PENGARUH FAKTOR EMOSIONAL DAN FAKTOR RASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA DALAM MEMILIH PRODUK TABUNGAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

SKRIPSI

Oleh :

RISKI UTAMA
NIM : G04214030

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
SURABAYA

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Riski Utama

NIM : G04214030

Fakultas/Prodi: Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 6 Agustus 2019

Saya yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
TGL. 20
DEBECAFF869209279
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Riski Utama

NIM. G04214030

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Riski Utama NIM. G04214030 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 5 Agustus 2019

Pembimbing,

Hanafi Adi Putranto,S.Si., SE., M.Si.
NIP. 198209052015031002

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Riski Utama NIM. G04214030 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Senin, 30 September 2019, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I,

Hanafi Adi Putranto,S.Si., SE., M.Si.
NIP. 198209052015031002

Penguji II,

Lilik Rahmawati, M.EI
NIP. 198106062009012008

Penguji III,

Siti Musfiqoh, M.EI
NIP. 197608132006042002

Penguji IV,

Andhy Permadi, M.Kom
NIP. 198110142014031002

Surabaya, 30 September 2019
Mengesahkan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Dekan,

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

Dr. H. Ah. Ali Arifin, M.M.
NIP. 196212141993031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Riski Utama
NIM : G04214030
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
E-mail address : Rockerriski@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Oktober 2019

Penulis

(Riski Utama)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Produk Tabungan di Lembaga Keuangan Syariah"** merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara parsial dan simultan antara Faktor Emosional terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa serta untuk mengetahui variabel bebas manakah yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Random Sampling* dengan menggunakan rumus *Slovin*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan sampel yang dapat diolah sebanyak 100 responden di UIN Sunan Ampel Surabaya. Untuk menganalisis penulis menggunakan suatu alat analisis yakni SPSS *Ver.* 24.0. Metode analisis menggunakan uji asumsi klasik, uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis, uji regresi linear berganda, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji validitas dan reliabilitas dinyatakan valid dan reliabel. Untuk uji T diperoleh nilai sebesar 6,392 (Faktor Emosional X_1) dan 7,054 (Kohesivitas X_2), hal ini berarti secara parsial masing-masing variabel terbukti berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah. Kemudian untuk uji F sebesar 163,580 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini mengartikan secara bersama-sama variabel bebas Emosional dan Rasional terbukti berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yakni Keputusan Nasabah Mahasiswa. Nilai *R square* sebesar 0,771 yang mengartikan bahwa pengaruh kedua variabel bebas sebanyak 77,1% sedangkan sisanya yakni sebesar 22,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Pada hasil uji regresi linear berganda pada tabel *coeficient* faktor emosional (X1) memperoleh nilai koefisien sebesar 0,427 sedangkan pada faktor rasional (X2) memperoleh nilai sebesar 0,405 maka dari hasil tersebut terbukti bahwa faktor emosional lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah mahasiswa dibandingkan dengan faktor rasional.

Dari hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah agar para pekerja di lembaga keuangan syariah dapat memanfaatkan sisi emosional mahasiswa untuk menarik mahasiswa agar lebih tertarik lagi menggunakan produk lembaga keuangan syariah.

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

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR TRANSLITERASI xi
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 12
C. Tujuan Penelitian 13
D. Kegunaan Penelitian 14
BAB II KAJIAN PUSTAKA 15
A. Landasan Teori 15
B. Penelitian Terdahulu 32
C. Kerangka Konseptual 39
D. Hipotesis 40
BAB III METODE PENELITIAN 42
A. Jenis Penelitian 42
B. Waktu dan Tempat Penelitian 42
C. Populasi dan Sampel Penelitian 42
D. Variabel Penelitian 45
E. Definisi Operasional 46
F. Uji Validitas dan Reliabilitas 47
G. Data dan Sumber Data 49
H. Teknik Pengumpulan Data 50
I. Teknik Analisis Data 52

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV HASIL PENELITIAN 57

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian 57
B. Analisis Data 66

BAB V PEMBAHASAN 86

A. Pengaruh Faktor Emosional Secara Parsial Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Menggunakan Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah 86
B. Pengaruh Faktor Rasional Secara Parsial Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Menggunakan Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah 88
C. Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Secara Simultan Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Menggunakan Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah 90
D. Faktor yang Lebih Dominan Mempengaruhi Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Menggunakan Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah 92

BAB VI PENUTUP 90

A. Kesimpulan 93
B. Saran 94

DAFTAR PUSTAKA 96

LAMPIRAN 100

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Menabung di Bank Syariah 9

Tabel 1.2 Jumlah Mahasiswa S1 Aktif 11

Tabel 3.1 Skala Likert 51

Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya 59

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 60

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 61

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas 61

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan 62

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menabung 63

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan LKS Tempat Menabung 64

Tabel 4.8 Data Frekuensi Jawaban Variabel Faktor Emosional 66

Tabel 4.9 Data Frekuensi Jawaban Variabel Faktor Rasional 68

Tabel 4.10 Data Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan 70

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas 74

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas 75

Tabel 4.13 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov 76

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas 77

Tabel 4.15 Hasil Uji Glejser 79

Tabel 4.16 Hasil Uji Linear Berganda 80

Tabel 4.17 Hasil Uji T 82

Tabel 4.18 Hasil Uji F 84

Tabel 4.19 *Model Summary* 85

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah DPK dan Total Asset 3
Gambar 2.1 Tahapan Pengambilan Keputusan 30
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual 39
Gambar 4.1 Grafik *Scatterplot* 78

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab I

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Lembaga Keuangan merupakan lembaga yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat untuk disalurkan kembali dalam berbagai bentuk pendanaan kepada masyarakat yang membutuhkan dengan tujuan untuk memperoleh laba dari kegiatan pendanaan tersebut.[1] Disisi lain, Lembaga Keuangan Syariah merupakan Lembaga Keuangan yang dalam pengoperasiannya didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi syariah. Salah satu prinsip yang paling diunggulkan oleh Lembaga Keuangan Syariah yaitu prinsip bebas dari *riba.*

Riba secara teknis menurut Antonio (1999) yang di kutip Susyanti (2016) dapat diartikan sebagai pengambilan tambahan dari harta pokok secara tidak adil, dimana dalam prosesnya tidak terdapat keseimbangan pembagian resiko antara pihak yang terlibat transaksi.[2] Secara umum seluruh lembaga keuangan syariah mengklaim bahwa produknya bebas dari *riba*. Hal tersebut tak berlebihan, mengingat hampir seluruh produk lembaga keuangan syariah didasarkan pada akad kerjasama atau jual beli dengan pembagian keuntungan dengan menggunakan prinsip bagi hasil.

Pada masa kini, akibat semakin ketatnya persaingan antara lembaga keuangan telah membuat mereka saling berlomba dalam berinovasi dengan

[1] Dewa P.K. Mahardika, *Mengenal Lembaga Keuangan*, (Bekasi: Gramata Publishing, 2015), hal. 30

[2] Jeny Susyanti, *Operasional Keuangan Syariah*, (Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang, 2016), hal. 9

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produknya. Pada produk tabungan lembaga keuangan tertentu, saat ini telah terdapat produk yang dikhususkan pada hampir setiap kelompok masyarakat. Hal tersebut nampaknya dilakukan untuk menarik minat masyarakat untuk menabungkan uangnya pada mereka.

Khusus lembaga keuangan syariah, diluar persaingan dengan sesamanya juga bersaing dengan lembaga keuangan konvensional untuk merebut hati masyarakat yang telah lebih dulu terbiasa dengan cara konvensional. Lembaga keuangan syariah dapat dikatakan cukup berhasil dalam persaingan tersebut. Hal itu dapat diketahui dari mulai banyaknya masyarakat yang mulai mencoba mengenal dan berpindah untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Kepercayaan masyarakat mulai tumbuh seiring keberhasilan lembaga keuangan syariah dalam bertahan selama dua periode krisis moneter yang pernah melanda Indonesia.

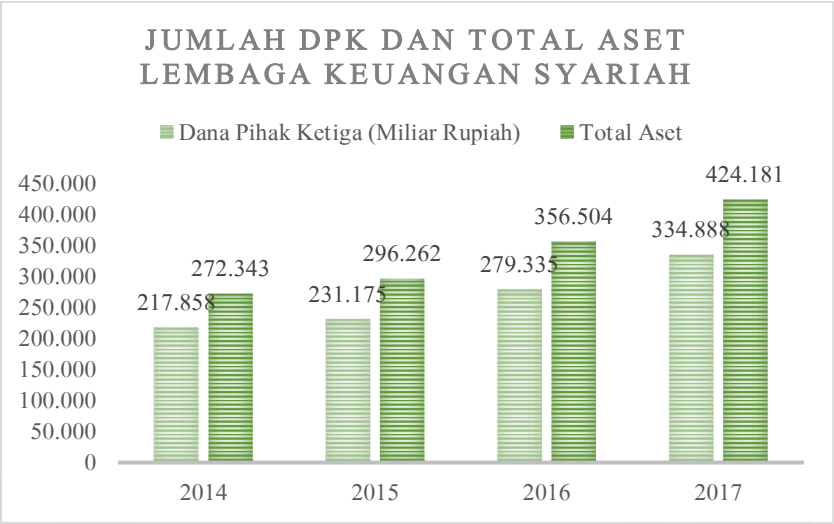
Selain tabungan, produk seperti deposito dan giro juga merupakan produk yang banyak lembaga keuangan andalkan untuk menghimpun dana masyarakat. Pada lembaga keuangan bukan bank seperti koperasi juga didapati produk iuran dan simpanan yang dalam teknisnya sama seperti tabungan pada bank.

Dana yang dihimpun dari masyarakat biasanya disebut dengan Dana Pihak Ketiga (DPK). Menurut UU No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan DPK ialah dana yang dipercayakan atau dititipkan oleh masyarakat kepada pihak penghimpun dana yang didasarkan pada perjanjian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penyimpanan dana. Produk-produk DPK antara lain yaitu Giro, Deposito, tabungan dan produk-produk lain yang dipersamakan dengan itu.[3]

Gambar 1.1



Sumber: data SPS OJK Desember 2017

Data yang disajikan di atas merupakan data perkembangan DPK yang dihimpun oleh OJK hingga akhir periode 2017. Data tersebut menunjukkan adanya perkembangan yang cukup pesat pada jumlah dana pihak ketiga. Hal itu mudah dipahami dari data jumlah pada akhir tahun 2014 sebesar 217 triliun rupiah dan masih terus merangkak naik pada tahun-tahun berikutnya hingga mencapai angka 334 triliun rupiah pada akhir 2017.

Perkembangan jumlah DPK yang dihimpun oleh lembaga keuangan syariah tersebut sejalan dengan peningkatan total aset yang dimiliki. Pada 2014 lembaga keuangan syariah memiliki total aset sebesar 272 triliun rupiah,

[3] ___, "Aturan Perbankan Mengenai Dana Pihak Ketiga", dalam http://www.gresnews.com/berita/tips/1782410-aturan-perbankan-mengenai-dana-pihak-ketiga/0/, diakses pada 20 Nopember 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

angka tersebut terus naik secara pesat dalam empat tahun hingga pada akhir 2017 mencapai angka 424 triliun rupiah.

Salah satu produk yang banyak lembaga keuangan syariah unggulkan dalam menghimpun dana dari masyarakat ialah produk tabungan atau simpanan. Menurut UU no. 10 tahun 1998 tentang Perbankan, tabungan dapat didefinisikan sebagai simpanan yang dalam penarikannya dapat dilakukan dengan didasarkan pada syarat tertentu yang sebelumnya telah disepakati.[4] Produk tabungan pada lembaga keuangan syariah juga merupakan produk yang telah banyak orang gunakan.

Inovasi pada fasilitas produk tabungan atau simpanan pada lembaga keuangan syariah yang diberikan untuk nasabah atau anggotanya juga ikut menjadi faktor penentu dalam hal menarik banyak orang dari berbagai kalangan untuk menabungkan uangnya, tidak terkecuali juga dari kalangan mahasiswa. Namun, tidak semua orang memiliki alasan yang sama dalam hal ketertarikannya untuk menabung di lembaga keuangan syariah. Terdapat berbagai macam alasan yang membedakan antara kelompok masyarakat dalam keputusannya untuk menabung atau menyimpan uangnya pada lembaga keuangan syariah. Terutama mahasiswa yang seharusnya lebih mampu dalam menilai baik-buruknya sesuatu, mengingat status mahasiswa yang dapat digolongkan sebagai kaum intelektual sehingga dapat menjadi panutan masyarakat dilingkungan sekitarnya.

[4] Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebelum pengambilan keputusan, konsumen akan terlebih dahulu memahami kebutuhannya untuk kemudian mengukur kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan serta mencari opsi lain yang tersedia hingga akhirnya akan membuat keputusan pemilihan produk yang dikehendakinya. Dalam suatu proses pengabilan keputusan terdapat dua faktor yang mempengaruhinya, antara lain faktor eksternal dan faktor internal. Kedua faktor tersebutlah yang nantinya akan berpengaruh dalam proses pembangunan konsep diri dan gaya hidup konsumen.

Faktor internal sendiri terdiri dari beberapa indikator, salah satu yang paling menonjol ialah motivasi. Motivasi dapat dipahami sebagai sesuatu hal yang dapat mendorong seorang individu dalam berperilaku yang juga dapat memberikan individu tersebut suatu tujuan serta arah dalam melakukan sesuatu.[5] Hamzah B. Uno (2007) dalam bukunya menyatakan bahwa motivasi dapat berwujud sebagai dorongan internal maupun eksternal terhadap seseorang yang keberadaannya dapat diindikasikan dari adanya hasrat dan minat, dorongan dan kebutuhan, harapan dan cita-cita serta penghargaan dan penghormatan pada setiap perilaku seseorang.[6] Singkatnya motivasi dapat disimpulkan sebagai alasan pribadi seseorang dalam berperilaku, serta dapat dipahami sebagai salah satu faktor awal yang menentukan seseorang dalam membuat keputusan ketika memilih suatu tindakan.

---

[5] J. Supranto & Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*,edisi kedua, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), hal. 93.
[6] Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*, (Jakarta: Bumi Aksana, 2007), ___.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Secara teoritis motivasi dapat dipahami terbagi menjadi dua jenis yaitu motivasi emosional dan motivasi rasional.[7] Motivasi emosional ialah suatu dorongan yang bersifat subyektif dan simbolik serta berkaitan dengan perasaan ketika seseorang mengambil keputusan. Sedangkan motivasi rasional memiliki dorongan yang lebih bersifat fungsional dan obyektif dimana atribut yang ada pada pilihannya memiliki pengaruh besar dalam proses pengambilan keputusan.

Emosional, secara linguistik diketahui berasal dari kata emosi. Emosi sendiri dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan yang tidak dapat dikontrol pada perasaan seseorang, sering kali keadaan tersebut banyak mempengaruhi perilaku seseorang. Kejadian-kejadian disekitar seseorang biasanya menjadi pemicu adanya emosi tersebut, oleh karena itu emosi juga bisa dikatakan sebagai suatu respon atau reaksi tertentu terhadap suatu kejadian eksternal.[8]

Dalam proses pengambilan keputusan, faktor emosional sering kali menjadi bahan pertimbangan yang sangat berpengaruh, hal tersebut didasarkan pada pertimbangan perolehan status sosial, kenyamanan dan rasa aman konsumen pada tindakan yang dipilih. Pada penelitian ini, keadaan emosional yang penulis maksud berhubungan dengan metode berfikir nasabah saat mengambil keputusan untuk menabungkan uangnya pada lembaga keuangan syariah.

