

**PENGARUH RELIGIUSITAS, MOTIVASI RASIONAL
DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN JASA PT. BANK SYARIAH
INDONESIA, Tbk KCP SITUBONDO A.YANI**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk menenmpuh salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Oleh :
Mita Ika Andini
NIM. E20191006

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2023**

PENGARUH RELIGIUSITAS, MOTIVASI RASIONAL

DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUTUSAN MENGUNAKAN JASA PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk KCP SITUBONDO A.YANI

SKRIPSI


diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk menenmpuh salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh :

Mita Ika Andini
NIM. E20191006

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing :



Hikmatul Hasanah, S.E.I., M.E
NUP. 201708173

**PENGARUH RELIGIUSITAS, MOTIVASI RASIONAL
DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN JASA PT. BANK SYARIAH
INDONESIA, Tbk KCP SITUBONDO A.YANI**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Jum'at

Tanggal : 09 Juni 2023

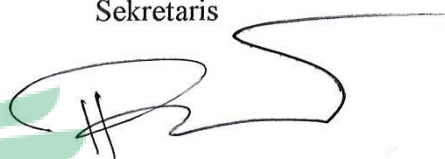
Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Dr. Khamdan Rifa'i S.E., M.Si

NIP: 196808072000031001


Rini Puji Astuti, S.Kom, M.Si

NIP: 201708174

Anggota:

1. Dr. Moh. Haris Balady, S.E., M.M ()

2. Hikmatul Hasanah S.E.I., M.E ()

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Khamdan Rifa'i S.E., M.Si

NIP: 196808072000031001

MOTTO

قَالَتْ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ أَفْتُونِي فِي أَمْرِي مَا كُنْتُ قَاطِعَةً أَمْرًا حَتَّى تَشْهَدُونِ



Artinya: Berkata Dia (Balqis): "Hai Para pembesar berilah aku pertimbangan dalam urusanku (ini) aku tidak pernah memutuskan sesuatu persoalan sebelum kamu berada dalam majelis(ku)".¹ Qs. Al Naml : 32



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Al-Qur'an, 27:32.

PERSEMBAHAN

Al-Fatihah dilantunkan saat doa-doa itu dipanjatkan dalam ucapan syukur kepada Pencipta langit dan bumi, Rahman dan Rahim, Dzat yang memberikan kedamaian hati yang telah lama mendambakan kemegahan-Nya. Sesuatu yang saya komitmenkan, bersama dengan doa, pekerjaan, dan penghargaan yang tulus:

1. Kedua Orang Tua (Bapak Arif Faisol dan Ibu Sugianti)

Dia tidak pernah berhenti berdoa dan menginspirasi orang lain untuk bersemangat belajar dan beribadah. Upaya kecil ini pasti tidak sebanding dengan pengembalian untuk semua bantuan dan kasih sayang yang tak ada habisnya. Namun, orang hanya bisa berharap bahwa itu mewakili Ta'zim Ananda.

2. Keluarga Besar dan Seluruh Kerabat (Nadhif Firjatullah, Adzim Dzikri Fathony, Ibu Siti Murtinah, Bapak Sarianto, Ibu Mistutik, Dyah Ambar Fatikasari)

Saya menghargai semua cinta, dukungan, inspirasi, dorongan, dan semangat Anda untuk membantu saya menyelesaikan artikel ilmiah ini.

3. Sahabat tercinta (Siti Zahrotul Mahnunin, Rifita Melina, Erwin, Moch. Nur Fauzi)

Terimakasih untuk tak pernah lelah memberikan semangat dan motivasi serta tak henti mengulurkan tangan sepanjang perjalanan penulisan karya ilmiah ini dan selalu siap menjadi kawan diskusi.

4. Teman-teman Perbankan Syariah 1 Angkatan 2019

Terimakasih untuk do'a, semangat, dukungan serta motivasi kalian yang telah diberikan kepada saya. Semoga apa yang kita impikan tercapai dan dapat membanggakan kedua orang tua.

