Prapat (kota),” in *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*, October 15, 2024, <https://id.wikipedia.org/w/index.php>.

2. Sejarah Pasar gelugur

Pasar Gelugur adalah salah satu pasar tradisional terbesar yang ada di Rantauprapat yang masih aktif hingga saat ini. Pasar gelugur terletak di Jalan Gelugur, Rantauprapat. Kelurahan Sirandorung, Kecamatan Rantau Utara, Kabupaten Labuhanbatu, Sumatera Utara. Pasar ini diresmikan pada bulan Juni tahun 2009. Pasar Gelugur dibangun dengan konsep pasar tradisional yang dipadukan dengan konsep modern, hal ini ditandai dengan adanya kehadiran fasilitas penunjang seperti tangga eskalator, lift barang, serta konsep bangunan yang modern.⁷²

Letaknya yang strategis menjadikan pasar Gelugur menjadi pasar terbesar yang ada di Rantauprapat. Letaknya yang tidak jauh dari pusat kota serta dekat dengan jalan lintas sumatera menjadikan pasar ini menjadi pusat dari beberapa pasar-pasar tradisional lainnya yang berada di sekitar kota Rantauprapat. Setiap hari banyak masyarakat yang berasal dari dalam atau pun dari luar kota berbelanja di pasar Gelugur, seperti berbelanja kebutuhan pangan, lauk-pauk, sayuran, pakaian, perhiasan, barang elektronik, kebutuhan rumah tangga, pupuk serta alat-alat pertanian tersedia di pasar Gelugur Rantauprapat. Melihat segala potensi yang ada maka ini menjadi daya tarik bagi banyak para pedagang untuk berdagang di pasar Gelugur yang merupakan pasar tradisional terbesar di Rantauprapat.

⁷² Sarah, “*Pengelolaan Pasar Gelugur Rantau Prapat di Kabupaten Labuhan Batu.*”

3. Peran Pasar Gelugur

Peran pasar gelugur tidak berbeda dengan peran pasar pada umumnya. Bagi konsumen, adanya Pasar gelugur ini sangat membantu atau mempermudah memperoleh barang yang dibutuhkan masyarakat, baik untuk kebutuhan sehari-hari maupun lainnya. Sementara bagi produsen, adanya peranan pasar sebagai salah satu tempat untuk menyalurkan barang hasil produksi. Secara umum, pasar mempunyai beberapa fungsi yaitu sebagai berikut:

a. Pasar sebagai sarana distribusi

Sebagai sarana distribusi, pasar dapat memperlancar proses penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Dengan adanya pasar, produsen dapat berhubungan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menawarkan hasil produksinya kepada konsumen. Di Pasar Gelugur, kegiatan ini berjalan dengan lancar, banyak dari para produsen yang mendistribusikan barang hasil produksinya di Pasar Gelugur. Salah satu contohnya ialah produsen yang memproduksi Tahu, setiap hari para produsen itu mendistribusikan hasil produksinya ke pasar.

b. Pasar sebagai pembentuk harga.

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Di pasar tersebut, penjual menawarkan barang-barang atau jasa kepada pembeli. Pembeli yang membutuhkan barang atau jasa akan berusaha menawar dari harga barang atau jasa tersebut, sehingga terjadilah

tawar menawar antara kedua belah pihak. Setelah terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli terbentuklah harga. Dengan demikian, pasar berfungsi sebagai pembentuk harga. Harga yang telah menjadi kesepakatan tersebut, tentunya sudah diperhitungkan oleh penjual dan pembeli. Penjual tentu telah memperhitungkan laba yang diinginkan. Sedangkan pembeli telah memperhatikan manfaat barang yang ingin dibeli serta kegunaannya.⁷³

c. Pasar sebagai sarana promosi

Pasar sebagai sarana promosi artinya di Pasar tersebut menjadi tempat untuk memperkenalkan dan menginformasikan suatu barang baik itu merk, jenis barang, manfaat, keunggulan, ciri khas dan lainnya kepada konsumen. Promosi dilakukan untuk menarik minat pembeli terhadap barang dan jasa yang diperkenalkan. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara antara lain memasang spanduk, menyebarkan brosur, pameran dan lainnya yang bertujuan untuk menarik minat para konsumen.⁷⁴

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan Usia, Jenis kelamin dan pekerjaan. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Karakteristik dari

⁷³ Wayan Edi Arsawan, *Pengantar Bisnis* (Nilacakra, Bandung 2021) hlm, 3.

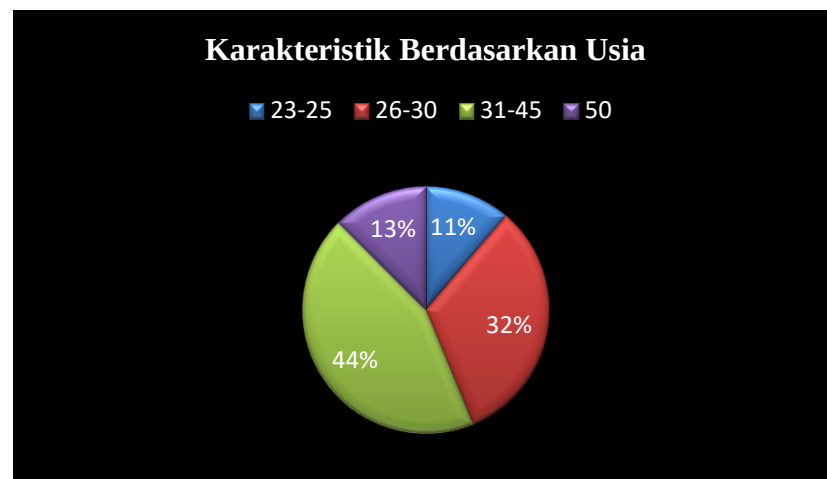
⁷⁴ “Raba Nathaniel, *Pengantar Bisnis* (Jawa Timur, 2020), Hlm 8-9,” n.d.

responden sebagai objek penelitian tersebut satu persatu diuraikan sebagai berikut:

1. Karakteristik responden berdasarkan usia

Dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan usia dimulai dari usia 23 tahun sampai 50 tahun ke atas, maka jumlah responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Gambar IV. 1 Karakteristik Berdasarkan Usia



Berdasarkan tabel diatas karakteristik responden berdasarkan usia, responden dominan berusia 31 samapai 45 tahun dengan total 44%, untuk usia 26 sampai 30 tahun dengan total 32%, untuk usia 50 dengan total 13% dan yang terkecil pada usia 23 sampai 25 tahun dengan total 11%.

2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jiwa	Persentase
Laki-laki	30	30%
Perempuan	50	50%
Total	80	80%

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 50% sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki 30%. Jadi responden jenis kelamin perempuan lebih banyak daripada responden jenis kelamin laki-laki.

C. Analisis Deskriptif

Tujuan pengukuran statistik deskriptif adalah untuk menyajikan dan menyusun data agar mudah dimengerti oleh pembaca atau pemakai informasi.

Uji analisis deskriptif dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV. 2 Hasil Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Faktor Rasional	80	5.00	25.00	20.2750	2.99356
Faktor Emosional	80	6.00	30.00	22.3125	3.25535
Keputusan Nasabah	80	13.00	25.00	20.5625	2.49984
Valid N (listwise)	80				

Sumber : Data yang diolah dari hasil SPSS Versi 23

Berdasarkan uji Deskriptif diatas dapat disimpulkan bahwa :

- a. X1 dengan jumlah sampel 80 memiliki nilai minimum sebanyak 5,00 nilai maksimum sebanyak 25,00 nilai mean 20,2750 dan standar deviasi sebanyak 2,99356.
- b. X2 dengan jumlah sampel 80 memiliki nilai minimum sebanyak 6,00 nilai maksimum sebanyak 30,00 nilai mean 22,3125 dan standar deviasi sebanyak 3,25535.
- c. Y dengan jumlah sampel 80 memiliki nilai minimum sebanyak 13,00 nilai maksimum sebanyak 25,00 nilai mean 20,5625 dan standar deviasi sebanyak 2,49984.