---

[7] Dewi Urip Wahyuni, "Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek "Honda" di Kawasan Surabaya Barat", *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol 10, No. 1 (Maret, 2008), 31.
[8] J. Supranto & Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi* ..., hal. 108.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penulis mempercayai bahwa adanya kehidupan setelah kematian serta persepsi tertentu nasabah pada produk lembaga keuangan syariah memiliki pengaruh besar pada proses pengambilan keputusan oleh nasabah, dimana hal tersebut berkaitan dengan sisi emosional nasabah itu sendiri. Pernyataan penulis tersebut sejalan dengan pernyataan Vima Dwi (2012) pada skripsinya yang menyatakan bahwa keputusan nasabah dalam memilih menabungkan uangnya pada lembaga keuangan syariah di pengaruhi oleh dua perspektif, yaitu perspektif waktu sekarang dan perspektif setelah kematian. Menurutnya, hal inilah yang menyebabkan nasabah tetap memilih bank syariah meskipun tidak memperoleh bagi hasil yang besar.

Rahman (2004) yang dikutip Fauzi (2010) menggunakan dua indikator emosional, yaitu ketaatan beragama dan atribut produk yang islami. Sedangkan Rahman (2005) pada jurnalnya yang lain dikutip Vima Dwi (2012) selain ketaatan beragama dan atribut produk juga menambahkan psikologi kedalam indikator faktor emosional. Penelitian terbaru, Dyah (2017) pada skripsinya membagi indikator faktor emosional kedalam tiga indikator, yaitu pertimbangan status sosial yang diperoleh, kenyamanan, dan rasa aman nasabah ketika menabung di bank syariah.

Sedangkan nasabah atau konsumen yang dipengaruhi Faktor Rasional, didefinisikan sebagai manusia ekonomi oleh Schiffman dan Kanuk. Kesehatan, kepatutan dan kelayakan menjadi indikator utama pada faktor rasional.[9] Untung rugi yang didapatkan setelah pembelian barang juga

[9] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* ,edisi revisi, (Jakarta: Kencana, 2003), hal. 35.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berpengaruh pada proses pembelian yang dipengaruhi faktor rasional. Nugroho (2003) melalui bukunya menyatakan, ketika seseorang membeli sesuatu dengan anggapan barang yang dibeli tersebut sehat, patut dan layak untuk dibeli maka orang tersebut sedang bertindak secara rasional. Hal tersebut yang membedakannya dengan faktor emosional, dimana faktor emosional cenderung nampak terburu-buru ketika memutuskan untuk membeli suatu produk tertentu tanpa pertimbangan keadaan jangka panjang pada keputusannya.

Fauzi (2010) menggunakan dua indikator faktor Rasional yaitu pelayanan dan reputasi lembaga keuangan syariah. Vima Dwi (2012) pada skripsinya menggunakan tiga indikator faktor rasional yaitu pelayanan, kenyamanan dan kepuasan nasabah. Sedangkan Dyah (2017) pada skripsinya menganggap indikator harga, kemudahan dan keuntungan yang diperoleh nasabah sebagai indikator yang paling berpengaruh dalam proses membangun keputusan rasional pada nasabah.

Sedangkan Keputusan, oleh Schiffman dan Kanuk (2000) didefinisikan sebagai suatu reaksi dalam memilih salah satu dari banyak pilihan yang ada setelah sebelumnya melalui proses pertimbangan. Pemilihan merek,toko dan produk seringkali dijadikan rujukan pada keputusan dalam perspektif pemasasaran. Namun pada dasarnya, pada proses pengambilan keputusan konsumen atau nasabah hanya berkaitan dengan perilaku konsumen atau nasabah yang berhubungan dengan objek yang akan dibeli itu sendiri.[10]

[10] J. Supranto & Nandan Limakrisna, Perilaku Konsumen dan Strategi ..., hal. 211.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya merupakan suatu Universitas Islam yang berdiri di bawah naungan Kementrian Agama Republik Indonesia. Mengingat ini merupakan Universitas Islam dalam negara mayoritas Islam, maka tidak aneh bila diasumsikan mahasiswanya dalam menabung akan menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Namun dikarenakan masih tidak seragamnya pendapat di tengah masyarakat tentang pentingnya menabung di lembaga keuangan syariah, maka sering kali masih ditemui adanya mahasiswa UIN Sunan Ampel yang masih belum menggunakan jasa tabungan atau simpanan di Lembaga Keuangan Syariah.

Sebagai contoh dalam penelitian Siti Qur'aniyah (2018) menemukan bahwa mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN Sunan Ampel Surabaya yang menjadi nasabah perbankan syariah tidak lebih dari separuhnya saja. Berikut data tabel yang diperoleh:

Tabel 1.1
Jumlah Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Angkatan 2014-2017[11]

Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Mahasiswa Ekonomi Syariah Yang Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah
2014	162	114
2015	181	53
2016	192	40
2017	221	28
Jumlah	**756**	**235**

Sumber: Data Skripsi Siti Qur'aniyah (2018)

[11] Siti Qur'aniyah, "Pengaruh Syariah Marketing Value Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Meggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2014-2017)" (Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Yogyakarta, 2012), 49.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari data di atas dapat diketahui bagaimana secara persentase minat mahasiswa program studi ekonomi syariah angkatan tahun tersebut khususnya pada mahasiswa tingkat semester awal masih dapat dikatakan kurang dalam hal menabungkan uangnya di perbankan syariah. Padahal secara akademis seharusnya para mahasiswa Ekonomi Syariah tersebut lebih paham tentang hal yang seperti ini. Sesuai dengan Al-Qur'an yaitu surah Al-Baqarah ayat 278 berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

"Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman."

Dan Al-Baqarah ayat 275

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

"Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya"

UIN Sunan Ampel sendiri mulai menapakkan kaki di bidang pendidikan ekonomi semenjak berdirinya Program Studi Ekonomi Syariah, dan mulai lebih masuk ke dunia perekonomian semenjak didirikannya Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam pada tahun 2014 lalu. Dengan berdirinya Fakultas yang fokus terhadap bidang perekonomian tersebut menandakan bahwa UIN Sunan Ampel Surabaya telah mantap untuk ikut berkontribusi pada perkembangan perekonomian Negara Kesatuan Republik Indonesia ini.

UIN Sunan Ampel memiliki populasi mahasiswa aktif sebesar lebih dari 15 ribu mahasiswa terbagi pada 9 fakultas pada tahun ajaran 2017-2018. Berikut uraiannya:[12]

Tabel 1.2
Data Jumlah Mahasiswa S1 Aktif Tahun Ajaran 2017-2018

Semester	Jumlah
Semester 1	4.363
Semester 3	4.036
Semester 5	3.161
Semester 7	2.669
Semester 9	1.101
Semester 11	313
Semester 13	154
Total	**15.798**

Dari data di atas dapat diketahui bahwa mahasiswa aktif UIN Sunan Ampel Surabaya memiliki jumlah populasi yang cukup besar, serta bila dapat

[12] Data Rektorat UIN Sunan Ampel Surabaya, diminta pada tanggal 20 Oktober 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengetahui perilaku dari mahasiswa ketika menyikapi produk mereka maka akan cukup berpengaruh bagi lembaga keuangan syariah dalam menentukan metode pemasarannya khususnya bila mahasiswa yang menjadi target pasarnya. Apalagi kebiasaan masyarakat yang menjadikan mahasiswa sebagai *role model* mereka juga dapat dimanfaatkan, karena akan membuat mahasiswa menjadi agen promosi mereka.

Pada penelitian ini, peneliti akan berfokus pada besarnya pengaruh dari faktor emosional dan faktor rasional terhadap proses pengambilan keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam menabungkan uangnya di lembaga keuangan syariah. Selain itu, peneliti juga akan mencari tahu faktor mana yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis memiliki ketertarikan untuk mengambil penelitian skripsi dengan judul "**Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah**".

B. Rumusan Masalah

Didasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka terdapat beberapa masalah yang penulis rumuskan yang nantinya akan dicari kebenarannya dengan metode penelitian yang bisa dipertanggungjawabkan. Beberapa rumusan masalah yang ditemukan yaitu:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Apakah terdapat pengaruh faktor emosional dan faktor rasional secara parsial signifikan terhadap keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memilih produk tabungan di Lembaga Keuangan Syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh faktor emosional dan faktor rasional secara simultan terhadap keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memilih produk tabungan di Lembaga Keuangan Syariah?
3. Faktor manakah yang lebih dominan terhadap keputusan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memilih produk tabungan di Lembaga Keuangan Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang penulis buat, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk membuktikan adanya pengaruh faktor emosional dan faktor rasional secara parsial terhadap keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memilih produk tabungan di Lembaga Keuangan Syariah.
2. Untuk membuktikan adanya pengaruh faktor emosional dan faktor rasional secara simultan terhadap keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memilih produk tabungan di Lembaga Keuangan Syariah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Untuk mengetahui faktor yang lebih dominan terhadap keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memilih produk tabungan di Lembaga Keuangan Syariah.

D. Kegunaan Penelitian

Selalu ada hikmah dalam segala hal yang terjadi di muka bumi. Allah SWT tak akan membiarkan suatu hal terjadi tanpa adanya hal baik didalamnya. Penulis memiliki harapan besar pada hasil penelitian ini agar bisa berguna baik untuk waktu sekarang atau dimasa depan kelak. Berikut beberapa harapan penulis lainnya pada hasil penelitian ini:

1. Kegunaan Teoritis

   Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan ilmu ekonomi syariah khususnya teori dibidang perilaku konsumen atau nasabah lembaga keuangan syariah.

2. Kegunaan Praktis

   a. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

      Hasil penelitian ini untuk kedepannya dapat membantu Lembaga Keuangan Syariah dalam menetukan metode pemasarannya, terutama bila target pasar yang diinginkan adalah dari kalangan mahasiswa.

   b. Bagi Akademik

      Melalui penelitian ini, penulis juga berharap dapat membantu memperkaya perbendaharaan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ekonomi islam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Perilaku konsumen merupakan salah satu dari sekian banyak hal yang wajib dipahami oleh perusahaan sebelum memasarkan produknya. Hal tersebut tidak berlebihan mengingat perkembangan teknologi masa kini yang membuat perkembangan pemasaran mengarah kepada era konsumen sentris, yaitu era dimana konsumen memiliki peran penting tentang produk-produk yang dibutuhkan oleh konsumen itu sendiri.

Era ini yang dimulai sejak awal milenium ketiga, dimana perkembangan teknologi memaksa produsen untuk mengikuti apa yang diinginkan konsumennya. Oleh karena itu pada era ini perilaku konsumen merupakan hal yang penting untuk di pahami oleh setiap pemasar produk-produk perusahaan, baik dibidang jasa ataupun industri lainnya.

Perilaku konsumen oleh Schiffman dan Kanuk (2010) yang dikutip Ujang Sumarwan (2011,4) secara singkat didefinisikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam proses pemilihan hingga menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan untuk memenuhi kebutuhannya.[13] Secara umum definisi-definisi tentang perilaku konsumen yang dipaparkan oleh para ahli memberikan satu pengertian yang sama tentang perilaku

[13] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hal. 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen, yaitu perilaku konsumen berkaitan dengan semua hal yang dilakukan oleh konsumen tersebut dari mulai pemilihan produk hingga proses menghabiskan fungsi atau guna produk yang dipilih oleh konsumen tersebut.

Dalam hal pengambilan keputusan, Ujang Sumarwan mengutip pendapat lain dari Schiffman dan Kanuk yang menyatakan bahwa konsumen terbagi dalam empat macam perspektif. Empat macam perspektif tersebut yaitu:[14]

1. Manusia Ekonomi

   Manusia golongan ini dapat juga sebagai konsumen rasional. Manusia ekonomi ini menentukan keputusannya didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan ekonomi, seperti harga, jumlah barang, utilitas marjinal dan kurva *indifferent*. Selain itu manusia ekonomi juga umumnya juga membandingkan produk yang akan dia beli dengan produk-produk lain sebelum menentukan keputusan pembeliannya.

2. Manusia Pasif

   Pada golongan ini digambarkan sebagai golongan yang *irrastional* dan *impulsif*. Model ini dianggap sangat bertolak belakang dengan manusia ekonomi. Hal ini dikarenakan manusia pasif dianggap sebagai individu yang mementingkan dirinya sendiri dan menerima berbagai macam promosi yang ditawarkan kepadanya tanpa melalui proses pertimbangan.

[14] Ibid., 357.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Manusia Kognitif

   Pada model manusia kognitif, konsumen digambarkan sebagai suatu kelompok individu dimana dalam pengambilan keputusannya didasarkan pada anggapan untuk menyelesaikan masalah yang ada didepannya. Konsumen jenis ini seringkali nampak pasif dalam hal pengambilan keputusan, namun disisi lain terkadang konsumen jenis ini tampak begitu aktif dalam mencari alternatif produk yang dapat memuaskannya.

4. Manusia Emosional

   Manusia emosional menggambarkan konsumen sebagai individu yang dalam pengambilan keputusannya sering kali didasarkan pada perasaannya. Hal ini disebabkan karena manusia emosional lebih mendahulukan suara hati ataupun perasaannya yang timbul ketika dalam proses pengambilan keputusan.

Menurut George R. Terry yang dikutip oleh Syamsi (2000:16) diketahui ada beberapa faktor yang menjadi dasar pengambilan keputusan konsumen. Faktor tersebut muncul didasarkan pada keadaan atau permasalahan yang dihadapi konsumen tersebut. Faktor-faktor tersebut ialah sebagai berikut:[15]

1. Intuisi/Emosional

   Faktor ini didasarkan kepada intuisi atau perasaan yang memiliki sifat subjektif, sehingga dalam prosesnya konsumen yang

[15] Lenny Amitta Wijayana Kusuma, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Pendidikan Akuntansi Di Universitas Negeri Semarang" (Skripsi—Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2016), 22

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan cara ini akan mudah terpengaruh dalam pengambilan keputusan

2. Pengalaman

   Pengambilan keputusan yang didasarkan pada pengalaman banyak memiliki manfaat yang praktis, hal ini disebabkan karena konsumen tersebut sudah pernah memilih atau menggunakan calon produk yang akan dibeli sehingga konsumen telah mengetahui kelebihan maupun kekurangan produk yang akan dibeli tersebut.

3. Fakta

   Pengambilan keputusan yang didasarkan pada fakta yang berhubungan dengan produk, sehingga dapat memberikan keputusan yang solid, baik dan sehat. Selain itu dengan penggunaan fakta sebagai dasar pengambilan keputusan akan membantu menaikkan tingkat kepercayaan terhadap keputusan yang telah diambil.

4. Wewenang

   Pengambilan keputusan yang didasarkan pada wewenang biasanya dilakukan dalam tingkat organisasi. Dimana biasanya diputuskan oleh pimpinan terhadap bawahannya.

5. Logika/Rasional

   Pada pengambilan keputusan yang besifat rasional, keputusan yang dihasilkan umumnya bersifat objektif, konsisten, logis dan lebih transparan sehingga dapat dikatakan mendekati kebenaran atau sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen itu sendiri.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perilaku konsumen menurut Isslam memiliki perbedaan yang mendasar dengan teori perilaku konsumen konvensional yang telah dijelaskan di atas. Menurut Sri Wigati (2011) dalam jurnalnya menyatakan bahwa terdapat tiga nilai dasar yang menjadi fondasi perilaku konsumsi masyarakat muslim, yaitu: keyakinan adanya hari kiamat dan kehidupan diakhirat; moral sebagai konsep suksesnya seorang muslim, bukan kekayaan; dan kedudukan harta hanya sebagai anugerah dari Allah SWT. dan tidak lebih dari itu.[16]

Ada banyak faktor yang mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan konsumen diantaranya yaitu faktor eksternal dan faktor internal yang kemudian akan mempengaruhi dalam pembangunan konsep diri dan gaya hidup konsumen atau nasabah yang bersangkutan tersebut.[17] Pada faktor internal terdapat salah satu dimensi terpenting dalam perilaku konsumen yaitu motivasi.