5. Teman satu angkatan 2019 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalammualaikum Wr.Wb.

Semua syukur karena Allah telah menunjukkan hidayah dan kebaikannya. Tanpa kekuatan yang Engkau berikan kepada kami, Yang Maha Kuasa Pengasih dan Maha Kasih, kami tidak akan pernah dapat mengerahkan upaya ini atau bekerja sendiri untuk menyelesaikan persiapan karya tulis ilmiah ini. Nabi Muhammad SAW, pendiri Islam dan arsitek peradaban manusia, mungkin masih dihormati dengan pembacaan doa dan salam yang tulus.

Tentu saja, akan ada hambatan di jalan penulis saat dia mengerjakan tesisnya, tetapi dia akan dapat mengatasinya jika dia menerima dukungan moral dan spiritual dari berbagai sumber. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M, selaku Rektor UIN KHAS Jember.
2. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
4. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M, selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah dan selaku Dosen Penasihat Akademik (DPA).

5. Hikmatul Hasanah, S.E.I., M.E selaku dosen pembimbing skripsi yang telah mengarahkan dan membimbing proses penyelesaian skripsi.
6. Kepala Perpustakaan UIN KHAS Jember dan segenap karyawan didalamnya, yang telah membantu menyediakan literatur dan referensi yang menunjang teori-teori penelitian ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan pelayanannya.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Saya berdoa agar Allah SWT menganugerahkan kepada penulis pahala terbesar atas semua bantuannya. Penulis tesis mengantisipasi kritik dan saran untuk perbaikan karena ia sadar bahwa itu mengandung sejumlah kekurangan.

Jember, 1 Maret 2022

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Penulis

Mita Ika Andini
NIM.E20191006

ABSTRAK

Mita Ika Andini, 2023: *Pengaruh Religiusitas, Motivasi Rasional dan Emosional Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani.*

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Keputusan Pembelian

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan pertumbuhan dan eksistensi ekonomi syariah, beberapa tahun terakhir perbankan syariah di Indonesia tumbuh dengan pesat. Namun belakangan ini seluruh perbankan mengalami persaingan yang sangat ketat. PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani pun saling bersaing dengan jasa keuangannya lainnya baik bank konvensional maupun sesama bank syariah, dari berbagi jenis jasa keuangan yang ada masih banyak nasabah/konsumen yang tetap menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani. Hal ini dapat terjadi karena dari pihak nasabah memiliki motivasi rasional, emosional dan religiusitas yang tinggi sehingga tetap memutuskan untuk menggunakan jasa bank syariah. Fenomena yang terjadi pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani, yaitu dimana Bank Syariah Indonesia, terletak di Kabupaten Situbondo dan Kota Situbondo telah memproklamkan sebagai Kota Santri, sehingga hal ini mengidentifikasi bahwa masyarakat Kota Situbondo mayoritas beragama Islam dan rata-rata alumni santri, sehingga masyarakat berpegang teguh terhadap ideologis agamanya, secara rasional masyarakat muslim akan memilih bank islamic.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah apakah religiusitas, motivasi rasional dan emosional berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani

Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh religiusitas, motivasi rasional dan emosional terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani.

Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 60 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian membuktikan bahwa religiusitas, motivasi rasional dan emosional berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani.

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	13
1. Variabel Penelitian	13
2. Indikator Variabel.....	14
F. Definisi Operasional.....	25
G. Hipotesis.....	27
H. Sistematika Penulisan	29

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	31
A. Penelitian Terdahulu	31
B. Kajian Teori	38
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	50
A. Pendekatan dan Jenis penelitian.....	50
B. Populasi dan Sampel	50
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	51
D. Teknik Pengumpulan Data	52
E. Analisis Data	53
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	61
A. Gambaran Obyek Penelitian	61
B. Penyajian Data	69
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	74
D. Pembahasan	86
1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah.....	86
2. Pengaruh Motivasi Rasional Terhadap Keputusan Nasabah	89
3. Pengaruh Emosional Terhadap Keputusan Nasabah.....	91
BAB V PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No.	Uraian	Hal
2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	36
4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.2	Karakteristik Berdasarkan Umur Nasabah	70
4.3	Religiusitas (XI)	72
4.4	Motivasi Rasional (X2)	72
4.5	Emosional (X3).....	73
4.6	Keputusan Nasabah (Y).....	74
4.7	Hasil Uji Validitas	75
4.8	Hasil Uji Reabilitas.....	76
4.9	Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
4.10	Hasil Multikolonieritas	81
4.11	Hasil Uji t.....	83
4.12	Hasil Koefisien Determinansi Berganda R^2	86