D. Uji Validitas Dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Setelah melakukan penyebaran angket maka dapat diperoleh hasil jawaban responden dari setiap pernyataan yang berhubungan dengan variabel yang diteliti Dalam hal ini peneliti telah menyebarkan angket sebanyak 80 angket kepada 80 responden. Sebelum angket dianalisis, terlebih dahulu di uji validitas sebanyak 30 responden. Adapun hasil uji validitas yang telah diolah dapat dilihat pada dalam tabel dibawah ini:

Tabel IV. 3 Hasil OutPut Uji validitas Keputusan Nasabah (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.083	.482**	.060	.300	.763**
	Sig. (2-tailed)		.662	.007	.753	.108	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.083	1	.114	.209	-.257	.476**
	Sig. (2-tailed)	.662		.549	.268	.170	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.482**	.114	1	-.431*	.177	.497**
	Sig. (2-tailed)	.007	.549		.017	.349	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.060	.209	-.431*	1	-.063	.465*
	Sig. (2-tailed)	.753	.268	.017		.739	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.300	-.257	.177	-.063	1	.472*
	Sig. (2-tailed)	.108	.170	.349	.739		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.763**	.476**	.497**	.365*	.412*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.005	.047	.024	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Tabel IV. 4 Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah(Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y1	0,753	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=30-2=28$ pada taraf signifikan 10 % sehingga diperoleh r_{tabel} 0,463.	Valid
Y2	0,476		Valid
Y3	0,497		Valid
Y4	0,465		Valid
Y5	0,472		Valid

Sumber : Data yang di olah dari hasil SPSS Versi 23

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-5 untuk variabel keputusan nasabah adalah valid dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana r_{tabel} adalah 0,463 dengan $n=28$ dengan taraf signifikansi 10%.

Tabel IV. 5
Hasil OutPut Uji validitas Faktor Rasional (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.231	.352	.262	.141	.726**
	Sig. (2-tailed)		.220	.057	.162	.456	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.231	1	.755	.208	.184	.537**
	Sig. (2-tailed)	.220		.772	.271	.331	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.352	-.055	1	.205	.343	.706**
	Sig. (2-tailed)	.057	.772		.278	.063	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.262	.208	.205	1	.092	.605**
	Sig. (2-tailed)	.162	.271	.278		.627	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.141	-.184	.343	.092	1	.466**
	Sig. (2-tailed)	.456	.331	.063	.627		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.726**	.337	.706**	.605**	.466**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.068	.000	.000	.009	
	N	30	30	30	30	30	30

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

Tabel IV. 6
Hasil Uji Validitas Faktor Rasional (X1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,726	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=30-2=28$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} 0,463.	Valid
X1.2	0,537		Valid
X1.3	0,706		Valid
X1.4	0,605		Valid
X1.5	0,466		Valid

Sumber : Data yang di olah dari hasil SPSS Versi 23

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa item1-5 untuk variabel faktor rasional adalah valid dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana r_{tabel} adalah 0,463 dengan n=28 dengan taraf signifikansi 10%.

Tabel IV. 7
Hasil OutPut Faktor Emosional (X2)

Correlations

	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	Total
x2.1 Pearson Correlation	1	.162	.232	-.198	.071	.113	.545**
Sig. (2-tailed)		.401	.225	.304	.714	.558	.000
N	29	29	29	29	29	29	29
x2.2 Pearson Correlation	.162	1	.007	.247	-.267	.264	.467*
Sig. (2-tailed)	.401		.971	.188	.154	.158	.000
N	29	30	30	30	30	30	30
x2.3 Pearson Correlation	.232	.007	1	-.114	.598*	-.217	.493**
Sig. (2-tailed)	.225	.971		.548	.000	.250	.000
N	29	30	30	30	30	30	30
x2.4 Pearson Correlation	-.198	.247	-.114	1	-.403*	.102	.507**
Sig. (2-tailed)	.304	.188	.548		.027	.593	.000
N	29	30	30	30	30	30	30

x2.5	Pearson Correlation	.071	-.267	.598**	-.403*	1	-.158	.476**
	Sig. (2-tailed)	.714	.154	.000	.027		.403	.000
	N	29	30	30	30	30	30	30
x2.6	Pearson Correlation	.113	.264	-.217	.102	-.158	1	.580**
	Sig. (2-tailed)	.558	.158	.250	.593	.403		.000
	N	29	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.535**	.427*	.493**	.132	.300	.580*	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.019	.006	.488	.107	.001	
	N	29	30	30	30	30	30	30

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

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

Tabel IV. 8
Hasil Uji Validitas Faktor Emosional (X2)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,545	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=30-2=28$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} 0,463.	Valid
X2.2	0,467		Valid
X2.3	0,493		Valid
X2.4	0,507		Valid
X2.5	0,476		Valid
X2.6	0,580		

Sumber : Data yang di olah dari hasil SPSS Versi 23

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa item1-6 untuk variabel faktor emosional adalah valid dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana r_{tabel} adalah 0,463 dengan n=28 dengan taraf signifikansi 10%.

2. Uji Reabilitas

Berikut hasil uji reliabilitas variabel faktor rasional, faktor emosional, dan keputusan nasabah pada tabel berikut:

Tabel IV. 9 Hasil Uji Reabilitas

variable	Cronbach's alpha	Jumlah item	keterangan
Keputusan nasabah	0,674	5	Reliable
Faktor rasional	0,673	5	Reliable
Faktor emosional	0,717	6	Reliable

Sumber :Data yang diolah
dari SPSS Versi 23.

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV. 9 diperoleh kesimpulan bahwa hasil uji reliabilitas variabel keputusan nasabah (Y) diperoleh nilai Cronbach's alpha $0,674 > 0,6$ sehingga variabel keputusan nasabah reliabel dan dapat diterima, variabel faktor rasional (X1) Cronbach's alpha $0,673 > 0,6$ sehingga variabel faktor rasional dinyatakan reliabel dan dapat diterima, variabel faktor emosional (X2) Cronbach's alpha $0,717 > 0,6$ sehingga variabel faktor emosional dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Adapun hasil uji normalilats yang telah diolah dapat dillihat pada tabel dibawah ini :

Tabel IV. 10
Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov.
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^a	Std. Deviation	2.34924101
,b		
Most	Absolute	.103
Extreme	Positive	.059
Differences	Negative	-.103
Test Statistic		.103
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber ; Data yang di olah dari SPSS Versi 23

Hasil uji normalitas pada tabel IV. 10 diatas menunjukkan bahwa nilai Sig, adalah 0,200 dan lebih besar dari 0,01. Jadi dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov.

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai VIF dan Tolerance. Adapun hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 11
Hasil Uji Multikolonearitas Coefficients^a
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Faktor rasional	.746	1,007
faktor emosional	.746	1,009

a. Dependent Variable: keputusan nasabah

Sumber : Data yang di olah dari SPSS Versi 23

Hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.11 dapat diketahui bahwa nilai tolerance untuk variabel faktor rasional (X1) adalah $0,746 > 0,01$ nilai tolerance untuk variabel faktor emosional (X2) adalah $0,746 > 0,01$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance dari kedua variabel tersebut lebih besar daripada $>0,01$.