Motivasi sendiri dapat didefinisikan sebagai sesuatu hal yang dapat menggerakkan serta memberikan tujuan dan arah pada individu yang selanjutnya akan mempengaruhi individu tersebut dalam berperilaku.[18] Hamzah B. Uno (2007) dalam bukunya mendefinisikan motivasi sebagai suatu pendorong secara internal maupun eksternal didalam diri seseorang yang keberadaannya dapat diindikasikan dari ditemukannya; hasrat dan minat;

---

[16] Sri Wigati, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, Vol 1, No. 1 (Juni, 2011), 28.
[17] J. Supranto & Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi ...*, hal. 17.
[18] Ibid., 93.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dorongan dan kebutuhan; harapan dan cita-cita; serta penghargaan dan penghormatan dalam diri seseorang tersebut.

Singkatnya motivasi dapat dengan mudah dipahami sebagai alasan seseorang dalam berperilaku, dan dapat dipahami sebagai faktor paling awal yang menentukan seseorang untuk memilih melakukan sesuatu atau tidak. Sofjan Assauri (2015, 125) membagi motivasi menjadi 2 yaitu emosional dan rasional. Sofjan Assauri berpendapat bahwa motivasi rasional didasarkan pada hal yang bersifat fungsional, sedangkan motivasi emosional lebih kepada sosial psikologis.[19]

Didasarkan pada teori-teori yang telah diuraikan di atas maka dalam penelitian ini penulis memilih meneliti 2 faktor yang telah dikemukakan di atas, yaitu faktor emosional dan rasional.[20] Berikut penjelasannya:

1. Faktor Emosional

   Emosional, berasal dari kata emosi. Secara praktis emosi dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi dimana seseorang memiliki perasaan yang tidak terkontrol sehingga mempengaruhi perilakunya. Emosi ini sering kali muncul akibat adanya kejadian tertentu yang ada di sekitar seseorang tersebut, oleh karena itu emosi juga dapat di pahami sebagai suatu respon terhadap suatu kejadian eksternal.[21]

---

[19] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*, edisi 1, cetakan 14, (Jakarta : Rajawali Pers, 2015), 125.
[20] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* ... , hal. 35
[21] J. Supranto & Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi* ..., 108.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Sofjan Assauri motif emosional dalam pembelian didefinisikan sebagai suatu faktor yang mendorong seseorang untuk membeli produk tanpa pertimbangan dan alasan yang rasional. [22]

Menurut Schiffman dan Kanuk, faktor emosional mengandung arti bahwa pemilihan sasaran menggunakan pemikiran pribadi atau subyektif.[23]

Menurut Nugroho J. Supriadi konsumen yang berdasarkan ada faktor emosional terkesan terburu-buru tanpa mempertimbangkan kemungkinan- kemungkinan yang akan terjadi untuk jangka panjang.[24]

Indikator faktor emosional menurut marslow yang dikutip oleh Ali Hasan adalah sebagai berikut:[25]

- Kenyamanan,
- Kemudahan
- Keaktifan
- Kebanggaan atas penampilan
- Kebanggaan atas kepemilikan
- Kerjasama
- Empati
- Keamanan

---

[22] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : Dasar ...*, 127.
[23] Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, *Alih Bahasa Zoelkifli Kasip* (Jakarta: PT Indeks, 2004) Ed. 7, 78.
[24] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, edisi 1, cetakan 2, (Jakarta : Kencana, 2003), 104.
[25] Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010), 55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Kesehatan, dan
- Kenyamanan pribadi

Rahman (2004) yang dikutip oleh Fauzi (2010) memilih menggunakan dua indikator faktor emosional, yaitu ketaatan beragama dan atribut produk yang berdasarkan prinsip syariah. Sedangkan itu, masih oleh Rahman (2005) pada jurnalnya yang lain dikutip oleh Vima Dwi (2012) memilih untuk menambahkan psikologi disamping tetap menggunakan ketaatan beragama dan atribut produk sebagai indikator faktor emosional. Dyah (2017) pada skripsinya menggunakan pertimbangan status sosial, kenyamanan dan keamanan nasabah ketika menabung di bank syariah sebagai indikator faktor emosionalnya.

Keadaan emosional yang penulis maksud pada penelitian ini akan berhubungan dengan metode berfikir konsumen atau nasabah ketika memutuskan untuk menabungkan uangnya di lembaga keuangan syariah. Seperti yang disampaikan Vima Dwi dalam skripsinya, perilaku konsumen masyarakat muslim dipengaruhi oleh dua perspektif yaitu perspektif waktu sekarang, yaitu ketika masih hidup dan perspektif waktu setelah kematian, yaitu sejak meninggal atau kehidupan dialam kubur.[26]

Oleh karena hal tersebut di atas maka pada penelitian ini penulis memilih untuk menggunakan ketaatan beragama, atribut produk yang

[26] Vima Dwi Estining Pratiwi, "Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarnegara)" (Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2012), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

islami, kenyamanan dan keamanan nasabah saat menabung dibank syariah sebagai indikator untuk faktor emosional.

a. Ketaatan Beragama

Ketaatan beragama disebut juga religiusitas, dapat didefinisikan sebagai pemenuhan berbagai kewajiban agama, menginginkan untuk melaksanakan kewajiban yang belum tertunaikan, melaksanakan berbagai anjuran agama sekalipun tidak wajib.[27]

Islam sebagai salah satu agama dengan jumlah pengikut terbanyak didunia telah mengatur pengikutnya dan memberikan batasan-batasan dalam berperilaku.

Ketaatan beragama pada penelitian ini didasarkan pada mulai adanya kecenderungan umat Islam Indonesia saat ini yang mendasarkan kehidupannya pada agama.

b. Atribut Islami Produk

Secara bahasa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, atribut dapat didefinisikan sebagai komponen kualitatif yang melekat pada suatu hal yang juga dapat dijadikan sebagai ciri khusus hal tersebut. Lembaga Keuangan Syariah telah dikenal luas dikalangan masyarakat. Perkembangan pesat Lembaga Keuangan berbasiskan

[27] Maman, et.al., *Metodologi Penelitian Agama : Teori dan Praktek*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 58-64.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Islam ini telah dimulai sejak keberhasilannya bertahan dalam derasnya arus inflasi yang pernah menerpa Indonesia.

Dikarenakan memiliki prinsip yang didasarkan pada Islam, maka sudah tentu atribut pada produk Lembaga Keuangan Syariah akan nampak sangat berbeda dari produk Lembaga Keuangan Konvensional. Seperti yang sudah banyak diketahui, Lembaga Keuangan Syariah dikenal luas memiliki prinsip anti *riba*. Maka produknya pun harus demikian juga.

Atribut produk tabungan pada Lembaga Keuangan Syariah yang dipahami oleh penulis pada penelitian ini berupa sistem bagi hasil yang banyak diterapkan pada produk-produk tabungannya. Meskipun terkadang pendapatan bagi hasil yang diberikan lebih sedikit dari bunga bank, nampak tidak terlalu mempengaruhi nasabah Lembaga Keuangan Syariah yang tetap memilih untuk setia.

c. Kenyamanan

Kenyamanan berasal dari kata nyaman yang dapat diartikan sebagai suatu keadaan tenang dan senang karena terpenuhinya suatu kebutuhan dengan baik, dimana didasarkan pada persepsi masing-masing individu. Kenyamanan seseorang bersifat relatif, dikarenakan tidak semua orang memiliki persepsi yang sama akan arti kenyamanan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Keamanan

Keamanan berasal dari kata dasar aman yang memiliki arti bebas dari bahaya. Keamanan sendiri dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan aman atau ketentraman yang dirasakan seseorang secara individu. Rasa aman seseorang juga dapat dirasakan bila hal yang sedang dilakukannya dirasa minim atau bahkan tidak memiliki resiko sehingga seseorang tersebut akan tenang saat melakukan aktifitasnya.

2. Faktor Rasional

Rasional secara bahasa dapat diartikan sebagai suatu metode berfikir yang logis. Schiffman dan Kanuk mendefinisikan orang yang banyak berfikir rasional sebagai manusia ekonomi. Kesehatan, kepatutan dan kelayakan dianggap sebagai indikator utama pada faktor rasional.[28]

Nugroho (2003) melalui bukunya menyatakan, ketika seseorang membeli sesuatu dengan anggapan barang yang dibeli tersebut sehat, patut dan layak untuk dibeli maka orang tersebut sedang bertindak secara rasional.

Marshal yang dikutip Assauri (2015) mendefinisikan motivasi rasional dalam keputusan pembelian konsumen sebagai pembelian yang banyak mempertimbangkan untung rugi yang diperoleh dari pembelian produk tersebut.

[28] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen, edisi revisi*, ..., hal. 35.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan dari uraian para ahli di atas maka penulis memahami faktor rasional dalam proses pembelian berjalan dengan cara mempengaruhi metode berfikir konsumen untuk lebih mempertimbangkan untung rugi secara materi yang akan diperoleh dari keputusan pembelian barang yang dimaksud. Hal itulah yang membedakannya dengan faktor emosional yang biasanya akan mempengaruhi konsumen atau nasabah untuk cenderung lebih terburu-buru dalam pengambilan keputusan pembelian produk tertentu tanpa terlalu mempertimbangkan keadaan jangka panjangnya.

Dalam hal Indikator motivasi rasional, Sofjan Assauri membaginya menjadi beberapa yaitu:[29]

- Kemudahan dalam penggunaan
- Tahan Lama
- Membantu pertambahan pendapatan
- Hemat dalam penggunaan
- Murah

Marslow yang dikutip oleh Ali Hasan (2010) membagi indikator motivasi rasional menjadi beberapa, yaitu:[30]

- Peluang berinvestasi,
- Penggunaan yang efisien,
- Kehandalan dalam kualitas dan penggunaan,

[29] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran ...*, 128.
[30] Ali Hasan, *Marketing Bank Syar ...*, 55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Peningkatan,
- Kebersihan atau kerapian,
- Murah,
- Perlindungan,
- Keamanan individu, dan
- Pertambahan nilai perekonomian.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fauzi (2010) mengkategorikan indikator faktor rasional dalam dua bentuk yaitu pelayanan yang diperoleh nasabah serta reputasi lembaga keuangan syariah. Sedangkan faktor rasional pada penelitian Vima Dwi (2012) menggunakan pelayanan, kenyamanan dan kepuasan yang diperoleh nasabahsebagai indikatornya. Dyah (2017) dalam skripsinya menyatakan bahwa harga, kemudahan dan keuntungan yang diperoleh nasabah sebagai indikator utama rasionalitas nasabah dalam pengambilan keputusan menabung di lembaga keuangan syariah.

Dengan didasarkan pada uraian-uraian di atas, maka setelah melakukan pertimbangan penulis dalam penelitian ini memilih menggunakan reputasi, kemudahan, keuntungan dan harga sebagai indikator faktor rasional yang akan digunakan dalam penelitian.

a. Reputasi

Aaker yang dikutip oleh Fauzi (2010) menyatakan bahwa reputasi ialah suatu persepsi individu yang didasarkan pada kualitas serta nama yang melekat pada produk. Senada dengan Aaker,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Zeithamal dalam penelitiannya yang juga dikutip Fauzi menyatakan bahwa Reputasi berhubungan dengan kualitas produk atau jasa yang digabungkan dengan nama produk. Zeithamal juga dalam penelitiannya menyatakan bahwa reputasi memiliki pengaruh khusus pada keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk barang atau jasa.

Penulis sendiri mendefinisikan Reputasi sebagai suatu atribut yang secara sifat melekat pada sesuatu hal atau seseorang, dimana penilaiannya biasanya didapat secara umum setelah melakukan hal-hal tertentu. Reputasi dapat diperoleh dalam bentuk yang baik ataupun buruk, bergantung pada hal yang sebelumnya telah dilakukan oleh yang bersangkutan.

b. Kemudahan

Kemudahan adalah suatu keadaan dimana seseorang dapat memperoleh sesuatu hal yang diinginkan tanpa melakukan usaha yang keras. Dalam konteks Lembaga Keuangan Syariah yang dimaksud kemudahan dapat ditemukan pada hal seperti fasilitas transaksi yang dapat dilakukan jarak jauh atau tanpa datang ke kantor Lembaga Keuangan.

c. Keuntungan

Secara praktis penulis mendefinisikan keuntungan sebagai suatu keadaan dimana seseorang memperoleh nilai lebih dari suatu hal yang diusahakanya ataupun tidak diusahakan. Namun Dyah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(2017) dalam skripsinya membagi pengertian keuntungan berdasarkan cara pandang keilmuan dalam 2 bagian yaitu cara pandang ilmu ekonomi dan ilmu akuntansi.

Dalam ilmu ekonomi keuntungan didefinisikan sebagai pertambahan nilai kekayaan seseorang dari hasil usaha yang dijalankannya. Sedangkan dalam ilmu akuntansi didefinisikan sebagai nilai selisih antara harga jual dan biaya produksinya.

d. Harga

Harga dapat diartikan sebagai suatu nilai yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan manfaat dari barang atau jasa yang diinginkan. Harga juga sangat jelas memiliki pengaruh dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Hal ini tentu membuat harga tak dapat dilepasakan bila yang dibahas ialah perilaku konsumen dalam hal pengambilan keputusan.

3. Keputusan

Keputusan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan akhir dimana memilih salah satu pilihan dari dua atau lebih pilihan. Kotler dan Armstrong (2012:149) yang dikutip oleh Asrory (2017) menyatakan bahwa keputusan pembelian ialah suatu tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana secara aktual konsumen melakukan pembelian produk.[31]

[31] Mohamad Assrory, "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazizaa Chicken & Pizza di Jombang" (Skripsi—Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Surabaya, 2017), 36.

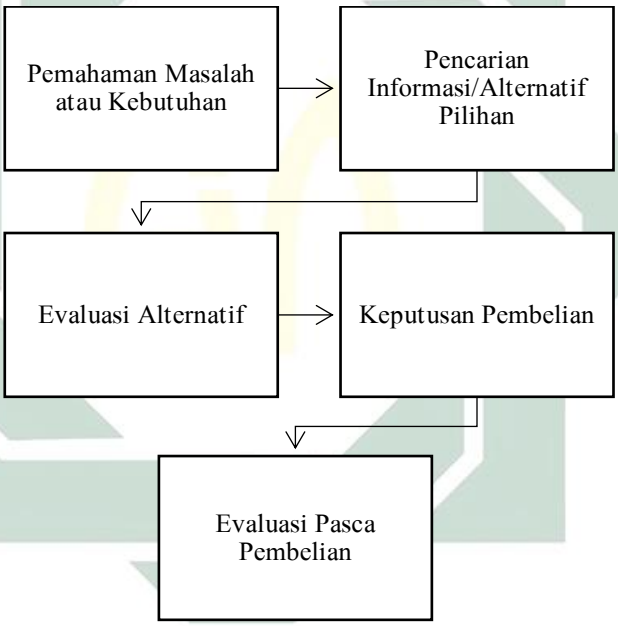
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengambilan keputusan bisa jadi merupakan hal yang paling sulit dalam proses pembelian konsumen, hal ini tidak lain dikarenakan adanya dua atau lebih pilihan dengan atribut yang bisa dikatakan tidak jauh berbeda atau memiliki kelebihannya masing-masing.

Nugroho J. Setiadi (2003) dalam hal proses pengambilan keputusan membaginya dalam 5 tahapan yaitu sebagai berikut:[32]

Gambar 2.1

Tahapan Pengambilan Keputusan



Dari gambar di atas maka diperoleh keterangan bahwa proses pembelian akan dimulai ketika calon pembeli mulai mengetahui atau merasakan akan adanya kebutuhan ataupun keinginan yang belum terpenuhi.