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

No.	Uraian	Hal
4.1	Struktural Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Situbondo A.Yani	64
4.2	Hasil Uji Normalitas	80
4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	82



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberhasilan ekspansi dan keberlangsungan ekonomi syariah kini diukur dari kemajuan perbankan syariah di Indonesia. Perbankan syariah telah berkembang secara signifikan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan Perundang-undangan Perbankan Syariah Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008,² Untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, bank adalah usaha yang menghimpun uang dari masyarakat umum untuk ditukar dengan pinjaman atau bentuk pembayaran lainnya. Sebaliknya, bank yang menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip syariah disebut bank syariah. Adanya kesepakatan atau persetujuan antara pimpinan bank dengan nasabah pada bank syariah berdasarkan hukum Islam.³

Masyarakat umum biasanya cukup tertarik dengan perbankan, baik perekonomian berjalan baik maupun tidak. Hal ini disebabkan sulitnya menghindari lembaga perbankan di masyarakat saat ini. Bank adalah entitas yang beroperasi sebagai perantara dalam sistem keuangan antara mereka yang memiliki uang cadangan dan mereka yang tidak. Dengan demikian, sektor perbankan memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi, khususnya dalam pendanaan kegiatan keuangan.⁴ Pada masa Rasulullah SAW, pembiayaan yang dilakukan dengan akad yang sesuai dengan hukum syariah telah menjadi kebiasaan umat Islam. Sejak zaman Rasulullah SAW,

² Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.

³ Kasmir. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2016)

⁴ Diana Yumanita Ascarya, *Bank Syariah: Gambaran Umum*, (Indonesia: PPSK BI, 2005),

kebiasaan termasuk menerima simpanan, meminjamkan uang untuk penggunaan pribadi dan profesional, dan mentransfer uang telah tersebar luas.⁵

UU Perbankan No 7 Tahun 1992 disahkan pada tahun 1992. Saat itu belum disebut sebagai bank syariah, dan masih disebut sebagai bank yang menggunakan konsep bagi hasil hingga saat ini. Setelah pengesahan undang-undang ini, Bank Muamalat Indonesia, bank syariah pertama nasional, didirikan (BMI). Beberapa Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) juga terbentuk di pelosok tanah air setelah berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI). PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani menjadi subjek penelitian ini.

Pemerintah kemudian mengubah undang-undang yang menjadi landasan operasional perbankan syariah pertama kali dengan menerbitkan UU No. 10 Tahun 1998 sebagai modifikasi dari UU No. 7 Tahun 1992, seiring dengan prospek menarik bank syariah di Indonesia. Kerangka hukum dan kategori perusahaan yang dapat didirikan dan dilaksanakan diatur lebih khusus dengan undang-undang. Perundang-undangan tersebut juga mengatur bagaimana normalnya bank mendirikan cabang syariah atau bahkan bertransformasi menjadi bank syariah. Di sisi lain, meskipun aturan ini tidak jelas dan tidak memperhitungkan cara-cara di mana perbankan syariah beroperasi, pangsa pasarnya berkembang dengan cepat. Alhasil, pada 16 Juli 2008, pemerintah mengesahkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008

⁵ Karim, Adiwarman A. *“Bank Islam: Analisa Fiqih dan Keuangan”*, (Karismaputrautama offset, 2004)

tentang Perbankan Syariah yang secara tegas mengatur perbankan syariah. Sektor perbankan syariah di Indonesia sangat percaya dengan undang-undang ini, yang akan membantunya beroperasi lebih baik dan mengungguli pesaing.