Nilai VIF untuk variabel faktor rasional (X1) adalah 1,007, nilai VIF untuk variabel faktor emosional (X2) adalah 1,009, Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari ketiga variabel tersebut < 10 artinya tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Model yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji glejser berikut hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 12 Hasil Uji Heteroskedestisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.900	1.238		2.344	.022
Faktor rasional	-.084	.060	.182	1.398	.413
faktor emosional	.031	.056	.072	.551	.863

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan uji heteroskedastisitas diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi faktor rasional (X1) 0,413, dan faktor emosional (X2) dengan nilai 0,863 lebih besar dari $> 0,01$. Maka dapat disimpulkan bahwa pada semua variable tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun hasil uji analisis regresi linier berganda yang telah di olah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV. 13
Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.922	2.124		7.027	.398
Faktor rasional	.269	.105	.322	2.560	.012
faktor emosional	.093	.097	.011	2.734	.929

a. Dependent Variable: keputusan nasabah

Sumber : Data yang di olah dari SPSS Versi 23

Adapun persamaan regresi yaitu:

$$Y = a + b_1 FR + b_2 FE + e$$

Maka persamaan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 14,922 + 0,269 + 0,093 + 2,124$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 14,922 artinya apabila variabel faktor rasional, dan faktor emosional dianggap konstan atau nilainya 0, maka keputusan nasabah adalah sebesar 14,922.
- Nilai koefisien regresi variabel faktor rasional sebesar 0,269 dapat diartikan apabila faktor rasional mengalami peningkatan 1 satuan, maka variabel Y juga meningkat menjadi 0,269 koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor rasional dengan keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.

- c. Nilai koefisien regresi variabel faktor emosional sebesar 0,093, dapat diartikan apabila faktor emosional mengalami peningkatan 1 satuan, maka faktor emosional meningkat sebesar 0,93. Koefisien bernilai positif antara faktor emosional dengan keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.

F. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji parsial (Uji t) dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV. 14 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.922	2.124		7.027	.938
Faktor rasional	.269	.105	.322	2.560	.012
faktor emosional	.093	.097	.011	2.734	.929

a. Dependent Variable: keputusan nasabah

Sumber : Data yang di olah dari SPSS Versi 23

Dari hasil uji parsial diatas, dapat dilihat pengaruh variabel X1 dan X2 dimana nilai t_{tabel} yang diperoleh dari rumus $df = n-k-1$, yang mana df (derajat kebebasan), n (jumlah populasi), dan k (jumlah variabel bebas atau indevidenden), dapat dihitung $df = 80-2-1 = 77$. Dengan pengujian dua sisi (signifikasi 0,1) maka diperoleh t_{tabel} sebesar 2,375.

- a. Variable faktor rasional memiliki nilai t_{hitung} 2,560 sedangkan t_{tabel} 2,375. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,560 > 2,375$). Maka H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh faktor rasional terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.
 - b. Variable faktor emosional memiliki nilai t_{hitung} 2,734 sedangkan t_{tabel} 2,375. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,734 > 2,375$). Maka H_{a2} diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh faktor emosional terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Adapun uji signifikansi simultan (Uji F) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 15 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	222.832	2	111.416	13.964	.000 ^b
Residual	614.356	77	7.979		
Total	837.188	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

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

Sumber : Data yang di olah dari SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji signifikan simultan (F) pada tabel IV.15 diatas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 13,964 sedangkan nilai F_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $df = 80 - 2 - 1 = 77$ yaitu sebesar 3,97 dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13,964 > 3,97$). Selanjutnya, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Dapat dilihat nilai sig sebesar 0,000 jadi dapat disimpulkan ($0,000 < 0,05$), maka H_a diterima dan H_o

ditolak. Artinya secara simultan variabel X1, X2 berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji hipotesis koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 16 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.516 ^a	.266	.563	2.82465

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

Sumber : Data yang di olah dari SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.16 hasil analisis koefisien determinasi (R^2) di atas diperoleh angka Adjusted R square 0,563 atau 56,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel faktor rasional, dan faktor emosional berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah sebesar 56,3% Sisanya sebesar 0,43,7 atau (43,7%) dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang disebarkan kepada pedagang pasar gelugur ranatauprapat dan mengelolah hasil jawaban responden dari angket yang peneliti sebarakan melalui SPSS versi 23 yang berjudul Pengaruh Paktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Jasa Perbankan Syariah.

1. Pengaruh faktor rasional (X1) terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.

Faktor rasional adalah cara berfikir menggunakan nalar atas dasar data yang ada untuk mencari kebenaran faktual, kegunaan dan derajat kepentingannya, Jadi dapat dipahami bahwa rasional adalah cara berfikir seseorang dalam memutuskan sesuatu dengan pertimbangan akal sehat. Dalam faktor rasional pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang berdasarkan akal yang sehat, dan logika yang benar untuk mencapai tujuan tertentu.⁷⁵

Berdasarkan hasil dari uji t variabel faktor rasional nilai t_{hitung} 2,560 sedangkan t_{tabel} 2,375. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,560 > 2,375$). Maka H_{a1} diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. Faktor rasional dalam penelitian ini adalah keputusan yang diambil dengan pertimbangan yang telah dipikirkan dengan baik, dengan perasaan dan tidak dalam tekanan orang lain, sehingga bisa memikirkan secara logis dan nyaman dalam memilih jasa perbankan syariah yang sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan dan sesuai prinsip dan akad-akad syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Sandi Amaldi Siregar yang berjudul Pengaruh Faktor Emosional Dan

⁷⁵ Munadiati "Analisis Faktor Emosional Dan Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Menabung Di BSI Kantor Cabang Langsa 2."

Faktor Rasional Terhadap Minat Menabung Di BNI Syariah. Yang menyatakan bahwa faktor rasional berpengaruh terhadap minat menabung di BNI syariah.⁷⁶

2. Pengaruh faktor emosional (X2) Terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.

Faktor emosional adalah merupakan faktor yang menjadi pertimbangan konsumen ketika akan membeli produk dengan mempertimbangkan pada status sosial, kenyamanan, dan juga keamanan konsumen, faktor emosional juga yang mempengaruhi perilaku seseorang berdasarkan perasaan dan pengalaman emosional, seperti rasa bahagia, sedih, marah, atau takut. Faktor emosional dapat menjadi pendorong atau penghambat dalam pengambilan keputusan dan tindakan.⁷⁷

Berdasarkan hasil dari uji t variabel faktor emosional (X2) dengan nilai t_{hitung} 2,734 sedangkan t_{tabel} 2,375. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,734 > 2,375$). Maka H_{a2} diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa faktor emosional berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. Variabel faktor emosional dalam penelitian ini ialah mengenai sifat yang terburu-buru dalam pengambilan keputusan yang berujung tidak mempertimbangkan apa yang terjadi setelah keputusan itu diambil, apakah sudah sesuai dengan yang diinginkan, dan dibutuhkan.

⁷⁶ Sandi Amaldi Siregar, "Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2016.

⁷⁷ Habibie And Murtani, "Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Pt. Bank Sumut Syariah Kcpsy Marelan Raya."

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Imtihan dengan judul pengaruh religiusitas, transaksi murabahah dan emosional terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah.⁷⁸ Yang mengatakan bahwa faktor emosional sangat berpengaruh terhadap menggunakan jasa bank syariah.