[32] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen ,edisi revisi*, ... , 345.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ketika calon konsumen mulai merasakan adanya hal yang dibutuhkan atau diinginkan maka calon konsumen akan mulai melakukan pencarian informasi ataupun alternatif pilihan produk barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya tersebut.

Setelah tahap pencarian informasi dilakukan maka konsumen akan mulai melakukan evaluasi dari informasi barang atau jasa yang akan dibelinya tersebut, serta mulai melakukan pembandingan dengan produk barang atau jasa lain sejenis yang memiliki fungsi sama.

Setelah melakukan evaluasi, konsumen akan mulai menentukan keputusannya. Dalam hal ini tidak menutup kemungkinan konsumen akan mengambil keputusan tidak membeli apabila ternyata konsumen tidak dapat menemukan bahwa produk barang atau jasa yang akan dibeli ternyata tidak dapat memenuhi kebutuhan ataupun keinginan konsumen.

Apabila pada tahapan sebelumnya konsumen memilih untuk memebeli maka pada tahapan ini konsumen akan melakukan evaluasi atas barang atau jasa yang telah dibelinya. Pada tahap evaluasi yang kedua ini akan menentukan pada keputusan konsumen untuk membeli kembali produk tersebut atau mencari produk lain. Hal tersebut bergantung pada kepuasan yang dirasakan konsumen selama mengkonsumsi produk tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Pada penelitian ini, penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai landasan dan acuan penulis. Berikut beberapa diantaranya:

1. Penelitian dari Muchammad Fauzi pada 2010 yang berjudul "Pengaruh Faktor Rasional Dan Emosional Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Baitul Mal Wat Tamwil".[33] Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk mengidentifikasi dan menemukan bukti empiris faktor emosional variabel-variabel penelitian yang meliputi: ketaatan beragama nasabah, atribut produk Islami, performance quality, reputation kepuasan dan loyalitas nasabah serta untuk mengetahui pengaruh ketaatan beragama nasabah, atribut produk Islami, performance quality, reputation terhadap kepusan dan loyalitas nasabah BMT. Populasi penelitiannya adalah nasabah BMT dikabupaten Pemalang. Sampel yang diambil berjumlah 106 responden yang berasal dari 13 BMT di Kabupaten Pemalang. Variabel X pada penelitian ini ialah faktor rasional dan emosional yang diuji pengaruhnya kepada variabel Y yaitu kepuasan dan loyalitas Nasabah BMT. Hasil penelitian ini yaitu: faktor emosional dengan indikator ketaatan dan faktor rasional dengan indikator performance dan reputasi terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Adapun variabel loyalitas nasabah terbukti dipengaruhi secara

[33] Muchammad Fauzi, "Pengaruh Faktor Rasional Dan Emosional Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Baitul Mal Wat Tamwil", *Jurnal Penelitian dan Pemikiran Ekonomi Islam*, Vol. 1, Edisi 1 (Mei, 2010), 55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

signifikan oleh semua indikator-indikator faktor emosional dan faktor rasional yang digunakan oleh Muchammad Fauzi.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu

a. Pemilihan faktor emosional dan rasional yang mempengaruhi variabel dependen
b. Penggunaan atribut produk sebagai indikator faktor emosional
c. Penggunaan reputasi sebagai indikator faktor rasional
d. Penggunaan metode pengumpulan data dengan kuesioner
e. Teknik pengambilan sampel dengan metode purposive random sampling.

Untuk perbedaannya yaitu:

a. Pemilihan kepuasan dan loyalitas sebagai variabel dependen
b. Perbedaan indikator faktor emosional dan rasional
c. Subyek penelitian yang merupakan nasabah secara umum

2. Penelitian dari Hardiwinoto pada tahun 2011 yang berjudul "Analisis Faktor Emosional dan Faktor Rasional dalam keputusan pembiayaan perusahaan melalui Bank Syariah di Jawa Tengah".[34] Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk investigasi sikap rasional dan emosional dalam mempengaruhi pemahaman para pengusaha tentang mekanisme keuangan perbankan syariah dan non syariah serta keputusannya dalam melakukan pembiayaan melalui bank syariah. Populasi penelitiannya

[34] Hardiwinoto, " Analisis Faktor Emosional dan Faktor Rasional dalam keputusan pembiayaan perusahaan melalui Bank Syariah di Jawa Tengah", *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Terapan*. (2011), 237

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah para pengusaha yang melakukan pembiayaan di bank syariah Jawa Tengah yang terdiri dari para manajer dan/atau para pemilik perusahaan. Sampel yang diambil berjumlah 192 orang yang berasal dari perusahaan-perusahaan di kota Semarang. Variabel independen pada penelitian ini ialah faktor rasional dan emosional sedangkan variabel dependennya yaitu keputusan melakukan pembiayaan. Hasil penelitian ini yaitu: faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembiayaan perusahaan di bank syariah Jawa Tengah.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu:

a. Pemilihan faktor emosional dan faktor rasional sebagai variabel independen
b. Pemilihan keputusan sebagai variabel dependen
c. Metode pengumpulan data berupa kuesioner
d. Penggunaan skala likert

Perbedaan dengan penelitian ini yaitu:

a. Pemilihan peembiayaan sebagai produk yang diteliti
b. Pemilihan pengusaha sebagai subyek penelitian
c. Penggunaan metode penelitian kuantitatif deskriptif
d. Peneliti juga meneliti persepsi terhadap bank konvensional untuk digunakan sebagai pembanding.
e. Pemilihan indikator secara sederhana, dimana emosional dihubungkan dengan keagamaan dan rasional dengan pemahaman nasabah terhadap mekanisme produk pembiayaan perbankan syariah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Penelitian Niswah Muti'ah pada 2015 dengan judul "Pengaruh Motif Rasional Dan Motif Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Prodi Muamalat FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)".[35] Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui besarnya pengaruh motif emosional dan rasional terhadap pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih jasa perbankan syariah. Populasi penelitiannya adalah mahasiswa prodi studi muamalat, fakultas syariah dan hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Variabel independen pada penelitian ini berupa motif rasional dan motif emosional, sedangkan variabel dependennya adalah keputusan. Hasil penelitian ini adalah motif emosional dan rasional terbukti memiliki pengaruh secara simultan tapi tidak signifikan dan motif emosional dan motif rasional juga terbukti berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah mahasiswa prodi muamalah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

   Persamaan dengan penelitian ini yaitu:

   a. Pemilihan faktor emosional dan faktor rasional
   b. Pemilihan metode penelitian kuantitatif
   c. Penggunaan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data

   Perbedaan dengan penelitian ini yaitu:

   a. Subyek penelitian terbatas pada program studi tertentu.

[35] Niswah Muti'ah, "Pengaruh Motif Rasional Dan Motif Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Prodi Muamalat FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)" (Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2015).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Indikator faktor emosional yang menyertakan status sosial dan kebanggaan sebagai indikatornya

c. faktor rasional menyertakan kehandalan sebagai indikatornya

4. Penelitian Vima Dwi Estining Pratiwi pada tahun 2012 yang berjudul "Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarnegara)".[36] Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor emosional dan faktor -faktor rasional terhadap keputusan nasabah tabungan BSM KCP Banjarnegara. Populasinya adalah seluruh nasabah tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Variabel independen penelitian ini berupa faktor-faktor emosional dan faktor-faktor rasional, sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah keputusan nasabah. Hasil penelitian ini adalah faktor-faktor rasional yaitu pelayanan, kenyamanan dan kepuasan terbukti berpengaruh secara signifikan, berbanding terbalik dengan faktor emosional yaitu ketaatan beragama, atribut produk yang islami dan psikologis yang ternyata tetap berpengaruh tapi tidak signifikan.

   Persamaan dengan penelitian ini yaitu:

[36] Vima Dwi Estining Pratiwi, "Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarnegara)" (Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2012).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pemilihan faktor emosional dan faktor rasional sebagai variabel independen
b. Pemilihan keputusan sebagai variabel dependen
c. Metode pengumpulan data berupa kuesioner
b. Penggunaan skala likert

Perbedaan dengan penelitian ini yaitu:

a. Pemilihan Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara
b. Pemilihan psikologis sebagai indikator faktor emosional
c. Pemilihan faktor pelayanan, kenyamanan dan kepuasan sebagai indikator faktor rasional

5. Terakhir penelitian Dyah Ayu Kartikasari pada tahun 2017 yang berjudul "Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Produk Dan Jasa Perbankan Syariah Di Tulungagung (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)".[37] Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan mahasiswa memilih produk jasa perbankan syariah dan menguji pengaruh faktor emosional dan faktor rasional secara bersama-sama kepada keputusan mahasiswa serta menguji pernyataan yang paling dominan dari faktor emosional, rasional dan keputusan memilih

[37] Dyah Ayu Kartikasari, "Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Produk Dan Jasa Perbankan Syariah Di Tulungagung (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)" (Skripsi—Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Tulungagung, 2017)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mahasiswa. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 mahasiswa. Variabel independen penelitian ini adalah faktor emosional dan faktor rasional, sedangkan variabel dependennya adalah keputusan memilih. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan mahasiswa memilih produk jasa perbankan syariah.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu:

a. Pemilihan faktor emosional dan faktor rasional sebagai variabel independen
b. Pemilihan keputusan sebagai variabel dependen
c. Metode pengumpulan data berupa kuesioner
d. Penggunaan skala likert
e. Pemilihan mahasiswa sebagai subyek penelitian

Perbedaan dengan penelitian ini yaitu:

a. Subyek penelitian yang masih terbatas pada tingkat fakultas
b. Pemilihan indikator faktor emosional dan faktor rasional
c. Jenis penelitian kuantitatif asosiatif

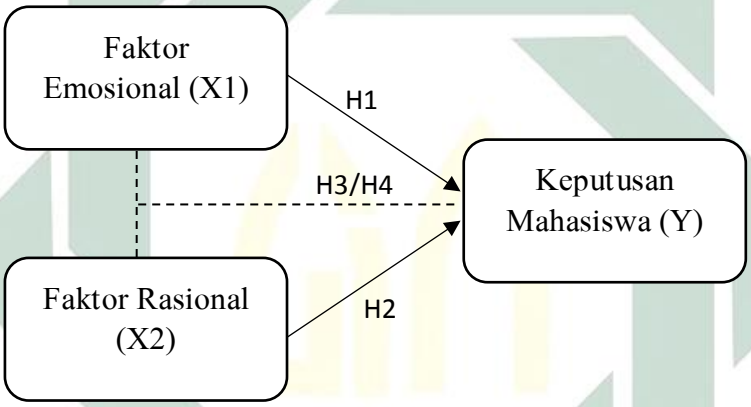
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Kerangka Konseptual

Berdasarkan pada teori-teori yang telah ditelaah di atas serta jika dihubungkan dengan penelitian-penelitian terdahulu. Maka penulis menyusun kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.2

Kerangka Konseptual Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Mahasiswa dalam Menabung di Lembaga Keuangan Syariah



Sumber: data diolah peneliti

Keterangan :

_____ : pengaruh secara parsial

------ : pengaruh secara simultan

Berdasarkan gambar 2.1 di atas, peneliti mencoba menjelaskan bahwa pada penelitian ini akan terdapat 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Dalam penelitian ini juga, peneliti akan mencoba membuktikan hubungan antara masing-masing variabel X secara parsial maupun simultan terhadap variabel Y serta variabel X yang mana yang lebih berpengaruh terhadap variabel Y.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Hipotesis

Secara bahasa Hipotesis dapat diartikan sebagai kesimpulan yang belum sempurna. Oleh karena itu dalam penelitian, hipotesis ialah suatu hal yang akan disempurnakan dengan hasil penelitian. Hipotesis juga dapat dikatakan sebagai jawaban sementara atau dugaan yang paling memungkinkan dan harus dicari kebenarannya. Perumusan hipotesis di buat berdasarkan rumusan masalah, tinjauan pustaka dan tinjauan penelitian yang sebelumnya telah di uraikan. Maka hipotesis pada penelitian ini yaitu:

1. Ha : faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh secara parsial dan signifikan kepada keputusan menabung nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya di lembaga keuangan syariah

   Ho : faktor emosional dan faktor rasional tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan kepada keputusan menabung nasabah mahasiswaUIN Sunan Ampel Surabaya di lembaga keuangan syariah
2. Ha : faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya di lembaga keuangan syariah

   Ho : faktor emosional dan faktor rasional tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya di lembaga keuangan syariah
3. Ha : faktor emosional lebih dominan terhadap keputusan menabung mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya di lembaga keuangan syariah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ho : faktor rasional lebih dominan terhadap keputusan menabung mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya di lembaga keuangan syariah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

Metode Penelitian

A. Jenis Penelitian

Salah satu jenis penelitian Kuantitatif yaitu Kausal Komperatif telah penulis pilih dalam rangka menyelesaikan penelitian ini dengan harapan memperoleh hasil penelitian yang ilmiah serta dapat dipertanggungjawabkan. Kausal komperatif ialah studi yang bertujuan untuk mengamati alasan atau sebab-sebab yang dapat memicu munculnya fenomena tertentu yang diteliti.[38] Studi kausal komparatif ini berfungsi untuk menganalisa suatu hubungan atau pengaruh antara satu variabel atau lebih dengan variabel yang lainnya.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Pra penelitian dilakukan pada bulan Mei, yang dilanjutkan penelitian pada bulan Juni hingga Agustus 2018. Tempat penelitian diadakan di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya yang terletak di Jl. Ahmad Yani 117 Surabaya.

C. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian dapat dipahami sebagai sumber data penelitian yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu serta harus merupakan bagian dari objek

[38] Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 39

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau subjek penelitian.[39] Pada penelitian ini, populasi yang akan diteliti memiliki kriteria sebagai mahasiswa aktif yang sedang menempuh program sarjana strata satu (S1) di UIN Sunan Ampel Surabaya tahun ajaran 2017-2018, dan berasal dari berbagai jurusan serta memiliki atau menggunakan jasa tabungan atau simpanan pada Lembaga Keuangan Syariah.[40]

Sampel adalah bagian-bagian yang terdiri dari jumlah dan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh populasi yang akan diteliti.[41] Teknik *Purposive Random Sampling* akan digunakan oleh penulis dalam proses pengambilan sampel. *Purposive Random sampling* merupakan suatu teknik dalam menentukan sampel dengan melakukan pertimbangan khusus agar objek penelitian yang dimaksud bisa dirasa pantas dan layak untuk dijadikan sampel.[42]

Dalam memilih teknik ini penulis mencoba mempertimbangkan akan adanya kemungkinan bahwa belum semua mahasiswa S1 UIN Sunan Ampel Surabaya memiliki tabungan atau simpanan di Lembaga Keuangan Syariah. Dikarenakan adanya keterbatasan waktu dan biaya yang tersedia bagi penulis, maka rumus slovin akan digunakan oleh penulis dalam menentukan jumlah sampel penelitian, berikut rumus yang dimaksud:[43]

---

[39] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi : Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran Edisi Pertama*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 101.
[40] Data Rektorat UIN Sunan Ampel Surabaya, diminta pada tanggal 20 Oktober 2017.
[41] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 115.
[42] Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian,* (Bandung: Alfabeta, 2010), 63.
[43] Juliansyah noor, *Metodologi Penelitian...*, 158.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$$n = \frac{\mathrm{N}}{1 + (\mathrm{N} \times \mathrm{e}^2)}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah total populasi

e = tingkat kesalahan.