Berkembangnya jaringan kantor perbankan syariah dalam beberapa tahun terakhir merupakan indikasi pesatnya ekspansi perbankan syariah di Indonesia. Tahun 2009 hingga 2015 mengalami peningkatan hingga 100%. Di Indonesia, hanya ada 6 BUS pada tahun 2009; pada tahun 2015, terdapat 12 BUS, dengan pertumbuhan yang cukup besar juga terlihat di UUS dan BPRS, termasuk Bank Jatim Syariah.⁶

Warga Negara Indonesia merupakan masyarakat mayoritas muslim, dengan asumsi bahwa masyarakat Indonesia akan lebih banyak yang menggunakan jasa perbankan syariah, namun realitanya masyarakat Indonesia masih banyak yang memilih jasa perbankan dari Bank konvensional seperti, BCA, BRI dan lain lain, dibuktikan dengan nasabah bank Konvensional lebih dominan dari pada Bank Syariah, menurut data statistik OJK terdapat 489,1 juta rekening nasabah bank konvensional di seluruh Indonesia⁷. Kota Situbondo merupakan kota yang memproklamirkan kota santri, sehingga hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian, dengan tujuan untuk mengetahui apakah mayoritas masyarakat kota Situbondo memilih Bank Syariah atau sama halnya seperti masyarakat lain yang pada umumnya masih memilih Bank konvensional.

⁶ www.ojk.go.id, 2016 diakses pada tanggal 05 November 2022

⁷ <https://www.ojk.go.id/> diakses pada November-2022

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani terdiri dari bank pembiayaan syariah, bank umum syariah, dan unit usaha syariah. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor Menurut Pasal 21 Undang-Undang Perbankan Tahun 2008, bank syariah adalah bank yang menjalankan usahanya sesuai dengan hukum syariah. Contoh praktik tersebut antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan nasabah (musyarakah), pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli barang untuk mendapatkan keuntungan yang adil (murabahah). dan pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah).⁸

Perilaku konsumen mengacu pada tindakan yang dilakukan pelanggan ketika mencari, membeli, menggunakan, menilai, dan mengabaikan barang atau jasa yang seharusnya menyenangkan mereka untuk memenuhi kebutuhan mereka.⁹ Ketika orang memilih untuk membeli barang atau jasa, itu adalah salah satu contoh perilaku konsumen. "Keputusan adalah pilihan tindakan di antara dua atau lebih kemungkinan alternatif," kata Schiffman dan Kanuk. Ini menyiratkan bahwa ada beberapa opsi yang tersedia bagi seseorang saat membuat keputusan, seperti membeli atau membatalkan proyek".¹⁰ Ini menunjukkan bahwa ada banyak pilihan yang tersedia bagi seseorang saat membuat keputusan, seperti membeli atau menolak proyek. Itulah yang dijamin Kotler dan Keller "pembeli membuat tujuan untuk mengamankan

⁸ Ismail. *Perbankan Syariah*. (Prenada Media: Jakarta, 2011)

⁹ Tjiptono, Fandi. *Service, Quality & Satisfaction*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014) Edisi 3

¹⁰ Schiffman dan Kanuk. *Perilaku Konsumen*. (Jakarta . PT .Indeks, 2007). edisi 2

merek yang paling disukai" sambil mengejar pilihan pembelian.¹¹ Menurut Kotler dan Armstrong "Istilah "perilaku pembeli konsumen" mengacu pada tindakan yang diambil oleh konsumen akhir—individu dan rumah tangga yang melakukan pembelian barang dan jasa untuk mereka gunakan sendiri",¹² Konsep ini dapat diartikan bahwa perilaku pembelian akhir pelanggan, termasuk pembelian produk dan layanan individu dan keluarga untuk konsumsi pribadi, disebut sebagai perilaku pilihan pembelian. Kesimpulan yang dapat diambil dari pemikiran tersebut adalah bahwa perilaku konsumen dalam membeli barang atau jasa merupakan keputusan pembelian. Tentu saja, keputusan dapat berubah dan terjadi sebagai akibat dari beberapa sebab.

Faktor pertama religiusitas, religiusitas adalah seberapa banyak yang diketahui tentang suatu agama, seberapa kuat diyakini, bagaimana praktiknya dilakukan, dan seberapa dalam dikagumi. Rahmat mendefinisikan religiusitas sebagai kenikmatan beragama seseorang, yang meliputi simbol, keyakinan, nilai, dan perilaku yang bermotivasi spiritual. Keteguhan keyakinan agama seseorang sebagai aspek kognitif, sentimen keagamaan sebagai faktor emosional, dan perilaku keagamaan sebagai unsur psikomotor merupakan religiusitas.¹³ Istilah "religiusitas" digunakan untuk menggambarkan komitmen keagamaan seseorang (Religious Commitment). Glock mendefinisikan komitmen beragama sebagai sarana atau alasan bagi