3. Pengaruh Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah.

Keputusan adalah hasil dari suatu pemikiran dan pertimbangan yang menghasilkan pilihan untuk memecahkan masalah atau mencapai tujuan tertentu. Keputusan melibatkan proses memilih dari beberapa alternatif, dengan mempertimbangkan berbagai faktor dan kriteria, dan merupakan tindakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Keputusan merupakan hasil dari pemecahan masalah yang dihadapi dengan tegas. Suatu keputusan adalah jawaban yang pasti terhadap suatu pertanyaan. Keputusan haruslah bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan mengenai apa yang sedang dibicarakan dalam hubungannya dengan perencanaan. Selain itu, keputusan bisa juga dapat berupa tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana awal.⁷⁹

Dalam penelitian ini hasil menunjukkan bahwa faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan

⁷⁸ Imtihan Imtihan, "Pengaruh Religiusitas, Transaksi Murabahah Dan Emosional Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Dosen Unu Sumatera Barat)," *Perbanas Journal Of Islamic Economics & Business* 2, No. 1 (January 31, 2022): 91–100.

⁷⁹ Aswar Annas, *Interaksi Pengambilan Keputusan Dan Evaluasi Kebijakan* (Yogyakarta, Media Perkasa 2017) Hlm, 30.

syariah. Faktor rasional menjadi alasan penting karena berkaitan dengan aspek nilai-nilai pribadi dan keterkaitan spiritual nasabah, dan melibatkan pertimbangan logis dan analitis dalam memilih jasa perbankan.

Faktor emosional dalam penelitian ini juga sangat berpengaruh dalam memilih jasa bank syariah karena, dalam mengambil suatu keputusan atau tindakan yang dilandaskan emosi, terburu-buru, dan dalam rayuan yang timbul dari dalam diri sendiri serta desakan dan tekanan orang lain bisa menjadi masalah bagi perekonomian, kehidupan yang tidak dipertimbangkan lebih awal.

H. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar memperoleh hasil sebaik mungkin. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena masih terdapat berbagai keterbatasan. Beberapa keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah :

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti, keterbatasan waktu, tenaga serta biaya peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut.
2. Keterbatasan peneliti dalam menyebar angket karena peneliti tidak menjamin kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang peneliti berikan dan mungkin responden tidak memiliki waktu yang banyak sehingga terjadi kelemahan emosional dalam mengisi angket.

3. Keterbatasan kemampuan peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh faktor rasional dan faktor emosional terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. da pengaruh antara faktor rasional terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. Dibuktikan dengan melihat nilai perhitungan t_{hitung} 2,788 sedangkan t_{tabel} 3,97.
2. Ada pengaruh antara faktor emosional terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. Dibuktikan dengan melihat nilai perhitungan t_{hitung} -0,063 sedangkan t_{tabel} 3,97.
3. Ada pengaruh faktor rasional dan faktor emosional secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (13,964 > 3,97) artinya H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel faktor rasional, dan faktor emosional secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi bank syariah, diharapkan kepada perusahaan, untuk lebih meningkatkan baik dari segi kualitas maupun manfaat pada produk, dan

2. cara penjelesan akad-akad lebih detail supaya tidak terjadi kendala dalam proses pembayaran dan pembiayaan dalam memilih jasa perbankan syariah.
3. Bagi para pedagang di pasar gelugur rantauprapat, mengingat semakin banyak konsumen yang selektif dalam memilih, maka para pedagang perlu adanya peningkatan tentang memahami faktor rasional dan faktor emosional, agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan kedepannya. Selain itu pedagang juga bisa membuka usahanya di lokasi yang strategis sehingga konsumen lebih mudah untuk berkunjung dan berbelanja.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi dan masukan pada penelitian selanjutnya yang memiliki topik yang sama, sehingga dapat memperluas jangkaun penelitian serta menarik untuk diteliti dikemudian hari.
5. Bagi pembaca diharapkan dapat memberikan kritik dan saran terhadap skripsi ini, baik dari segi informasi yang ada didalamnya maupun dari segi bahasa dan penulisan yang digunakan agar menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Fajar Prasetya And I Made Sonny Gunawan. (2018). *Mengelola Emosi* (Yogyakarta: K-Media)
- Andrianto, Didin Fatuhudin, And Anang Firmansyah. (2019). *Manajemen Bank* (Surabaya: Qiara Media Partner)
- Aswar Annas. (2017). *Interaksi Pengambilan Keputusan Dan Evaluasi Kebijakan* (Yogyakarta, Media Perkasa)
- Bapak Arif, Pedagang Ikan Luat Di Pasar Gelugur Rantau Prapat, Wawancara (Rantau Prapat, 30 Oktober 2024, Pukul 11:00)
- Bapak Buyung, Pedagang Di Pasar Gelugur Rantau Prapat, Wawancara (Rantau Prapat, 28 Oktober 2024, Pukul 12:30)
- Bapak Imus, Pedagang Ikan Asin Di Pasar Gelugur Rantau Prapat, Wawancara (Rantau Prapat, 29 Oktober 2024, Pukul, 10:35)
- Bapak Ismail, Pedagang Baju Di Pasar Gelugur Rantauprapat, Wawancara (Rantauprapat, 3 November 2024 Pukul 10 :34)
- Bapak Jamal, Pedagang Baju Di Pasar Gelugur Rantau Prapat, Wawancara (Rantau Prapat, 2 November 2024, Pukul 14:46)
- Ceta Indra Lesmana. (2021). *Emosional Dan Rasional Dalam Bank Syariah*, (Jakarta: Media Press)
- Daniel Goleman. (2015). *Emotional Intelligence*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama..
- Eva Sundari. (2021). *Dinamika Citra Pelayanan Bank Dan Loyalitas Nasabah* (Cv Indra Mayu:Jawa Barat)
- Febby Febriyandi. (2019). *Bibliografi Beranotasi : Hasil Penelitian Balai Pelestarian Sejarah Dan Nilai Tradisional*, (Direktorat Jenderal Kebudayaan
- Habibie, Devi Ratna Sari, And Alim Murtani. (2023). “Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

- Di Pt. Bank Sumut Syariah Kepsy Marelan Raya.” Transformasi: Journal Of Economics And Business Management
- Handi D. Irawan. (2009). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan (Jakarta: Elex Media Koputindo)
- Hendryadi. (2017). ‘Validitas Isi: Tahap Awal Pengembangan Kuesioner,’ Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis.
- Ibu Iyus, Pedagang Kosmetik Di Pasar Gelugur Rantau Prapat, Wawancara (Rantau Prapat, 28 Oktober 2024, Pukul 11:00).
- Ibu Siti , Pedagang Baju Di Pasar Gelugur Rantau Prapat, Wawancara, (Rantau Prapat, 5 November 2024, Pukul 10:25).
- Ibuk Limah, Pedagang Kosmetik Di Pasar Gelugur Rantau Prapat, Wawancara (Rantau Prapat 4 November 2024 Pukul, 13:15).
- Ibuk Masnah Pedagang Sembako Di Pasar Gelugur, Wawancara (Rantauprapat, 5 November 2024 Pukul 11: 20)
- Ibuk Roswani, Pedagang Tepung Dan Alat-Alat Jualan Kue Di Pasar Gelugur, Wawancara (Rantau Prapat 4 November 2024 Pukul 10 :55)
- Ibuk Timah, Pedagang Ikan Asin Di Pasar Gelugur Rantauprapat, Wawancara (Rantauprapat, 1 November 2024, Pukul 14: 15).
- Imran, And Bambang Hendrawan. (2017). “Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah.” Journal Of Applied Business Administration
- Imtihan. (2022). “Pengaruh Religiusitas, Transaksi Murabahah Dan Emosional Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Dosen Unu Sumatera Barat).” Perbanas Journal Of Islamic Economics & Business
- Ismail Nurdin. (2019). Metodologi Penelitian Sosial, (Surabaya: Media Sahabat)
- Khatami, M. Arzil, Maulana Yusuf, And Nurfitri Martaliah. (2024). “Pengaruh Pemahaman, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah: Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Sarolangun.