Jumlah total mahasiswa S1 yang aktif di UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun ajaran 2017-2018 adalah sebesar 15.798 orang. Tingkat kesalahan sebesar 10% atau 0,1 akan digunakan penulis pada penelitian ini. Sehingga jumlah sampel yang akan diambil untuk diteliti oleh penulis dapat dilihat melalui perhitungan berikut:

$$n = \frac{\mathrm{N}}{1 + (\mathrm{N} \times \mathrm{e}^2)}$$

$$= \frac{15798}{1 + (15798 \times 0{,}1^2)}$$

$$= \frac{15798}{1 + (15798 \times 0{,}01)}$$

$$= \frac{15798}{1 + 157{,}98}$$

$$= \frac{15798}{158{,}98}$$

$$n = 99{,}37$$

Angka 99,37 yang dihasilkan merupakan jumlah sampel minimal yang akan penulis ambil untuk diteliti. Untuk selanjutnya akan penulis bulatkan menjadi angka 100 agar lebih mempermudah dalam proses perhitungan yang akan dilakukan penulis. Alasan lain pemilihan angka 100 dikarenakan menurut

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sugiyono jumlah sampel yang tepat untuk penelitian ialah lebih dari 30 serta kurang dari 500.[44]

Dalam menentukan sampel dari populasi yang akan menjadi responden dalam penelitian ini, peneliti membuat beberapa kriteria tertentu yang nantinya akan menjadi acuan peneliti dalam memilih calon responden. Yaitu:

1. Responden merupakan mahasiswa program strata satu UIN Sunan Ampel Surabaya tahun ajaran 2017-2018
2. Responden merupakan mahasiswa aktif UIN Sunan Ampel Surabaya tahun ajaran 2017-2018
3. Responden menggunakan produk jasa tabungan di lembaga keuangan syariah, baik itu bank ataupun non-bank.

D. Variabel Penelitian

Salah satu kegiatan penelitian ialah menguji hipotesis yang diteliti, salah satu hal yang ada didalam hipotesis ialah variabel penelitian, yaitu menguji kecocokan antara teori yang telah dikemukakan dengan fakta empiris yang terjadi didunia nyata.[45] Variabel penelitian berdasarkan jenisnya dapat dibagi menjadi empat, yaitu variabel bebas, variabel terikat, variabel moderator dan variabel antara.[46] Variabel penelitian yang penulis susun hanya terdiri dari dua jenis variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

---

[44] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 91.
[45] Juliansyah noor, *Metodologi Penelitian...*, 47.
[46] Ibid., 48.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Variabel bebas merupakan variabel yang diperkirakan akan menjadi sebab atas terjadinya perubahan pada variabel terikat, sering kali variabel bebas disimbolkan dengan huruf X. Faktor Emosional (X1) dan Faktor Rasional (X2) merupakan variabel bebas yang ada pada penelitian ini.

Sedangkan Variabel terikat merupakan variabel yang diperkirakan akan terpengaruh oleh adanya variabel bebas, biasanya disimbolkan dengan huruf Y. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu Keputusan Mahasiswa (Y).

E. Definisi Operasional

Sebelum dilakukan penelitian, penting sebelumnya agar bisa mengetahui indikator dari variabel-variabel yang akan diteliti. Pada definisi operasional ini, penulis akan mendefinisikan masing-masing variabel dengan seksama sebagai bentuk upaya untuk memahami bagian-bagian tertentu yang akan diteliti pada variabel yang terkait. Berikut definisi dari variabel-variabel yang akan di teliti pada penelitian ini:

1. Faktor Emosional : merupakan salah satu faktor pendorong seseorang untuk melakukan pembelian tanpa didasari atas pertimbangan dan alasan yang rasional. Faktor emosional umumnya bersifat subyektif dan simbolik serta berkaitan dengan perasaan konsumen atau nasabah itu sendiri. Teori Faktor Emosional tersebut penulis ambil berdasarkan teori dari Sofjan Assauri.
2. Faktor Rasional : merupakan faktor pendorong seseorang dimana pembelian dilakukan dengan mempertimbangkan untung rugi yang akan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diperoleh dari pembelian tersebut. Faktor rasional lebih bersifat objektif yang mendasarkan pengambilan keputusan terhadap sifat barang yang akan dibeli. Teori Faktor Rasional tersebut penulis ambil berdasarkan dari teori Marshal yang dikutip oleh Sofjan Assauri.

3. Keputusan Memilih : merupakan suatu bagian dimana konsumen atau nasabah akan mulai memilih salah satu dari banyaknya opsi yang tersedia setelah melewati beberapa proses pembelajaran serta perbandingan antara satu produk dengan produk lainnya. Sofjan Assauri juga menyatakan bahwa dalam berperilaku menusia akan dipengaruhi oleh motivasi, yang mana motivasi menjadi faktor awal seseorang dalam menentukan pilihannya. Motivasi tersebutlah yang pada akhirnya akan melahirkan dua faktor yang dominan dalam mempengaruhi keputusan, yaitu emosional dan rasional.

Skala pengukuran yang digunakan ialah skala pengukuran likert. Sedangkan indikator-indikator yang akan digunakan pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Faktor Emosional : ketaatan beragama, atribut islami produk, kenyamanan dan keamanan.
2. Faktor Rasional : reputasi, kemudahan, keuntungan dan harga.
3. Keputusan : pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi pilihan lain, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum dimulainya penelitian, setiap instrument penelitian akan terlebih dahulu diuji untuk mengetahui tingkat kelayakan dan konsistensi instrument penelitian yang akan diukur. Alat uji yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas. Fungsi uji ini ialah untuk mengetahui tujuan dari penelitian ini telah tergambarkan melalui instrument penelitian yang telah penulis susun, serta akan mampu memberikan jawaban yang konsisten meski di jawab pada waktu yang berbeda.

1. Uji Validitas

   Kelayakan instrument penelitian yang telah disusun akan terlihat melalui uji validitas ini. Yang dimaksud layak ialah diharapkan variabel yang diteliti akan terdefinisikan dengan baik melalui setiap butir pertanyaan yang telah disusun pada kuesioner.

   Setiap butir pertanyaan pada kuesioner akan diuji dengan uji validitas ini. Untuk kemudian, hasil uji validitas akan dibandingkan dengan r tabel | $df = n - k$ dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5%, dengan ketentuan jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka butir soal yang diuji akan dianggap valid.[47]

2. Uji Realibilitas

   Setelah dilakukan uji validitas maka tahap selanjutnya ialah uji reliabilitas. Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi alat ukur yang akan digunakan pada penelitian ini.

[47] Ibid., 169.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Konsistensi yang dimaksud ialah dimana alat ukur akan menunjukkan hasil yang sama apabila dilakukan pada penelitian yang serupa. Syarat untuk melakukan uji reliabilitas ialah alat ukur yang akan di uji haruslah sudah dianggap valid atau sudah lolos setelah melewati uji validitas terlebih dahulu.

Untuk menghitung tingkat reliabilitas alat ukur, penulis akan menggunakan koefisien *Cronbach Alfa*. Apabila nilai cronbach alfa > 0,06 maka alat ukur bisa dikatakan telah *reliable* atau diterima.

G. Data dan Sumber Data

Data Penelitian dapat di artikan sebagai sesuatu yang diketahui serta dipahami dan memiliki hubungan secara langsung dengan subyek yang akan diteliti. Data kuantitatif merupakan data yang akan digunakan pada penelitian ini, dimana data akan berbentuk bilangan atau angka-angka yang proses pengolahannya dapat dihitung dengan statistika.[48] Data penelitian dapat dibagi lagi berdasarkan pada sumbernya menjadi dua jenis yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, dalam penelitian ini data primer berupa semua data yang diperoleh dari pihak rektorat UIN Sunan Ampel Surabaya serta data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada subyek penelitian, yaitu mahasiswa.

[48] Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2006), 267.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan data sekunder merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung, dengan kata lain melalui media perantara atau data yang telah terlebih dahulu diperoleh dan dicatat oleh pihak lain.[49] Media cetak seperti buku, jurnal dan artikel serta media elektronik seperti *ebook*, *website* dan lain sebagainya yang terkait ataupun memiliki hubungan dengan tema penelitian yang penulis pilih merupakan salah satu contoh dari sumber data sekunder yang digunakan pada penelitian ini.

H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data merupakan metode pengumpulan data yang akan sangat dibutuhkan dalam menjawab rumusan masalah penelitian yang sebelumnya telah diuraikan.[50] Dengan mengguakan teknik pengumpulan data yang tepat maka data yang akurat, reliabel serta dapat dipertanggungjawabkan diharapkan akan dengan mudah diperoleh selama penelitian ini agar lebih memudahkan peneliti ketika akan mengolah data tersebut.

1. Metode penyebaran angket atau kuesioner merupakan metode yang penulis pilih untuk menyelesaikan penelitian ini. Proses mengumpulkan data pada metode ini yaitu dengan cara menyebarkan angket yang berupa daftar pertanyaan atau kuesioner kepada subyek yang akan diteliti, untuk kemudian diharapkan akan memperoleh respon atas daftar pertanyaan

[49] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2009), 122.
[50] Juliansyah noor, *Metodologi Penelitian...*, 138,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada kuesioner yang telah dibagikan tersebut.[51] Kuesioner penelitian inilah yang nantinya akan disebarkan penulis kepada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang memiliki atau menggunakan produk tabungan atau simpanan pada lembaga keuangan syariah.

Pada penelitian ini jenis kuesioner yang digunakan yaitu jenis kuesioner tertutup, ini karena jawaban telah disediakan penulis dengan menggunakan skala likert sebagai acuannya. Dengan menggunakan jenis kuesioner tertutup maka responden hanya perlu memilih jawaban yang diangap paling sesuai atau paling mewakili dengan keadaan yang dialami responden secara langsung.

Skala Likert merupakan metode skala yang bertujuan untuk mengukur terhadap suatu pernyataan dari dua sisi, baik sisi negatif maupun sisi positif.[52] Penggunaan skala likert ini umumnya terdiri dari 5 tingkat jawaban, yaitu:[53]

Tabel 3.1
Skala Likert

Simbol	Keterangan	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

[51] Ibid., 139.
[52] ___, "Skala Likert", https://id.wikipedia.org/wiki/Skala_Likert, diakses pada 3 November 2017.
[53] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2012).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Selain menggunakan angket, penulis juga akan melakukan pengumpulan data dengan cara wawancara dengan pihak akademik universitas. Wawancara akan dilakukan khusus untuk menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan mahasiswa, seperti jumlah mahasiswa dan pembagian fakultas serta tahun angkatannya.

I. Teknik Analisis Data

Setelah data penelitian terkumpul, maka langkah selanjutnya ialah memasuki proses pengolahan data yang telah diperoleh tersebut. Ada berbagai macam teknik menganalisa data, pada penelitian ini teknik yang akan digunakan ialah sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

   a. Uji Normalitas

   Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui tingkat normalitas distribusi data yang sebelumnya telah diambil dari populasi. Terdapat beberapa teknik yang bisa digunakan untuk melakukan uji normalitas ini, teknik Kolmogorov-Smirnov telah dipilih untuk digunakan pada penelitian ini dan akan berfungsi untuk menentukan tingkat normalitas distribusi data penelitian.

   Aplikasi SPSS *for* Windows akan digunakan peneliti untuk membantu dalam memproses data menggunakan teknik Kolmogorov-smirnov ini. Tabel yang dikeluarkan oleh SPSS akan menjadi acuan utama untuk mengetahui hasil dari uji ini. Hasil uji ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat ditentukan dengan melihat isi dari kolom signifikansi, yaitu apabila $(sig.) > 0{,}05$ maka data tersebut dianggap dari distribusi normal, dan akan berlaku sebaliknya jika kolom $(sig.) < 0{,}05$ maka data akan tidak dianggap berasal dari distribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Telah diketahui bahwa jika tingkat korelasi tinggi akan turut mengganggu hubungan variabel independen dan dependen, untuk mengetahuinya maka akan digunakan uji multikolinieritas yang ditujukan untuk melihat tingkat korelasi antara variabel independent dengan variabel lainnya. Untuk mengetahui tingkat multikolinieritas dapat dilihat pada tabel hasil SPSS, yaitu nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) dimana nilainya harus sebagai berikut $tolerance > 0{,}1$ dan nilai $VIF < 10$.[54]

c. Uji Heteroskedastisitas

Priyatno (2011:296) menyatakan uji ini digunakan untuk mengetahui akan ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dimana model regresi yang baik merupakan model regresi yang tidak terdapat gejala heterokedastisitas didalamnya.

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode *scatter plot* untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas

[54] I'anatut Thoifah, *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*, (Malang: Madani, 2015), hal. 221.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada model penelitian ini. Metode ini dilakukan dengan cara mengamati titik-titik *scatter plot* pada regresi, dimana menurut aturannya titik-titik tersebut haruslah dalam bentuk yang tidak beraturan pada atas dan bawah angka 0 atau secara singkat dapat dianggap tidak terkumpul hanya pada satu garis atau satu tempat saja.[55]

2. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi pada dasarnya digunakan untuk mengetahui hubungan yang terjadi antara masing-masing variabel. Uji regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara lebih dari satu variabel X terhadap variabel Y secara simultan. Untuk mengetahui hasilnya dapat menggunakan rumus persamaan berikut:[56]

$$Y = \alpha + \beta_{1x1} + \beta_{2x2} + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Koefisien Keputusan Mahasiswa

a = Konstanta

β1 = Koefisien faktor emosional

β2 = Koefisien faktor rasional

X1 = Variabel faktor emosional

X2 = Variabel faktor rasional

ε = Standard Eror

[55] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya, 2009), hal. 79.
[56] I'anatut Thoifah, *Statistika Pendidikan dan ...*, hal. 220

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan cara menilai ketepatan fungsi regresi dapat menggunakan nilai statistik T, nilai statistik F serta nilai koefisien determinasi.[57]

3. Uji Hipotesa

a. Uji T

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh antara variabel x dan y secara parsial dapat menggunakan uji T. Hal yang pertama dilakukan ialah menyusun hipotesa. Untuk metode pengambilan kesimpulannya dapat dilakukan dengan cara:

1) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $probabilitas < 0{,}05$, maka Ho diterima dan Ha ditolak.

2) Sebaliknya jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $probabilitas > 0{,}05$, maka Ha diterima dan Ho ditolak.

b. Uji F

Perbedaan tingkat pengaruh yang diberikan antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dapat diketahui dengan menggunakan uji F. Pengambilan kesimpulan dari hasil uji f yang dilakukan pada aplikasi SPSS *for windows* dapat dilakukan dengan cara mengamati tabel Anova tepatnya pada kolom sig., dimana kriteria pengambilan keputusannya yaitu:

[57] Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian - Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hal.160.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $probabilitas < 0{,}05$, maka Ho ditolak.
2) Sebaliknya, Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau $probabilitas > 0{,}05$, maka Ho diterima.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinan (R^2) ditujukan untuk mencari tingkat ketepatan pada analisis regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen, dimana hal yang ditunjukkan oleh koefisiensi determinasi (R^2) terdiri dari besaran angka antara 0 (nol) dan 1 (satu). Metode pengambilan kesimpulan yang bisa dilakukan ialah semakin mendekati angka satu, maka semakin besar pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hal tersebut juga berlaku kebalikannya, dimana semakin mendekati nol maka variabel independen semakin dianggap tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel dependen.

Selain hal tersebut di atas, koefisien determinasi juga dapat digunakan untuk mecari besarnya tingkat presentase yang disebabkan oleh variabel bebas (X) terhadap perubahan variabel terikat (Y). Angka dari R square diperoleh dari proses pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya dengan menggunakan program SPSS *for windows*, dimana hasilnya dapat ditentukan dengan cara melihat tabel model *summary* yang ada pada SPSS tepatnya didalam kolom R *square*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum UIN Sunan Ampel Surabaya

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya atau biasa disingkat UIN Sunan Ampel merupakan salah satu perguruan tinggi Islam tertua yang ada di Surabaya. Kampus yang berlokasi di jl. A. Yani no 117 ini secara resmi berdiri pada tahun 1965 dengan nama IAIN Sunan Ampel sebelum akhirnya berubah nama menjadi UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2013.