¹¹ Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Terjemahan Bob Sabran, MM.* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009). Jilid 1, edisi 13

¹² Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *prinsip prinsip pemasaran.* (Jakarta. Erlangga, 2012) Edisi 13. Jilid 1

¹³ Astogini, Dwiwiyati. Wahyudin.,Wulandari dan Siti Zulaikha."Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal", (Purwokerto : 2011)

seseorang untuk menjalankan agamanya dan keterikatan pada agamanya.¹⁴ Akibatnya, tingkat internalisasi agama seseorang dapat diukur dari seberapa besar mereka menghargai nilai-nilai, syariah, dan keyakinan agama mereka. Nasabah Bank BSI mungkin sangat ideologis atau membutuhkan agar setiap keputusan dibuat sesuai dengan syariah, dalam hal ini mereka mungkin beragama. Dengan demikian, mereka dapat terus memanfaatkan layanan keuangan dari Bank BSI.

Menurut Schiffman dan Kanuk, aspek kedua adalah motivasi rasional. Kata rasionalitas dalam istilah pemasaran menunjukkan bahwa pembeli memilih tujuan berdasarkan kriteria yang benar-benar objektif, seperti ukuran, berat, harga, dan sebagainya.¹⁵ Saat memilih suatu produk, faktor rasional akan diperhitungkan melalui pemikiran dan pertimbangan yang matang sebelum membeli. Konsumen cenderung sangat senang dengan barang-barang ini.¹⁶ Menurut Assauri, motif pembelian yang rasional adalah motif yang dilatarbelakangi oleh faktor-faktor yang masuk akal, seperti fakta bahwa barang tersebut lebih murah, akan bertahan lebih lama, berkualitas tinggi, atau berada di tempat yang tepat.¹⁷ Pelanggan PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani termotivasi secara rasional ketika mereka bernalar secara logis tentang pengalaman yang mereka miliki di

¹⁴ Sari, Yunita dkk. *religiusitas pada hijabers community bandung. prosiding seminar nasional penelitian dan PKM*; (Sosial Ekonomi dan Humaniora, 2012)

¹⁵ Schiffman & Kanuk. *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Prentice Hall, 2004) edisi 7

¹⁶ Setiadi, Edy. "Jumlah Rekening Bank Syariah Masih Minim" <http://bisnis.liputan6.com/read/2019035/jumlah-rekening-bank-syariah-masih-minim>

¹⁷ Assauri, Sofjan, "Manajemen Pemasaran dasar, Konsep dan strategi", (Jakarta, Rajawali Pers, 2013), 128

lapangan dan percaya bahwa memanfaatkan jasa PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani adalah langkah terbaik.

Faktor ketiga yaitu emosional, Istilah emosi yang berasal dari bahasa latin *emovere* yang artinya pergi. Definisi kata ini menunjukkan bahwa dorongan emosional mutlak untuk bertindak tersirat. Goleman mendefinisikan emosi sebagai perasaan atau konsep yang unik, kondisi psikologis atau biologis, dan kumpulan kecenderungan untuk bertindak.¹⁸ Pada dasarnya, dorongan untuk bertindak adalah emosi. Emosi seringkali merupakan respons terhadap peristiwa internal dan eksternal. Misalnya, perasaan positif memicu perubahan suasana hati yang secara fisik tampak seperti tawa, sedangkan emosi sedih memicu tangisan. Istilah "emosi" mengacu pada berbagai macam kecenderungan bertindak serta perasaan dan pikiran yang biasa.¹⁹ Emosional yang terjadi pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani adalah kesadaran diri dari nasabah dan juga motivasi yang terjadi karena dorongan teman atau keluarga sehingga memutuskan untuk menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti berasumsi bahwa keputusan seseorang untuk menggunakan layanan perbankan syariah dipengaruhi oleh tiga faktor utama. Pertama; faktor agama. Loo menjelaskan bahwa umat Islam umumnya mendukung perbankan syariah terutama karena keyakinan agama mereka, sehingga tingkat kelayakan perbankan syariah tidak dapat