- Lena Magdalena. (2024). Buku Ajar Sistem Pengambilan Keputusan, (Indonesia, Pt. Sonpedia Publishing Indonesia).
- Lukmanul Hakim. (2021). Manajemen Perbankan Syariah (Pamekasan: Duta Media Publishing)
- Maski, Ghazali. (2010). “Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen Dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang.” Journal Of Indonesian Applied Economics 4, No. 1
- Meithiana Indrasari. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan, (Jakarta: Unitomo Press)
- Muhammad Syafi’i Antonio. (2017). Bank Syariah (Jakarta: Gema Insani)
- Munadiati, Nana Pidiati, Fahriansah Fahriansah, And Miswari Miswari. (2024). “Analisis Faktor Emosional Dan Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Menabung Di Bsi Kantor Cabang Langsa 2:” Asnaf: Journal Of Economic Welfare, Philantrophy, Zakat And Waqf 3
- Musman, Asti. (2018). Berdamai Dengan Emosi: Kenali Emosi Hadapi Hidup. Anak Hebat Indonesia
- Nasution, Syukry El Hanif, Atika And Aqwa Naser Daulay. (2024). “Pengaruh Pendekatan Emosional Dan Rasionalitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Febi Uinsu).” Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)
- Nugroho J. Setiadi. (2024). Emosional, Rasional, Regulasi, (Madura, Madura Press)
- Nuraida Sulistiya Wahyuni. (2024). Emosi Dan Keberhasilan Panduan Psikologi Untuk Para Pebisnis (Medan: Pt. Media Penerbit Indonesia)
- Nurhasanah, Upik, Yenni Samri Juliati Nasution, And Budi Harianto. (2013). “Analisis Pengaruh Religiusitas, Motivasi Rasional Dan Emosional Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat Kcp Stabat).” Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)
- Pradana, Okta Wisnu, And Misbakhul Khaer. (2024). “Analisa Persepsi Masyarakat Terhadap Pemilihan Produk Pembiayaan Di Bank Syariah

Indonesia (Studi Pada Penduduk Desa Bendo Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung).” *Musyarakah: Journal Of Sharia Economic*

Qs. Al- Hasyr Ayat: 18.

Q.S Al-Baqarah Ayat: 275.

Raba Nathaniel. (2020). *Pengantar Bisnis (Jawa Timur)*

Rachmawati, Afrian, And Gusti Oka Widana. (2019). “Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah.” *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*

Rahmad Annam. (2023). *Audit Bank Syariah (Jakarta, Kencana)*

Rantau Prapat, (2024). (Kota).” In *Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas*. <https://Id.Wikipedia.Org/W/Index>.

Regina Lathifah Zahra, Riyad Azahran, And Yunika Amelia. (2024). *Fiqih Perbankan Syariah, (Jakarta: Gunung Djati Conference Series)*

Reza Mubarak. (2024). *Emosional, Rasional, Regulasi, (Madura, Madura Press)*

Rosmaini. (2019). “Pengaruh Kompetensi, Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai” *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.

Sarah, Vivi Meilin. (2020). “Pengelolaan Pasar Gelugur Rantau Prapat Di Kabupaten Labuhan Batu.” *Thesis, Universitas Medan Area, 2020*.

Sejarah Rantauprapat. (2025).| *Tentang Ranto.*”
<https://Tentangranto.Blogspot.Com/2016/01/Sejarah-Rantauprapat>.

Sherly. (2019). “Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec. Cibitung Kab. Bekasi).” *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*.

Siregar, Sandi Amaldi. (2016). *Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.

Surinabila, Marsya, Wanda Diah Pratiwi, Rachmawati Krisna Ayuningtyas, Sri Rahayu, And Budiandru Budiandru. (2023). “Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Membuka Rekening Bank Bsi Di Lingkup Mahasiswa Uhamka.” *Jurnal Cakrawala Ilmiah*.

- Syofian Siregar. (2014). Statistic Parametrik Untuk Penelitian Kuantatif (Jakarta: Bumi Aksara)
- Thalha Alhamid. (2019). “Instrumen Pengumpulan Data Kualitatif”
- Thamrin Abdullah. (2012). Bank Dan Lembaga Keuangan, (Jakarta, Raja Grafindo Persada)
- Tutik Pebriani. 92024). Teori Pengambilan Keputusan, (Jambi: Pt. Sonpedia Publishing Indonesia)
- Viktor Handrianus Pranatawijaya. (2019). ‘Penerapan Skala Likert Dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online,’ Jurnal Sains Dan Informatika
- Wayan Edi Arsawan. (2021). Pengantar Bisnis (Nilacakra, Bandung)
- Windari, Sri, And Fauzatul Laily Nisa. (2024). “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah.” Economics And Business Management Journal

LAMPIRAN 1

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : MARISA FITRI
2. NIM : 2140100029
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tempat/Tanggal Lahir : Sei Sakat, 15 Desember 2003
5. Anak Ke : 1 (satu)
6. Kewarganegaraan : Warga Negara Indonesia (WNI)
7. Status : Mahasiswa
8. Agama : Islam
9. Alamat Lengkap : JL.Kmp Baru Kuala Dsn 1
10. Telp/Hp : 082213801600
11. E-Mail : marisafitrihrp@gmail.com

II. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama Ayah : Mahrudin
2. Pekerjaan : Nelayan
3. Nama Ibu : Siti Ayisah
4. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

III. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

1. SDN 116250 Kampung Baru (2011-2016)
2. MTs Al-Anshor Sei Baru (2016-2018)
3. MAS Al- Washaliyah Sei Berombang (2018-2020)
4. Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (2021-2025)



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 Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 421 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/01/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

23 Januari 2025

Yth. Bapak/Ibu;

1. Dra. Hj. Replita, M.Si : Pembimbing I
2. Ya'ti Ikhwan Nasution, M.E : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Marisa Fitri
NIM : 2140100029
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Faktor Rasional dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pasar Gelugur Kel. Sirandurung Rantau Prapat Kec. Rantau Utara).**

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. 
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan
Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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 Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 938 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/04/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Mohon Izin Riset

19 April 2025

Yth; Kepala Dinas Perdagangan, dan UMKM Rantau Prapat.
Di Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Marisa Fitri
NIM : 2140100029
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul **"Pengaruh Faktor Rasional dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Pasar Gelugur Kel. Sirandurung Rantau Prapat Kec. Rantau Utara Kab. Labuhan Batu)"**. Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isla



**PEMERINTAH KABUPATEN LABUHANBATU
DINAS PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN**

**Jalan Gelugur No.18 Telepon : (0624) 7671756
RANTAUPRAPAT**

Rantauprapat, 7 Mei 2025

Nomor : 510/ 949 /Dag.Ind/1/2025
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padang Sidempuan

di

Tempat

Sehubungan dengan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor : 938/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.0/04/2025 tanggal, 14 April 2025 Perihal Mohon Izin Penelitian dan Surat Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Labuhanbatu Nomor : 070/0369/BKBP-III/2025, tanggal, 6 Mei 2025 Hal Permohonan Izin Penelitian bersama ini, kami memberikan izin untuk melakukan penelitian Mahasiswi :

Nama : MARISA FITRI
NIM : 2140100029
Prodi : PERBANKAN SYARIAH
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Dengan judul "Pengaruh Faktor Rasional dan Faktor Emosional terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Pasar Gelugur Kel. Sirandorong Rantauprapat Kecamatan Rantau Utara Kabupaten Labuhanbatu)".