Awal mula berdirinya dimulai sejak akhir 1950an, ketika beberapa tokoh Muslim Jawa Timur mengajukan gagasan untuk pendirian perguruan tinggi agama Islam yang bernaung di bawah Departemen Agama. Pertemuan tersebut dilanjutkan pada tahun 1961 di Jombang, yang pada sesi terakhir pertemuan tersebut menghasilkan beberapa keputusan penting yaitu:

a. Pembentukan Panitia Perintis IAIN,
b. Mendirikan Fakultas Syariah di Surabaya,
c. Mendirikan Fakultas Tarbiyah di Malang.

Tanpa memerlukan banyak waktu, pendirian fakultas Syariah dan Tarbiyah di kota Surabaya dan Malang tersebut disahkan oleh Menteri Agama melalui diterbitkannya SK No. 17/1961. Pada 1964 Menteri

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Agama juga mengesahkan berdirinya Fakultas Ushuluddin di Kediri melalui SK No. 66/1964.

Didasarkan pada 3(tiga) fakultas tersebutlah pada akhirnya Menteri Agama menerbitkan SK Nomor 20/1965 tentang Pendirian IAIN Sunan Ampel yang berkedudukan di Surabaya. Sejak tanggal 1 Oktober 2013, IAIN Sunan Ampel berubah nama menjadi UIN Sunan Ampel (UINSA) Surabaya berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 65 Tahun 2013.

Dalam perkembangannya UIN Sunan Ampel Surabaya saat ini telah memiliki 9 (sembilan) fakultas yaitu:

a. Fakultas Adab dan Humaniora
b. Fakultas Dakwah dan Komunikasi
c. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
d. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
e. Fakultas Psikologi dan Kesehatan
f. Fakultas Sains dan Teknologi
g. Fakultas Syariah dan Hukum
h. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
i. Fakultas Ushuluddin dan Filsafat

Tercatat pada tahun ajaran 2017-2018, Mahasiswa strata satu UIN Sunan Ampel Surabaya yang aktif ialah sebesar 15.798 mahasiswa yang tersebar di 9 fakultas berbeda dari semester 1 hingga semester 13. Berikut data Mahasiswa Strata Satu masing-masing fakultas yang aktif pada tahun ajaran 2017-2018:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.1
Jumlah Mahasiswa masing-masing fakultas di UIN Sunan Ampel Surabaya Surabaya

Fakultas	Jumlah (Mahasiswa)
Adab dan Humaniora	1.759
Dakwah dan Komunikasi	2.318
Ekonomi dan Bisnis Islam	1.680
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	727
Psikologi dan Kesehatan	611
Sains dan Teknologi	1.128
Syariah dan Hukum	2.636
Tarbiyah dan Keguruan	3.209
Ushuluddin dan Filsafat	1.730
Total	**15.798**

Sumber: Data Rekapitulasi Mahasiswa S1 Aktif Studi UIN Sunan Ampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang menabungkan uangnya di lembaga keuangan syariah baik itu dalam bentuk tabungan bank syariah ataupun simpanan di koperasi syariah. Metode pemilihan respondennya peneliti menggunakan teknik *purposive random sampling* dimana peneliti telah membuat kriteria-kriteria yang akan menjadi acuan dalam memilih calon responden. Adapun metode pengambilan sampelnya ialah dengan menyebarkan angket baik secara langsung maupun secara tidak langsung (*online*).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Karakteristik Responden

Pada penelitian di UIN Sunan Ampel Surabaya diperoleh jumlah responden sebanyak 110 responden. Perhitungan jumlah responden pada ketentuan sampel *eror* 10% dari populasi yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner, berikut merupakan gambaran umum karakteristik responden yang berhasil peneliti kumpulkan:

a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut merupakan karakteristik responden mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya berdasarkan jenis kelaminnya:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Prosentase (%)
Laki-Laki	52	52%
Perempuan	48	48%
Total	**100**	**100%**

Sumber: Data Primer, diolah 2019.

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang menjadi responden pada penelitian ini berjenis kelamin laki-laki berjumlah 52 orang dengan prosentase sebesar 52%, kemudian yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 48 orang dengan prosentase sebesar 48%.

b. Karakteristik Berdasarkan Usia

Berikut merupakan karakteristik responden mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya berdasarkan usianya:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Rentang Usia	Jumlah Responden	Prosentase (%)
<20	15	15%
21-25	82	82%
>25	3	3%
Total	**100**	**100%**

Sumber: Data Primer, diolah 2019.

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa responden Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang berusia <20 tahun berjumlah 15 orang dengan prosentase sebesar 15%, mahasiswa yang berusia 21-25 tahun berjumlah 82 orang dengan prosentase sebesar 82%, dan responden mahasiswa yang berusia di atas 25 tahun berjumlah 3 orang dengan prosentase sebesar 3%.

c. Karakteristik Berdasarkan Fakultas

Berikut merupakan karakteristik responden mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya berdasarkan fakultas asalnya:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas Asalnya

Fakultas	Jumlah Responden	Prosentase (%)
Tarbiyah & Keguruan	20	20%
Syariah & Hukum	17	17%
Dakwah & Komunikasi	15	15%
Adab & Humaniora	11	11%
Ekonomi & Bisnis Islam	11	11%
Ushuluddin & Filsafat	10	10%
Sains & Teknologi	7	7%
Ilmu Sosial & Ilmu Politik	5	5%
Psikologi & Kesehatan	4	4%
Total	**100**	**100%**

Sumber: Data Primer, diolah 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang menjadi responden paling banyak berasal dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan dengan jumlah sebanyak 20 responden, pada urutan ke dua terdapat syariah dan hukum dengan jumlah 17 responden, dan pada tempat ke tiga diisi oleh responden dari Fakultas Dakwah sebanyak 15 responden. Pembagian jumlah responden diatur sebagaimana jumlah mahasiswa di masing-masing fakultas agar lebih bisa mewakili setiap fakultas yang ada di UIN Sunan Ampel Surabaya ini.

d. Karakteristik Berdasarkan Tahun Angkatan

Berikut merupakan karakteristik responden mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya berdasarkan Tahun Angkatan:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Tahun Angkatan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
2011	1	1%
2012	5	5%
2013	8	8%
2014	46	46%
2015	13	13%
2016	20	20%
2017	6	6%
2018	1	1%
Total	**100**	**100%**

Sumber: Data Primer, diolah 2019.

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa responden Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang berasal dari angkatan tahun 2011 sebanyak 1 orang dengan prosentase 1%,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari angkatan 2012 sebanyak 5 orang dengan prosentase 5%, dari angkatan 2013 sebanyak 8 orang dengan prosentase 8%, dari angkatan 2014 sebesar 46 orang dengan prosentase 46%, angkatan 2015 sebanyak 13 orang dengan presentase sebesar 13%, dari angkatan 2016 sebesar 20 orang dengan prosentase 20%, dari angkatan 2017 sebesar 6 orang dengan prosentase 6% dan dari angkatan 2018 sebanyak 1 responden dengan prosentase 1%.

e. Karakteristik Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Berikut merupakan karakteristik responden mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya berdasarkan lama menjadi nasabah:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah Responden	Prosentase (%)
< 6 bulan	33	33%
6-12 bulan	20	20%
> 12 bulan	47	47%
Total	**100**	**100%**

Sumber: Data Primer, diolah 2019.

Berdasarkan tabel di atas, mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang menjadi responden dan telah menjadi nasabah selama <6 bulan berjumlah sebanyak 33 orang dengan prosentase 33%, sedangkan ang sudah menjadi nasabah selama 6-12 bulan sebanyak 20 orang dengan prosentase 20% dan yang telah menjadi nasabah selama >12 bulan sebanyak 47 orang dengan prosentase 47%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f. Karakteristik Berdasarkan Lembaga Keuangan Syariah

Berikut merupakan karakteristik responden mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya berdasarkan lembaga keuangan syariahnya:

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Lembaga Keuangan Syariah Tempatnya menabung

Lembaga Keuangan Syariah	Jumlah Responden	Prosentase (%)
BRI Syariah	33	33%
Bank Syariah Mandiri	17	17%
BNI Syariah	17	17%
Bank Jatim Syariah	7	7%
BCA Syariah	6	6%
BTN Syariah	6	6%
BMT Sidogiri	3	3%
KSPPS MUI	3	3%
BMS UINSA	1	1%
BMT Al- Fithrah	1	1%
BMT Amanatul Ummah	1	1%
BMT Permata	1	1%
CIMB Islamic	1	1%
CIMB Niaga Syariah	1	1%
KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera	1	1%
Maybank Islamic	1	1%
Total	**100**	**100%**

Sumber: Data Primer, diolah 2019.

Dari data tabel di atas diketahui bahwa jumlah responden mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya paling banyak yang menabungkan uangnya di BRI Syariah dengan jumlah sebesar 33 orang dengan prosentase 33%, terbanyak kedua ialah BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri dengan jumlah sama yaitu 17 orang dengan prosentase masing-masing 17%, lalu ada Bank Jatim Syariah dengan jumlah responden sebanyak 7 orang dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

prosentase yaitu 7% dari total responden, selanjutnya juga di ketemui BCA Syariah dan BTN Syariah yang sama-sama berjumlah 6 responden dengan prosentase masing-masing 6%, selanjutnya ada BMT Sidogiri dan KSPPS MUI masing-masing diperoleh responden sebanyak 3 orang dengan prosentase 3%, terakhir dengan jumlah sama yaitu sebanyak 1 orang responden masing-masing yaitu BMS UINSA, BMT Al- Fithrah, BMT Amanatul Ummah, BMT Permata, CIMB Islamic, CIMB Niaga Syariah, KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera, Maybank Islamic dengan prosentase masing-masing 1%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Analisis Data

1. Tabel Frekuensi Jawaban Responden

   a. Variabel Faktor Emosional (X1)

Tabel 4.8
Data Frekuensi Jawaban Faktor Emosional (X1)

No	Indikator	Skor Jawaban					Total Responden	Mean	Standard Deviasi
		5	4	3	2	1			
1	**Ketaatan beragama**								
	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena saya beragama islam	33	38	24	5	0	100	3,99	0,882
	Saya memilih lembaga keuangan syariah karena adanya larangan atas riba (bunga)	42	41	14	3	0	100	4,22	0,799
	Lembaga keuangan syariah menerapkan prinsip-prinsip islam dalam produk tabungannya	34	54	11	0	1	100	4,20	0,711
2	**Atribut Islami produk**								
	Produk tabungan lembaga keuangan syariah	17	56	23	4	0	100	3,86	0,739

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		sesuai dengan syariat islam								
		Produk tabungan lembaga keuangan syariah bervariatif	13	62	25	0	0	100	3,88	0,608
		Sistem dan prosedur produk tabungan lembaga keuangan syariah terbebas dari riba (bunga)	23	47	28	2	0	100	3,91	0,767
3	**Kenyamanan**									
		Pegawai lembaga keuangan syariah ramah	18	39	37	5	1	100	3,68	0,863
		Kantor lembaga keuangan syariah bersih dan nyaman	15	45	37	3	0	100	3,72	0,753
		Ruang tunggu yang disediakan memberi rasa nyaman	16	38	41	5	0	100	3,65	0,809
4	**Keamanan**									
		Saya merasa yakin bahwa dana saya dijamin oleh pemerintah	10	40	40	8	2	100	3,48	0,858

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Saya yakin lembaga keuangan syariah dapat dipercaya	21	55	24	0	0	100	3,97	0,674
		Saya merasa bebas dari riba (bunga)	23	45	30	1	1	100	3,88	0,808
Total									**3,87**	**0,772**

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Dari Tabel 4.8 dapat diketahui rata-rata jawaban nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel untuk variabel X1 faktor emosional adalah 3,87. Indikator dengan jawaban tertinggi ditemukan pada jawaban X1.2 yaitu memilih lembaga keuangan syariah karena adanya larangan tentang riba dalam agama islam dengan nilai mean 4,22. Untuk indikator jawaban terendah ditemukan pada indikator X1.10 yaitu memilih lembaga keuangan syariah karena adanya jaminan dari pemerintah dengan nilai mean 3,48.

b. Variabel Faktor Rasional (X2)

Tabel 4.9
Data Frekuensi Jawaban Faktor Rasional

No	Indikator		Skor Jawaban					Total Responden	Mean	Standard Deviasi
			5	4	3	2	1			
1	**Reputasi**									
		Lembaga Keuangan Syariah tempat saya menabung telah	24	52	23	1	0	100	3,99	0,718

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		saya tidak pernah mendengar informasi buruk tentang lembaga keuangan tempat saya	14	48	32	6	0	100	3,70	0,785
		lembaga keuangan syariah memiliki ciri khas sendiri dibanding lembaga keuangan	24	56	19	1	0	100	4,03	0,688
2	**Kemudahan**									
		Kantor lembaga keuangan syariah tempat saya menabung mudah untuk ditemui	16	44	27	13	0	100	3,63	0,906
		Prosedur serta persyaratan pembukaan rekening	23	48	26	3	0	100	3,91	0,780
		Adanya chanelling dengan lembaga keuangan (syariah/konvensional) lain memudahkan saya	21	47	25	6	1	100	3,81	0,873
3	**Keuntungan**									
		Bagi hasil yang diberikan kompetitif	16	38	43	3	0	100	3,67	0,779
		Lembaga keuangan syariah memberikan	16	35	43	6	0	100	3,61	0,827
		Adanya reward yang diberikan untuk nasabah jangka waktu	12	31	53	4	0	100	3,51	0,759
4	**Harga**									
		Biaya pembukaan rekening lembaga keuangan syariah murah	22	46	29	2	1	100	3,86	0,817

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Biaya administrasi lembaga keuangan syariah murah	23	45	30	2	0	100	3,89	0,777
		Tidak adanya/terjangkaunya potongan biaya tarik tunai lembaga	28	38	29	3	2	100	3,87	0,928
Total									**3,79**	**0,803**

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Dari Tabel 4.9 dapat diketahui rata-rata jawaban nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel untuk variabel X2 faktor rasional adalah 3,79. Indikator dengan jawaban tertinggi ditemukan pada jawaban X2.3 yaitu memilih lembaga keuangan syariah karena memiliki ciri khas tersendiri dengan nilai mean 4,03. Untuk indikator jawaban terendah ditemukan pada *item* pertanyaan X2.9 yaitu memilih lembaga keuangan syariah karena adanya *reward* yang diberikan kepada nasabah dengan nilai mean 3,51.

c. Variabel Keputusan (Y)

Tabel 4.10
Data Frekuensi Jawaban Variabel keputusan Mahasiswa

No	Indikator		Skor Jawaban					Total Responden	Mean	Standard Deviasi
			5	4	3	2	1			
1	**Pengenalan Kebutuhan**									
		saya yakin lembaga keuangan syariah beroperasi berdasarkan prinsip	25	52	21	2	0	100	4,00	0,739

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		saya memilih lembaga keuangan syariah karena adanya sistem bagi	27	53	18	2	0	100	4,05	0,730
2	**Pencarian Informasi**									
		Saya memahami dan mengetahui lembaga keuangan syariah beroperasi berdasarkan prinsip	27	52	20	0	1	100	4,04	0,751
		Saya telah membandingkan produk tabungan lembaga keuangan syariah dengan produk lembaga keuangan (syariah/non syariah) lainnya	12	50	35	2	1	100	3,70	0,745
3	**Evaluasi alternatif**									
		Saya mendapat kemudahan yang tidak terdapat pada lembaga keuangan konvensional	9	38	44	8	1	100	3,46	0,809
		Saya mendapat solusi dan alternatif kebutuhan untuk menyimpan dana saya melalui produk tabungan lembaga keuangan syariah	12	52	34	1	1	100	3,73	0,723
4	**Keputusan Pembelian**									

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Saya memilih lembaga keuangan syariah karena sesuai dengan kebutuhan saya	15	54	25	5	1	100	3,77	0,802
		Saya memilih lembaga keuangan syariah karena adanya promosi menarik dari lembaga keuangan syariah	10	30	48	12	0	100	3,38	0,826
5	**Perilaku pasca pembelian**									
		Saya merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah	17	52	29	0	2	100	3,82	0,783
		Saya merekomendasikan orang lain untuk ikut menggunakan produk lembaga keuangan syariah	23	44	30	2	1	100	3,86	0,829
Total									**3,78**	**0,774**

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Dari tabel 4.10 di atas diketahui rata-rata jawaban untuk variabel keputusan (Y) adalah sebesar 3,78. Nilai tertinggi ada pada item Y2 tentang memilih lembaga keuangan syariah karena adanya sistem bagi hasil yang halal dengan nilai mean 4,05. Nilai terendah ditemukan pada *item* pertanyaan Y8 yaitu tentang memilih lembaga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keuangan syariah karena adanya promosi menarik yang ditawarkan dengan nilai mean sebesar 3,38.