¹⁸ Goleman, Daniel. *Kecerdasan Emosional Untuk Mencapai Puncak Prestasi*. (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka, 2002)

¹⁹ Uno, B. Hamzah. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. (Jakarta : Bumi Aksara, 2012)

mengukur pengetahuan tentang hal itu secara akurat.²⁰ Hal ini mengindikasikan bahwa religiusitas seseorang akan dapat mempengaruhi keputusannya untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Jika dibandingkan dengan pilihan perbankan konvensional, seseorang dengan tingkat religiusitas yang tinggi lebih cenderung menggunakan produk pembiayaan bank syariah. Kedua faktor motivasi rasional, faktor tersebut lebih mengarah pada nasabah berfikir menggunakan rasionalnya, dimana nasabah berfikir didasarkan pada kriteria yang betul-betul obyektif. Ketiga, Dari dua perspektif, pandangan nasabah dalam menentukan apakah akan menyimpan uang di bank atau tidak lebih cenderung dipengaruhi oleh pertimbangan emosional. Yang pertama adalah dari sudut pandang di sini dan saat ini, ketika seseorang masih hidup, dan yang kedua adalah dari sudut pandang kematian dan kehidupan setelah kematian, hingga waktu di mana individu akan dimintai pertanggungjawaban atas perbuatan baik dan buruk yang mereka lakukan selama mereka masih hidup.

Kasmir memaparkan berbagai produk yang ditawarkan bank tradisional kepada masyarakat luas, seperti tabungan, giro, dan deposito.²¹ Dalam bentuk kredit berupa kredit investasi, kredit modal kerja, kredit produktif, dan kredit perdagangan jasa-jasa lainnya seperti, transfer, kliring, inkaso, letter of credit, bank garansi, bank card, and safe deposi box. Dengan demikian, nasabah bank harus terus berdedikasi untuk menegakkan cita-cita

²⁰ Loo, M. *Attitudes and Perceptions Towards Islamic Banking Among Muslims and Non-Muslim in Malaysia: Implications for Marketing to Baby Boomers and X-Generation*. (International Journal of Arts and Sciences, 2010), 3(13): 453-485

²¹ Kasmir. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. (PT Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2017)

yang dimilikinya sambil bekerja meningkatkan berbagai barang lainnya agar dapat bertahan dan berkembang. Menurut studi Ashfaq, Kashifurrehman, dan Saif pada klien bank syariah dan konvensional di Pakistan, kedua jenis bank tersebut mampu menumbuhkan klien mereka dengan memberikan layanan berkualitas tinggi dan kepuasan pelanggan.²²

Peneliti tertarik pada Bank Syariah Indonesia karena nasabahnya membuat keputusan yang tidak proporsional untuk menggunakan layanan mereka dibandingkan dengan bank lain, terutama di wilayah Situbondo. Bank yang beroperasi sesuai dengan hukum syariah dikenal sebagai bank syariah. Bank-bank ini terbagi dalam dua kategori: bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Nasabah Bank Syariah Indonesia memanfaatkan layanan keuangan dan tabungan yang disediakan bank syariah kepada nasabahnya.

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani yang terletak di Jl. Ahmad Yani, Parse, Dawuhan, Kec. Situbondo, Kab. Situbondo, pun saling bersaing dengan jasa keuangannya lain diantaranya Bank Jatim Syariah, Bank Muamalat dan Bank Konvensional, dari berbagai jenis jasa keuangan yang ada masih banyak nasabah/konsumen yang tetap menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani. Hal ini dapat terjadi ketika nasabah tetap memilih untuk menggunakan jasa bank syariah meskipun memiliki motivasi emosional, logis, dan religius yang kuat. Fenomena di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani,

²² Ashfaq, S. Kashifurrehman & Saif, M.I. . *Islamic Banking Experience of Pakistan: Comparison Between Islamic and Conventional Banks*. (International Journal of Business and Managements, 2010). 5(2), 137-143

khususnya dimana Bank Syariah Indonesia berada di Kabupaten Situbondo dan Kota Situbondo telah mendeklarasikannya sebagai Kota Santri, menandakan bahwa mayoritas penduduk Kota Situbondo beragama Islam dan rata-rata alumni mahasiswa menganut ideologi agama mereka. Logikanya, umat Islam akan memilih bank syariah, dan para peneliti percaya ini adalah alasan utama fenomena ini.