Demikian disampaikan, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

KEPALA DINAS

CHAIRUDDIN NASUTION, S.Sos, MM
NIP. 197207181993081001

Tembusan Kepada Yth.:

1. Bupati Labuhanbatu (sebagai laporan)
2. Kepala Badan KESBANGPOL Lab.batu
3. Arsip.

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwasanya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dra. Hj. Replita, M.Si.

Jabatan : Dosen Pembimbing 1

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi kasus Pasar Gelugur kel. Sirandurung Rantau Prapat Kec. Rantau Utara)”**.

Yang disusun oleh:

Nama : Marisa Fitri

NIM : 21 401 00029

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adapun masukan yang telah saya berikan adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, Mei 2025
Validator

Dra. Hj. Replita, M.Si.
NIP. 196905261995032001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUTUSAN NASABAH (Y)

Petunjuk:

1. Mohon kiranya Ibu memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang telah disusun.
2. Berikan tanda (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Ibu dapat langsung menuliskan pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Produk dan jasa sesuai dengan prinsip syariah Islam.	1,2			
Pertimbangan harga bebas riba.	3			
Mengetahui akad-akad perbankan syariah	4			
Mengetahui produk dan jasa.	5			

Kritik dan saran:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Mei 2025

Validator

Dra. Hj. Replita, M.Si.
NIP. 196905261995032001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET FAKTOR RASIONAL (X₁)

Petunjuk:

1. Mohon kiranya Ibu memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang telah disusun.
2. Berikan tanda (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Ibu dapat langsung menuliskan pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Keuntungan, dan perasaan	1,2			
Kenyamanan dan keamanan	3			
Pertimbangan risiko	4			
Mengetahui akad-akad dan hukum dalam perbankan syariah	5			

Kritik dan saran:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Mei 2025

Validator

Dra. Hj. Replita, M.Si.
NIP. 196905261995032001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET FAKTOR EMOSIONAL (X₂)

Petunjuk:

1. Mohon kiranya Ibu memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang telah disusun.
2. Berikan tanda (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Ibu dapat langsung menuliskan pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Kesadaran penuh	1,2			
Keamanan dan kepercayaan	3			
Tidak terburu-buru	4			
Produk jelas, transparan dan aman secara emosional	5			
Pertimbangan emosi dan perasaan.	6			

Kritik dan saran:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Mei 2025

Validator

Dra. Hj. Replita, M.Si.
NIP. 196905261995032001

KUESIONER ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Saudara/I Responden Di Pasar Gelugur Rantau Prapat.

Assalamua'laikum Wr, Wb

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, saya mohon dengan hormat kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/I di Pasar Gelugur Rantau Prapat untuk mengisi kuesioner penelitian saya ini. Peran serta dari kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/I sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian yang dilaksanakan kerahasiannya jawabannya tetap terjamin. Dengan judul penelitian **“Pengaruh Faktor Rasional Dan Faktor Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi kasus Pasar Gelugur kel. Sirandurung Rantau Prapat Kec. Rantau Utara)”**.

Atas bantuan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Usia :

Pekerjaan :

Jenis kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Apakah anda benar pedagang di pasar Gelugur Rantau Prapat

☐

Iya

☐

tidak

II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

SL : Selalu

S : Sering

J : Jarang

KK : Kadang-kadang

TP : Tidak pernah

4. Semua jawaban Bapak/Ibu, saudara/i dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata hanya untuk tujuan penelitian.

III. Daftar Pernyataan

A. Keputusan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	SL	S	J	KK	TP
1.	Berapa sering anda memilih produk bank syariah yang berlandaskan akad-akad syariah.					

2.	Berapa sering anda menggunakan produk dan layanan bank syariah yang bebas riba.					
3.	Berapa sering anda membandingkan harga sebelum memutuskan memilih jasa perbankan syariah .					
4.	Berapa sering anda percaya bahwa adanya akad-akad syariah menjadi lebih aman dan terjamin.					
5.	Berapa sering anda yakin bahwa produk dan jasa perbankan sesuai dengan akad-akad syariah.					

B. Faktor Rasional (X1)

No	Pernyataan	SL	S	J	KK	TP
1.	Berapa sering anda merasa bahagia, dan gembira dalam memilih jasa perbankan yang sesuai akad-akad syariah.					
2.	Berapa sering anda merasa bahwa keputusan memilih jasa bank syariah didasarkan pada pertimbangan rasional.					
3.	Berapa sering anda memilih bank syariah karena memiliki sistem keamanan dan kenyamanan yang dapat dipercaya.					
4.	Berapa sering anda mempertimbangkan risiko dan manfaat sebelum memutuskan menggunakan produk bank syariah.					
5.	Seberapa sering anda merasa bahwa kejelasan akad-akad dalam produk bank syariah menjadi pertimbangan utama anda.					

C. Faktor Emosional (X2)

No	Pernyataan	SL	S	J	KK	TP
1.	Berapa sering anda merasa bahwa emosi dan perasaan, terlibat saat memilih jasa bank syariah.					
2.	Berapa sering anda merasa bahwa memilih produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan dan keyakinan anda.					
3.	Berapa sering anda merasa yakin bahwa keamanan dan kepercayaan diterapkan saat					

	memilih jasa bank syariah.					
4.	Berapa sering anda merasa lebih yakin dan tidak terburu-buru dalam memilih produk dan jasa bank syariah.					
5.	Berapa sering anda percaya bahwa produk yang jelas dan transparan membuat anda aman secara emosional.					
6.	Berapa sering anda merasa bahwa emosi dan pikiran tidak berpengaruh dalam memilih jasa perbankan syariah.					

Padangsidimpun, April 2025
Responden

(.....)

Lampiran 5. Tabulasi angket
Tabulasi Hasil Angket Keputusan Nasabah (Y)

Keputusan Nasabah (Y)						
No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total
1	4	1	4	4	5	18
2	4	4	5	4	4	21
3	4	5	4	5	4	19
4	5	2	4	5	5	20
5	4	5	4	5	4	22
6	4	5	4	4	4	21
7	4	5	4	5	4	22
8	2	4	4	2	1	13
9	5	4	5	4	4	22
10	4	5	3	4	5	21
11	4	4	4	3	4	19
12	2	3	3	4	5	17
13	4	4	3	5	5	21
14	1	5	5	4	4	19
15	3	5	3	4	5	20
16	4	4	4	3	5	20
17	5	5	4	4	3	21
18	4	2	3	5	5	19
19	4	5	4	5	4	22
20	4	4	3	5	5	21
21	5	5	5	4	4	23
22	5	5	3	5	5	23
23	4	5	5	4	4	22
24	5	5	4	4	5	23
25	3	4	4	2	4	17
26	5	4	4	4	5	22
27	3	5	5	3	4	20
28	5	5	5	4	4	23
29	5	4	5	2	5	21
30	5	4	3	3	4	19
31	5	2	4	5	4	20
32	5	4	5	4	5	23
33	4	5	4	5	3	21