2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pada bagian ini peneliti akan menyajikan hasil dari uji validitas dan uji reliabilitas yang sudah peneliti lakukan terhadap data tanggapan responden yang telah dikumpulkan sebelumnya. Data yang disajikan merupakan hasil uji validitas dan uji reliabilitas dari masing-masing variabel independen yakni faktor emosional (X1) dan faktor rasional (X2) terhadap variabel dependen yaitu keputusan memilih (Y). Uji validitas dan uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistic 24 for Windows*. Adapun rekapitulasi hasilnya adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas ini dimaksudkan untuk mengetahui layak atau tidaknya variabel yang diteliti, serta untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat digunakan untuk mengukur hal yang diteliti secara tepat.[58]

Suatu data dapat dikatakan valid apabila memenuhi persyaratan yaitu, $r_{tabel} < r_{hitung}$. r_{tabel} pada penelitian ini sebesar 0,1654, diketahui dengan menggunakan rumus df (Alpha, n-2) atau

[58] Ricki Yuliardi dan Zuli Nuraeni, *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*, (Yogyakarta: Innosain, 2017), hal. 93

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(100-2) = 98 dan tingkat signifikansi 0,1 dengan uji 2 arah.[59] Berikut hasil lengkap uji validitas terhadap masing-masing variabel:

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	R_{hitung}	Keterangan
Faktor Emosional (X1)	X1.1	0,368	Valid
	X1.2	0,471	Valid
	X1.3	0,355	Valid
	X1.4	0,604	Valid
	X1.5	0,465	Valid
	X1.6	0,598	Valid
	X1.7	0,549	Valid
	X1.8	0,582	Valid
	X1.9	0,441	Valid
	X1.10	0,489	Valid
	X1.11	0,622	Valid
	X1.12	0,640	Valid
Faktor Rasional (X2)	X2.1	0,537	Valid
	X2.2	0,613	Valid
	X2.3	0,404	Valid
	X2.4	0,605	Valid
	X2.5	0,729	Valid
	X2.6	0,587	Valid
	X2.7	0,621	Valid
	X2.8	0,612	Valid
	X2.9	0,560	Valid
	X2.10	0,635	Valid
	X2.11	0,699	Valid
	X2.12	0,674	Valid
Keputusan (Y)	Y1	0,591	Valid
	Y2	0,595	Valid
	Y3	0,614	Valid
	Y4	0,542	Valid
	Y5	0,717	Valid
	Y6	0,714	Valid
	Y7	0,712	Valid
	Y8	0,370	Valid
	Y9	0,659	Valid
	Y10	0,589	Valid

Sumber: SPSS for Windows 24, diolah 2019.

[59] Data r-tabel terlampir

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari data tabel di atas diketahui bahwa rhitung yang diperoleh dari uji validitas memiliki angka >0,1654. Maka hasilnya masing-masing item pertanyaan dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi dari alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Uji Reliabilitas ini akan menggunakan nilai *cronbach alpha* sebagai acuan. Instrumen akan dianggap reliabel bila nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh >0,6. Berikut hasil uji reliabilitas yang peneliti lakukan terhadap data responden yang diperoleh:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai *Cronbach's Alpha*	Keterangan
Faktor Emosional (X1)	0,845	Reliable
Faktor Rasional (X2)	0,895	Reliable
Keputusan (Y)	0,880	Reliable

Sumber: SPSS for Windows 24, diolah 2019

Dari hasil tersebut sudah dapat kita ketahui bahwa instrumen penelitian ini telah reliabel, karena nilai *cronbach's alpha* yang diperoleh lebih dari 0,6.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui tingkat normalitas data yang akan diuji. Dalam uji ini peneliti menggunakan teknik kolmogorov-smirnov, dimana nantinya peneliti akan melihat pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nilai (*sig.*) yang dari SPSS *for Windows*. Agar bisa disebut berdistribusi normal maka nilai (sig.) yang diperoleh haruslah lebih besar dari 0,5. Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan kosmogorov-smirnov:

Tabel 4.13
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.57094111
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.038
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : SPSS for Windows, diolah 2019.

Dari data tabel di atas diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) ialah 0,200>0,05. Maka data dianggap berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel ketiga yang berada diluar model yang dapat saling mempengaruhi antar variabel independen yang akan diuji. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak terjadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

multikolonieritas). Untuk mengetahuinya adalah dengan cara melihat nilai VIF, dimana bila nilai VIF kurang dari 10 maka dianggap tidak terjadi Multikolinieritas.[60] Selain itu, untuk mengetahui apakah multikolinieritas atau tidaknya juga bisa dengan cara melihat nilai *tolerance*-nya <0,1.[61] Berikut hasil uji Multikolinieritas:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-0,448	2,188		-0,205	0,838		
	Faktor Emosional	0,427	0,067	0,450	6,392	0,000	0,476	2,099
	Faktor Rasional	0,405	0,057	0,496	7,054	0,000	0,476	2,099

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : SPSS for Windows, diolah 2019

Dari tabel hasil uji multikolinieritas di atas diketahui nilai *Tolerance* dan VIF dari kedua variabel bebas adalah sama, yaitu 0,476>0,1 dan nilai VIF 2,099<10. Maka dari hasil uji di atas dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

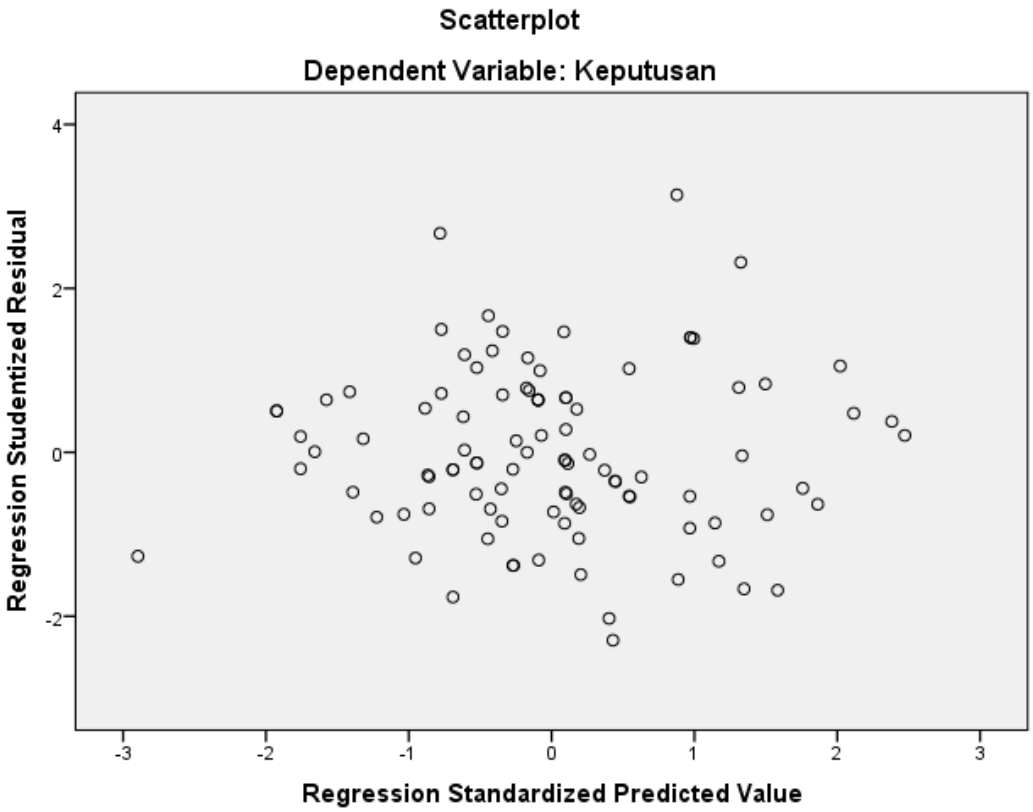
Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas pada model regresi ini,maka peneliti akan mengujinya menggunakan

[60] Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hal. 102.
[61] I'anatut Thoifah, *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*, (Malang: Madani, 2015), 221.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

SPSS dan melihat hasil grafik *Scatter plot* yang muncul. Tidak terjadi gejala heterokedastisitas apabila titik-titik pada grafik muncul secara menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Berikut hasil uji Heterokedastisitas yang dihasilkan:

Gambar 4.1
Grafik *Scatter Plot*



Sumber : SPSS versi 24 for windows , diolah 2019

Dari grafik di atas diketahui data tersebar secara acak di atas dan bawah angka 0 sehingga dinyatakan tidak adanya gejala heterokedastisitas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk lebih meyakinkan lagi, penulis menguji data kembali menggunakan teknik glejser, berikut hasil uji ulang dengan teknik glejser:

Tabel 4. 15
Hasil Uji Glejser

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	0,572	1,288		0,444	0,658
	Faktor Emosional	-0,029	0,039	-0,105	-0,725	0,470
	Faktor Rasional	0,062	0,034	0,262	1,818	0,072

a. Dependent Variable: ABS_Res

Sumber : SPSS versi 24 for windows , diolah 2019.

Dari hasil uji glejser dihasilkan pada kolom Sig. untuk Faktor Emosional (X1) sebesar 0,470 dan untuk faktor Rasional (X2) sebesar 0,072. Maka dengan hasil tersebut model regresi dinyatakan tidak terdapat gejala heterokedastisitas karena nilai sig. >0,05.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk menganalisis bentuk hubungan antara variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen.[62] Uji ini dilakukan pada model regresi yang sudah memenuhi semua persyaratan dari uji asumsi klasik. Berikut merupakan hasil uji linear berganda yang peneliti lakukan:

[62] Sugiarto, *Metode Statistik Bisnis*, (Tangerang: PT. Matana Publishing Utama, 2015), 399

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.16
Hasil Uji Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-0,448	2,188		-0,205	0,838
	Faktor Emosional	0,427	0,067	0,450	6,392	0,000
	Faktor Rasional	0,405	0,057	0,496	7,054	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : SPSS versi 24 for windows , diolah 2019.

Berdasarkan dari tabel hasil uji regresi linear berganda di atas maka dapat dibuat persamaan yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_{1x1} + \beta_{2x2} + \varepsilon$$
$$Y = -0{,}448 + 0{,}427X1 + 0{,}405X2 + \varepsilon$$

Berdasarkan dari persamaan dari hasil regresi linear di atas maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

a. Nilai konstanta -0,448 menunjukkan bahwa jika faktor emosional dan atau faktor rasional tidak mempengaruhi keputusan maka nilai keputusan adalah -0,448.
b. Nilai variabel emosional 0,427 menunjukkan bahwa setiap variabel emosional (X1) mempengaruhi keputusan, maka nilai keputusan akan naik sebesar 0,427.
c. Variabel faktor rasional (X2) memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,405. Hal tersebut mengartikan bahwa setiap faktor rasional mempengaruhi keputusan (Y) maka nilai Y akan naik sebesar 0,405.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Didasarkan pada persamaan regresi di atas, diantara variabel X yang lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan (Y) ialah variabel faktor emosional (X1) dengan nilai koefisien sebesar 0,427 sedangkan faktor rasional (X2) memiliki nilai koefisien lebih rendah sebesar 0,405.

5. Uji Hipotesis

a. Uji T

Untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel X terhadap variabel Y maka, sebelumnya harus mengetahui nilai t_{tabel}. Hal ini dilakukan karena nilai t_{tabel} tersebut akan di bandingkan dengan nilai t_{hitung}, untuk kemudian diambil kesimpulannya. Untuk mengetahui nilai t_{tabel} dapat dicari dengan rumus berikut:

$t_{tabel} = (\propto \div 2$; df = n-k-1)

$t_{tabel} = (0{,}1 \div 2$; df = 100-2-1)

$t_{tabel} = (0{,}05$; df = 97)

Dari angka di atas dapat diambil kesimpulan bahwa nilai t_{tabel} pada penelitian ini ada pada kolom 0,05 dan baris 107 dalam distribusi nilai t_{tabel} statistik.[63] Pada tabel distribusi nilai t_{tabel} statistik kolom 0,05 dan baris 97 berisi angka 1,98472. Jadi t_{tabel} = 1,98472.

[63] Data distribusi nilai t_{tabel} terlampir

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.17
Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-0,448	2,188		-0,205	0,838
	Faktor Emosional	0,427	0,067	0,450	6,392	0,000
	Faktor Rasional	0,405	0,057	0,496	7,054	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : SPSS versi 24 for windows , diolah 2019

Sebelum peneliti menjabarkan tabel di atas, peneliti ingin mengingatkan kembali hipotesis yang telah disusun sebelumnya yang berhubungan dengan uji t.

1) H_0 : Faktor Emosional tidak berpengaruh secara signifikan kepada keputusan menabung nasabah mahasiswa.

   H_1 : Faktor Emosional berpengaruh secara signifikan kepada keputusan menabung nasabah mahasiswa

2) H_0 : Faktor Rasional tidak berpengaruh secara signifikan kepada keputusan menabung nasabah mahasiswa.

   H_1 : Faktor Rasional berpengaruh secara signifikan kepada keputusan menabung nasabah mahasiswa

Yang pertama, untuk mengetahui uji t untuk hipotesis nomor 1 yaitu dengan cara melihat t_{hitung} yang terdapat pada tabel hasil uji t di atas. Pada tabel uji t tersebut diperoleh t_{hitung} dari faktor emosional sebesar 6,392. Angka 6,392 > 1,98472 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Selanjutnya melihat kolom sig. dari faktor emosional,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki nilai 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Oleh karena hasil di atas maka diambil kesimpulan bahwa faktor emosional berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan menabung mahasiswa di lembaga keuangan syariah.