34	4	5	3	4	3	19
35	5	4	5	5	4	23
36	5	4	3	5	5	22
37	5	4	5	4	5	23
38	5	5	5	4	5	24
39	4	5	4	4	5	22
40	4	4	4	4	4	20
41	1	4	4	5	4	18
42	5	1	4	4	4	18
43	5	3	5	1	5	19
44	4	3	4	2	4	17
45	5	4	5	3	5	22
46	5	4	4	5	3	21
47	5	5	4	3	5	22
48	3	5	5	4	5	22
49	5	5	4	4	5	23
50	5	4	4	4	5	22
51	4	4	3	5	3	19
52	1	4	4	3	4	16
53	5	4	5	5	4	23
54	4	5	3	4	4	20
55	4	3	5	3	4	19
56	2	4	4	4	3	17
57	5	3	5	3	4	21
58	5	4	4	4	3	22
59	5	4	5	2	5	21
60	5	5	4	4	4	15
61	5	1	5	5	5	25
62	2	5	5	5	5	22
63	5	5	3	2	3	18
64	1	4	4	5	4	18
65	5	4	5	4	4	22
66	5	4	4	5	5	23
67	4	5	3	4	4	20
68	5	5	4	4	4	22
69	5	4	2	4	4	19
70	5	5	5	5	5	25
71	4	4	4	2	4	18
72	5	4	5	4	5	23

73	5	2	5	4	4	20
74	5	4	4	5	4	22
75	5	5	4	5	4	23
76	4	4	1	4	2	15
77	5	5	4	4	4	22
78	4	4	1	4	1	14
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	4	5	24

Faktor Rasional (X1)						
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
1	4	5	4	5	4	22
2	4	5	4	4	4	21
3	5	4	5	4	5	23
4	4	5	5	4	4	22
5	5	5	5	5	5	25
6	5	4	5	4	4	22
7	4	4	4	5	4	21
8	3	4	5	2	4	18
9	5	4	5	4	4	22
10	3	4	3	4	5	18
11	5	4	4	4	5	22
12	5	4	3	4	5	21
13	3	5	2	4	3	17
14	5	4	4	4	3	20
15	5	4	4	4	4	21
16	4	4	5	5	5	22
17	5	4	3	3	5	20
18	5	3	5	3	5	21
19	3	4	2	2	3	14
20	5	4	4	5	3	20
21	2	3	3	3	4	15
22	3	4	4	3	5	19
23	3	3	2	4	4	16
24	5	4	5	4	5	23
25	2	3	5	4	5	20
26	4	3	5	4	4	20

27	4	4	5	4	4	21
28	4	4	3	5	5	21
29	4	5	3	4	4	20
30	3	4	4	3	5	19
31	4	3	3	3	3	16
32	4	5	3	3	4	19
33	4	5	4	5	4	22
34	4	3	2	3	4	15
35	4	3	5	4	5	21
36	4	4	5	5	3	21
37	5	4	5	4	5	23
38	4	4	5	4	5	22
39	4	5	4	4	4	21
40	4	3	3	5	5	21
41	5	3	3	2	2	15
42	3	4	4	5	5	21
43	5	5	4	5	5	24
44	4	4	3	4	4	19
45	4	4	5	4	4	21
46	2	5	4	4	3	18
47	4	4	4	5	4	21
48	4	5	4	5	4	22
49	4	5	4	4	4	21
50	5	4	5	4	4	22
51	3	5	4	3	4	19
52	4	3	4	3	4	18
53	5	4	4	5	4	22
54	5	4	5	4	4	22
55	4	4	5	4	4	21
56	5	4	3	5	4	21
57	4	5	4	5	4	22
58	4	4	4	4	2	18
59	5	5	5	5	5	25
60	1	1	1	1	1	5
61	5	5	5	5	5	25
62	5	5	5	5	5	25
63	2	5	5	5	4	21
64	4	5	5	4	4	22
65	5	4	4	4	4	21

66	4	5	4	4	4	21
67	4	3	5	4	3	19
68	4	3	5	4	4	20
69	2	5	5	4	5	21
70	5	5	5	5	5	25
71	2	2	5	4	4	18
72	5	5	4	5	5	23
73	2	1	4	4	4	16
74	4	4	5	5	4	21
75	5	4	5	5	4	23
76	4	2	4	4	5	20
77	4	4	4	4	4	20
78	2	2	4	4	5	18
79	4	2	3	5	3	16
80	4	4	4	4	5	21

Faktor Emosional (X2)							
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
1	5	4	5	4	5	4	27
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	5	4	5	4	5	27
4	5	4	4	4	5	4	26
5	5	5	1	5	1	5	22
6	5	5	5	4	5	5	29
7	5	4	5	4	5	4	27
8	1	4	2	4	4	4	19
9	5	4	5	5	3	1	22
10	4	5	4	5	4	1	24
11	4	5	4	5	3	1	22
12	4	4	4	5	4	4	25
13	5	3	4	4	5	2	23
14	5	5	5	4	4	1	24
15	4	5	4	5	4	3	25
16	4	5	4	4	5	1	23
17	4	3	5	4	5	2	23
18	3	5	5	5	5	1	24
19	5	4	3	4	4	2	22

20	3	3	5	5	5	1	22
21	5	4	2	3	4	1	19
22	3	5	3	5	3	3	22
23	5	4	5	4	4	1	23
24	3	3	4	3	5	1	19
25	3	3	2	5	3	2	18
26	3	3	4	4	3	1	18
27	4	2	3	4	5	1	20
28	4	3	5	5	5	1	22
29	3	5	3	4	4	2	22
30	3	5	5	3	5	1	20
31	3	4	3	3	5	1	21
32	3	5	4	3	4	1	22
33	5	4	5	5	5	1	24
34	5	5	4	3	5	1	25
35	5	4	3	4	4	2	22
36	3	5	4	5	5	1	23
37	5	4	3	4	5	1	22
38	5	4	5	4	5	1	24
39	4	4	4	3	4	1	20
40	4	3	4	4	5	1	21
41	4	4	3	5	3	1	20
42	4	4	4	3	4	1	21
43	5	4	4	3	3	1	20
44	4	3	5	4	5	2	23
45	5	4	4	5	4	1	23
46	5	4	4	3	5	1	22
47	4	5	4	4	4	1	22
48	5	4	4	3	3	2	21
49	5	5	4	4	5	1	24
50	2	3	4	2	4	2	17
51	4	4	5	4	4	1	22
52	3	4	3	4	4	1	19
53	3	3	4	3	5	1	19
54	4	3	4	5	4	1	21
55	4	3	4	3	5	2	21
56	4	4	4	4	4	1	21
57	4	4	3	4	4	2	21
58	4	5	4	2	2	2	19

59	5	5	5	5	5	5	30
60	1	1	1	1	1	1	6
61	5	2	5	5	5	5	27
62	5	5	5	5	5	5	30
63	4	4	5	5	5	4	27
64	4	4	5	4	4	1	22
65	4	3	5	4	4	1	21
66	5	3	3	4	4	1	20
67	3	4	4	4	5	2	22
68	4	4	4	3	3	1	19
69	5	5	4	5	3	1	23
70	5	5	5	5	5	1	26
71	5	4	4	2	5	2	22
72	5	4	5	4	4	1	23
73	4	4	4	4	5	1	22
74	5	2	2	4	5	1	19
75	4	4	5	4	5	1	23
76	5	5	3	4	4	2	23
77	4	4	4	4	4	3	23
78	5	5	5	4	4	3	26
79	4	4	4	5	5	3	25
80	4	5	4	5	4	1	23

Lampiran 6
Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y)
Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
Y1	Pearson						
	Correlation	1	.083	.482**	.060	.300	.763**
	Sig. (2-tailed)		.662	.007	.753	.108	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson						
	Correlation	.083	1	.114	.209	-.257	.476**
	Sig. (2-tailed)	.662		.549	.268	.170	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson						
	Correlation	.482**	.114	1	-.431*	.177	.497**
	Sig. (2-tailed)	.007	.549		.017	.349	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson						
	Correlation	.060	.209	-.431*	1	-.063	.465*
	Sig. (2-tailed)	.753	.268	.017		.739	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson						
	Correlation	.300	-.257	.177	-.063	1	.472*
	Sig. (2-tailed)	.108	.170	.349	.739		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson						
	Correlation	.763**	.476**	.497**	.365*	.412*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.005	.047	.024	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Hasil Uji Validitas Faktor Rasional (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1	Pearson						
	Correlation	1	.231	.352	.262	.141	.726**
	Sig. (2-tailed)		.220	.057	.162	.456	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson						
	Correlation	.231	1	-.055	.208	-.184	.537
	Sig. (2-tailed)	.220		.772	.271	.331	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson						
	Correlation	.352	-.055	1	.205	.343	.706**
	Sig. (2-tailed)	.057	.772		.278	.063	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson						
	Correlation	.262	.208	.205	1	.092	.605**
	Sig. (2-tailed)	.162	.271	.278		.627	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson						
	Correlation	.141	-.184	.343	.092	1	.466**
	Sig. (2-tailed)	.456	.331	.063	.627		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson						
	Correlation	.726**	.337	.706**	.605**	.466**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.068	.000	.000	.009	
	N	30	30	30	30	30	30

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

Hasil Uji Validitas Faktor Emosional (X2)

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	Total
x2.1	Pearson Correlation	1	.162	.232	-.198	.071	.113	.545**
	Sig. (2-tailed)		.401	.225	.304	.714	.558	.000
	N	29	29	29	29	29	29	29
x2.2	Pearson Correlation	.162	1	.007	.247	-.267	.264	.467*
	Sig. (2-tailed)	.401		.971	.188	.154	.158	.000
	N	29	30	30	30	30	30	30
x2.3	Pearson Correlation	.232	.007	1	-.114	.598**	-.217	.493**
	Sig. (2-tailed)	.225	.971		.548	.000	.250	.000
	N	29	30	30	30	30	30	30
x2.4	Pearson Correlation	-.198	.247	-.114	1	-.403*	.102	.507**
	Sig. (2-tailed)	.304	.188	.548		.027	.593	.000
	N	29	30	30	30	30	30	30
x2.5	Pearson Correlation	.071	-.267	.598**	-.403*	1	-.158	.476**
	Sig. (2-tailed)	.714	.154	.000	.027		.403	.000
	N	29	30	30	30	30	30	30
x2.6	Pearson Correlation	.113	.264	-.217	.102	-.158	1	.580**
	Sig. (2-tailed)	.558	.158	.250	.593	.403		.000
	N	29	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.535**	.427*	.493**	.132	.300	.580**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.019	.006	.488	.107	.001	
	N	29	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 7. Hasil Nilai t Hitung

Titik Persentase Distribusi t

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Lampiran 8. Hasil Nilai F Hitung

Titik persentase Distribusi F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78

88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas

Keputusan Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.674	5

Faktor Rasional (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.673	5

Faktor Emosional (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.717	7

Lampiran 10. Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.34924101
Most Extreme Differences		.103
Absolute		.059
Positive		-.103
Negative		.103
Test Statistic		.200 ^c
Asymp. Sig. (2-tailed)		

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 11.
Uji Multikolonearitas Coefficients^a
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Faktor rasional	.746	1,007
faktor emosional	.746	1.009

a. Dependent Variable: keputusan nasabah

Lampiran 12. uji heteroskedestisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.900	1.238		2.344	.022
Faktor rasional	-.084	.060	-.182	-1.398	.166
faktor emosional	.031	.056	.072	.551	.583

a. Dependent Variable: Abs_RES

Lampiran 13.
Uji Analisis Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.922	2.124		7.027	.398
Faktor rasional	.269	.105	.322	2.560	.012
faktor emosional	.093	.097	.011	2.734	.929

a. Dependent Variable: keputusan nasabah

Lampiran 14. Hasil Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Persial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.922	2.124		7.027	.398
	Faktor rasional	.269	.105	.322	2.560	.012
	faktor emosional	.093	.097	.011	2.734	.929

a. Dependent Variable: keputusan nasabah

Uji Signifikansi Simultan (Uji f)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	222.832	2	111.416	13.964	.000 ^b
Residual	614.356	77	7.979		
Total	837.188	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

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

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.516 ^a	.266	.563	2.82465

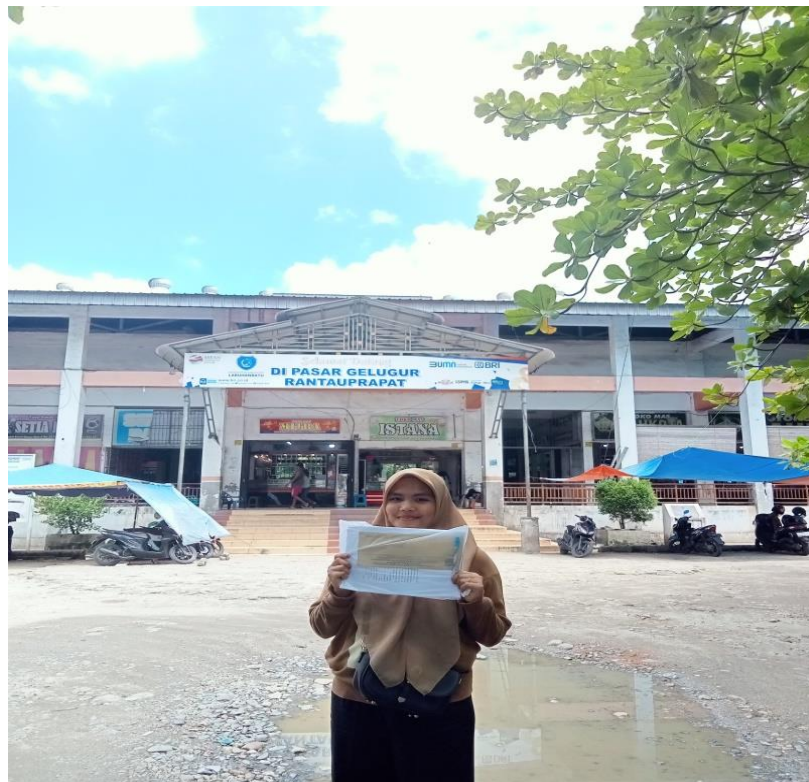
a. Predictors: (Constant), Faktor Emosional, Faktor Rasional

Lampiran 15

Dokumentasi Penyebaran Angket.



Dokumentasi penyerahan surat riset oleh Ibu Putri Annisa Selaku Kabid Dinas Perdagangan dan Prindustrian Rantau Prapat



Dokumentasi lokasi observasi di pasar Gelugur Rantau Prapat



Dokumentasi pengisian angket oleh Ibu Imas pedagang dipasar Gelugur Rantau Prapat



Dokumentasi pengisian angket kuesioner dengan Ibu Annita pedagang pasar Gelugur Rantau Prapat



Dokumentasi Pengisian angket kuesioner dengan ibu Masnah pedagang pasar gelugur Rantau Prapat



Dokumentasi pengisian angket oleh Ibu Rosnani pedagang dipasar Gelugur Rantau Prapat



Dokumentasi pengisian angket kuesioner dengan Ibu Limah pedagang pasar Gelugur Rantau Prapat



Dokumentasi pengisian angket dengan ibu Timah pedagang pasar Gelugur Rantau Prapat