Yang kedua, untuk menjawab hipotesis nomor 2 maka harus melihat pada kolom t dari faktor rasional. Pada kolom t tersebut terdapat nilai 7,094 > 1,98472 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Pada kolom sig. dari faktor rasional terdapat angka 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Oleh karena hasil tersebut di atas maka diambil kesimpulan bahwa faktor rasional berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menabung mahasiswa di lembaga keuangan syariah.

b. Uji F

Uji ini untuk mengetahui pengaruh variabel faktor emosional (X1) dan faktor rasional (X2) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel keputusan (Y). Untuk mengetahuinya, perlu diketahui dulu f_{tabel} dalam penelitian ini. Berikut rumus untuk mengetahui f_{tabel} :

f_{tabel} = (k ; n-k)

f_{tabel} = (2 ; 100-2)

f_{tabel} = (2 ; 98)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari angka (2 ; 108) di atas dapat diketahui posisi angka f_{tabel} penelitian ini yaitu 2,36.[64] Berikut merupakan hasil uji f yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 4.18
Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2207,026	2	1103,513	163,580	.000b
	Residual	654,364	97	6,746		
	Total	2861,390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan

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

Sumber : SPSS versi 24 for windows , diolah 2019

Dari data di atas diketahui f_{hitung} sebesar 163,580 > 2,36 maka dapat dikatakan bahwa faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh secara simultan terhadap keputusan. Pada data tabel di atas juga menunjukkan angka pada kolom sig. sebesar 0,000 < 0,05. Maka, dari hasil uji f di atas dapat peneliti tarik kesimpulan bahwa faktor emosional dan faktor rasional memiliki pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih menabung di lembaga keuangan syariah.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh faktor emosional dan faktor rasional secara simultan terhadap keputusan memilih mahasiswa. Untuk

[64] Distribusi Tabel F Terlampir

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengetahuinya harus melihat hasil uji regresi linear berganda pada tabel model *summary* seperti berikut:

Tabel 4.19
Tabel *Model Summary*

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.878a	0,771	0,767	2,597

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

Berdasarkan dari tabel di atas, nilai koefisien determinasi atau R *Square* sebesar 0,771 atau sama dengan 77,1%. Angka yang dihasilkan tersebut mengandung arti bahwa faktor emosional (X1) dan faktor rasional (X2) mempengaruhi keputusan memilih (Y) secara simultan sebesar 77,1%, dimana sisanya (100% - 77,1% = 22,9%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar kedua variabel yang sedang diteliti ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan mencoba menjabarkan dan membahas hasil penelitian yang sudah dilakukan pada bab 4 tentang pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel memilih produk tabungan di lembaga keuangan syariah. Berikut hasil penelitian yang peneliti temui.

A. Pengaruh Faktor Emosional Secara Parsial Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Menggunakan Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah

Faktor emosional diketahui sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku manusia. Sering kali terjadi tanpa mampu dikontrol oleh manusia itu sendiri, atau bisa dikatakan tindakan yang didasari oleh faktor emosional adalah tindakan yang dilakukan secara spontan. Meski begitu tidak dapat dipungkiri bahwa tindakan-tindakan emosional tersebut juga seringkali dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti kejadian-kejadian disekitar manusia tersebut yang mendorongnya untuk mengambil keputusan melakukan tindakan-tindakan tertentu.

Berdasarkan pada hasil penelitian di bab iv, peneliti menemukan adanya pengaruh secara signifikan dari faktor emosional terhadap keputusan nasabah mahasiswa. Melalui uji t, diperoleh t_{hitung} dari faktor emosional sebesar 6,392 dimana angka tersebut lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,98472. Sedangkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

signifikansinya diperoleh nilai 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena hal tersebut maka diputuskan H_1 diterima dan H_0 ditolak, yaitu Faktor Emosional terbukti berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah mahasiswa.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yaitu penelitian Dyah Ayu Kartikasari pada tahun 2017 yang berjudul "Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Produk Dan Jasa Perbankan Syariah Di Tulungagung (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)".[65] Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor emosional berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan.

Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian terdahulu lainnya yaitu penelitian dari Hardiwinoto pada tahun 2011 yang berjudul "Analisis Faktor Emosional dan Faktor Rasional dalam keputusan pembiayaan perusahaan melalui Bank Syariah di Jawa Tengah".[66] Hasil dari penelitian ini adalah faktor emosional berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembiayaan perusahaan di bank syariah Jawa Tengah.

Penelitian ini membuktikan adanya pengaruh yang cukup signifikan dari faktor emosional terhadap keputusan memilih nasabah mahasiswa. Umumnya

---

[65] Dyah Ayu Kartikasari, "Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Produk Dan Jasa Perbankan Syariah Di Tulungagung (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)" (Skripsi—Institut Agama Islam Tulungagung, Tulungagung, 2017)

[66] Hardiwinoto, "Analisis Faktor Emosional dan Faktor Rasional dalam keputusan pembiayaan perusahaan melalui Bank Syariah di Jawa Tengah", *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Terapan*. (2011), 237.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

responden, dalam mengambil keputusan banyak terpengaruh oleh hal-hal yang bersifat emosional yang cenderung religius seperti ketaatan beragama, atribut islami produk, kenyamanan dan rasa aman nasabah mahasiswa ketika menabung di lembaga keuangan syariah.

B. Pengaruh Faktor Rasional Secara Parsial Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Menggunakan Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah

Apabila faktor emosional mempengaruhi keputusan nasabah secara spontan maka faktor rasional kebalikannya. Suatu tindakan manusia bisa disebut sebagai tindakan rasional jika telah melewati banyak pertimbangan sebelumnya. Dalam pengambilan keputusan, manusia yang bertindak secara rasional biasanya akan banyak melakukan perbandingan-perbandingan dan penilaian terhadap sesuatu hal yang akan dia kerjakan. Oleh karena itu, rasional juga disebut sebagai cara berfikir logis.

Berdasarkan pada hasil penelitian di bab iv, peneliti menemukan adanya pengaruh secara signifikan dari faktor rasional terhadap keputusan nasabah mahasiswa. Melalui uji t, diperoleh t_{hitung} dari faktor Rasional sebesar 7,054 dimana angka tersebut lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,98472. Sedangkan signifikansinya diperoleh nilai 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena hal tersebut maka diputuskan H1 diterima dan H0 ditolak, yaitu faktor rasional terbukti berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah mahasiswa.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yaitu, penelitian milik Vima Dwi Estining Pratiwi pada tahun 2012 yang berjudul "Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarnegara)".[67] Hasil penelitian ini adalah faktor-faktor rasional yaitu pelayanan, kenyamanan dan kepuasan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan.

Penelitian lainnya yaitu dari Muchammad Fauzi pada 2010 yang berjudul "Pengaruh Faktor Rasional Dan Emosional Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Baitul Mal Wat Tamwil".[68] Hasil penelitian ini yaitu indikator faktor rasional berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah namun terhadap loalitas faktor rasional berpengaruh tapi tidak terlalu signifikan.

Hasil pada penelitian ini membuktikan adanya pengaruh faktor rasional terhadap pengambilan keputusan nasabah mahasiswa. Secara logika, mahasiswa memang dituntut untuk berfikir kritis. Hasil penelitian inipun merupakan suatu hal yang tidak mengejutkan. Dalam pengambilan keputusan nasabah sebagai seorang konsumen wajib melakukan pencarian data dan informasi tentang subjek yang akan menjadi tempat menabungkan uangnya.

---

[67] Vima Dwi Estining Pratiwi, "Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarnegara)" (Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2012)

[68] Muchammad Fauzi, "Pengaruh Faktor Rasional Dan Emosional Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Baitul Mal Wat Tamwil", *Jurnal Penelitian dan Pemikiran Ekonomi Islam*, Edisi 1, No. 1 (Mei, 2010), 55-74

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Secara Simultan Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Menggunakan Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwa faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan nasabah mahasiswa. Hal tersebut dapat diketahui dari hasil f_{hitung} yang diperoleh yaitu sebesar 163,580, angka tersebut lebih besar dari f_{tabel} yaitu 2,36 begitu juga dengan angka pada kolom sig. diperoleh nilai sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Maka dari hasil di atas dapat dikatakan bahwa faktor emosional dan faktor rasional terbukti berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan nasabah mahasiswa.

Pada penelitian ini juga diketemukan bahwa faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh secara simultan sebesar 77,1% dan 22,9% sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, angka tersebut diperoleh dari tabel *model summary* pada kolom R square. Hal ini membuktikan betapa dominannya faktor emosional dan faktor rasional dalam mempengaruhi keputusan nasabah mahasiswa.

Hasil tersebut mendukung hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penelitian Dyah Ayu Kartikasari pada tahun 2017 yang berjudul pengaruh "Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Produk Dan Jasa Perbankan Syariah Di Tulungagung (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)". Dalam hasil penelitiannya, Dyah membuktikan bahwa hasil

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari penelitiannya ialah faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh secara simultan terhadap keputusan memilih nasabah mahasiswa.

Penelitian lain milik Vima Dwi Estining Pratiwi pada tahun 2012 yang berjudul "Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarnegara)" juga membuktikan bahwa pengaruh faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah.

Penelitian ini juga membuktikan teori dari J. Suprapto dan Nanda Limakrisna dalam buku mereka bahwa dalam proses pengambilan keputusan, konsumen akan dipengaruhi beberapa faktor diantaranya yaitu faktor eksternal dan faktor internal yang kemudian akan mempengaruhi dalam pembangunan konsep diri dan gaya hidup konsumen atau nasabah yang bersangkutan tersebut.[69] Dalam hal ini faktor eksternal berupa pemikiran rasional dan faktor internal berupa tindakan emosional.

Sofjan Assauri dalam bukunya juga mengemukakan bahwa terdapat 2 faktor yang menjadi motivasi seseorang melakukan suatu tindakan (dalam hal ini keputusan memilih), yaitu emosional dan rasional. Sofjan Assauri berpendapat bahwa motivasi rasional didasarkan pada hal yang bersifat fungsional, sedangkan motivasi emosional lebih kepada sosial psikologis.[70]

---

[69] J. Supranto & Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis, edisi kedua*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), hal. 93.
[70] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*, edisi 1, cetakan 14, (Jakarta : Rajawali Pers, 2015), 125

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Pengaruh yang Lebih Dominan antara Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Menggunakan Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah

Berdasarkan pada hasil uji regresi linear berganda pada tabel *coeficient*, tepatnya pada kolom B diketahui bahwa variabel faktor emosional (X1) memperoleh nilai koefisien sebesar 0,427 sedangkan faktor rasional (X2) memiliki nilai koefisien lebih rendah sebesar 0,405. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor emosional terbukti lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah mahasiswa dibandingkan dengan faktor rasional.

Dengan hasil yang tidak terlalu jauh di atas membuktikan bahwa masing-masing faktor emosional dan faktor rasional cukup berimbang dalam mempengaruhi keputusan memilih nasabah mahasiswa dibandingkan dengan variabel lainnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah di paparkan pada bab-bab sebelumnya, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan dari hasil uji t variabel faktor emosional (x1) diperoleh t_{hitung} sebesar 6,392. Angka tersebut lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,98472 dengan signifikansi senilai 0,000<0,05, sehingga dapat disimpulkan faktor emosional terbukti berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah. berdasarkan uji t faktor rasional diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 7,054>1,98472 dengan signifikansi senilai 0,000<0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor rasional juga terbukti berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah mahasiswa..
2. Berdasarkan pada hasil uji f penelitian ini, f_{hitung} yang diperoleh yaitu sebesar 163,580, angka tersebut lebih besar dari f_{tabel} yaitu 2,36 dengan signifikansi sebesar 0,000<0,05. Maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor emosional dan faktor rasional terbukti berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam memilih produk tabungan di lembaga keuangan syariah.
3. Berdasarkan pada hasil uji regresi linear berganda, nilai koefisien faktor emosional yang diperoleh adalah sebesar 0,427 sedangkan faktor rasional

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki nilai koefisien lebih rendah sebesar 0,405. Oleh karena hasil tersebut maka diambil kesimpulan bahwa faktor emosional terbukti lebih dominan daripada faktor rasional dalam mempengaruhi keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memilih produk tabungan di lembaga keuangan syariah..

B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah peneliti pilih serta dijabarkan di atas maka terdapat beberapa saran yang peneliti sampaikan.

1. Peneliti selanjutnya

   Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan jumlah sampel yang dikumpulkan, hal ini mengingat jumlah responden penelitian ini yang sebesar 110 orang masih sangat sedikit jika dibandingkan dengan jumlah total populasi yang mencapai 15.789 orang.

   Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain atau menggunakan indikator yang berbeda dari dalam penelitian, demi menambah khazanah ilmu pengetahuan tentang perilaku nasabah lembaga keuangan syariah.

2. Penyedia Jasa Lembaga Keuangan Syariah

   Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa UIN Sunan Ampel masih secara dominan dipengaruhi oleh cara berfikir emosional (relijius). Hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh jasa lembaga keuangan syariah jika menginginkan untuk menyasar target pasar mahasiswa. Ditambah lagi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengingat betapa aktifnya mahasiswa, maka mereka juga bisa menjadi sarana *advertising* yang murah meriah apabila mampu dimanfaatkan sebaik-baiknya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta : Rajawali Pers, 2015.

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2009.

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi : Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2013.

Gunawan, Imam. *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.

Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor : Ghalia Indonesia, 2010.

J. Supranto & Nandan Limakrisna. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis, edisi kedua*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.

Mahardika, Dewa PK. *Mengenal Lembaga Keuangan*. Bekasi: Gramata Publishing, 2015.

Maman dkk. *Metodologi Penelitian Agama : Teori dan Praktek*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.

Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2011.

Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2010.

Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. *Consumer Behavior*, diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip dengan judul *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks, 2004

Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen, edisi revisi*. Jakarta: Kencana, 2003.

Setiadi, Nugroho J.. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran, edisi 1, cetakan 2*. Jakarta : Kencana, 2003.

Sugiarto. *Metode Statistik Bisnis*. Tangerang: PT. Matana Publishing Utama, 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2009.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2008.

Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2006.

Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian - Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya, 2009.

Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

Susyanti, Jeny. *Operasional Keuangan Syariah*. Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang, 2016.

Thoifah, I'anatut. *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang: Madani, 2015.

Uno, Hamzah B. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksana, 2007.

Yuliardi, Ricky dan Zuli Nuraeni. *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*. Yogyakarta: Innosain, 2017.

Assrory, Mohammad. "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazizaa Chicken & Pizza di Jombang". Skripsi—Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Surabaya, 2017.

Fauzi, Muchammad. "Pengaruh Faktor Rasional Dan Emosional Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Baitul Mal Wat Tamwil", *Jurnal Penelitian dan Pemikiran Ekonomi Islam*, Mei, 2010.

Hardiwinoto, "Analisis Faktor Emosional dan Faktor Rasional dalam keputusan pembiayaan perusahaan melalui Bank Syariah di Jawa Tengah", *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Terapan*, 2011.

Kartikasari, Dyah Ayu. "Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih Produk Dan Jasa Perbankan Syariah Di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tulungagung (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)". Skripsi--Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Tulungagung, 2017.

Kusuma, Lenny Amitta Wijayana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Pendidikan Akuntansi Di Universitas Negeri Semarang". Skripsi--Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2016.

Muti'ah, Niswah. "Pengaruh Motif Rasional Dan Motif Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Prodi Muamalat FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)". Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta, 2015.

Pratiwi, Vima Dwi Estining. "Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarnegara)". Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta, 2012.

Qur'aniyah, Siti. "Pengaruh Syariah Marketing Value Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Meggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2014-2017)". Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Surabaya.

Wahyuni, Dewi Urip. "Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek "Honda" di Kawasan Surabaya Barat", *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 2008.

Wigati, Sri. "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, Juni, 2011.

Wikipedia. "Skala Likert". https://id.wikipedia.org/wiki/Skala_Likert. diakses pada 3 November 2017.

Data Rektorat UIN Sunan Ampel Surabaya, diminta pada tanggal 20 Oktober 2017.

Gresnews. 2016. "Aturan Perbankan Mengenai Dana Pihak Ketiga". http://www.gresnews.com/berita/tips/1782410-aturan-perbankan-mengenai-dana-pihak-ketiga/0/. diakses pada 20 Nopember 2017.

Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan

QS. Al-Baqarah Ayat 275

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

QS. Al-Baqarah Ayat 278

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id