Menurut riset Fadhilatul Hasanah, keputusan nasabah terhadap produk tabungan lembaga keuangan syariah dipengaruhi oleh faktor emosional dan rasional,²³ sedangkan pada penelitian ini akan dilakukan dengan memfokuskan pada seluruh jasa yang diberikan pada Bank Syariah. Menurut penelitian Judono, pandangan petani terhadap adopsi bank syariah sangat dipengaruhi oleh pemahaman rasional mereka terhadap pembiayaan syariah dan tingkat keimanan mereka secara bersamaan.²⁴ Penelitian Imtihan yang mengklaim bahwa religiusitas, murabahah, dan transaksi emosional memiliki pengaruh simultan yang besar terhadap pilihan untuk menggunakan layanan perbankan syariah, merupakan sumber bukti lain untuk pernyataan ini.²⁵ Kedua penelitian terdahulu dihasilkan dengan melihat hasil pengaruh secara simultan, sedangkan penelitian ini berfokus pada pengaruh secara parsial saja

²³ Fadhilatul Hasanah, "Pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa universitas muhammadiyah Palembang pada bank syariah," *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis* 4, no. 1 (2019): 485-495.

²⁴ B.Judono. Hubungan religiusitas petani dan pemahaman rasional pembiayaan syariah dengan sikap petani dalam memilih bank syariah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, no. 4 (2016):258-267.

²⁵ Imtihan, Imtihan, "Pengaruh Religiusitas, Transaksi Murabahah Dan Emosional Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Dosen UNU Sumatera Barat)," *Perbanas Journal Of Islamic Economics & Business* 2, no. 1 (2022): 91-100.

atau secara individu. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk membahas tentang

“Pengaruh Religiusitas, Motivasi Rasional dan Emosional Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditetapkan di atas, maka dapat ditetapkan fokus penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani?
2. Apakah motivasi rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani ?
3. Apakah emosional berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani?

C. Tujuan Penelitian

Gambaran tentang arah ke mana penelitian akan dilakukan dikenal sebagai tujuan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh religiusitas terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani.

2. Menguji dan menganalisis pengaruh motivasi rasional terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A.Yani.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh emosional terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A.Yani.

D. Manfaat Penelitian

Apa yang akan dikontribusikan ketika penelitian selesai dimasukkan dalam manfaat penelitian. Kegunaan dapat berupa penggunaan teoretis dan praktis, termasuk penggunaan oleh penulis, agensi, dan masyarakat pada umumnya. Berikut beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini::

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi, khususnya dalam hal kegiatan perbankan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan suatu media untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan terkait religiusitas, motivasi rasional, emosional dan keputusan penggunaan jasa.

b. Bagi Masyarakat

Sebagai suatu informasi mengenai faktor-faktor yang dapat

mempengaruhi keputusan penggunaan jasa perbankan.

c. Bagi UIN Khas Jember

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur bagi Lembaga UIN KHAS Jember dan mahasiswa.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah jenis objek kegiatan yang dipilih peneliti untuk diselidiki, dianalisis, dan ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono variabel penelitian adalah atribut atau ciri orang, benda, atau kegiatan yang dipilih peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel bebas dan variabel terikat merupakan dua jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) keduanya sama:

a. Variabel bebas adalah yang memiliki pengaruh terhadap variabel terikat yakni faktor yang menyebabkan perubahan pada variabel terikat. Berikut adalah variabel dalam penelitian ini:

- 1) Religiusitas (X1)
- 2) Motivasi rasional (X2)
- 3) Emosional (X3)

b. Variabel *dependent* (terikat) adalah Variabel yang memperoleh hasil sebagai konsekuensi dari pengaruh variabel bebas (bebas), disebut juga sebagai variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas Variabel

terikat dalam penelitian adalah pilihan konsumen dalam menggunakan.²⁶

2. Indikator Variabel

a. Religiusitas (X1)

Religiusitas adalah seberapa banyak yang diketahui tentang suatu agama, seberapa kuat diyakini, bagaimana praktiknya dilakukan, dan seberapa dalam dikagumi.²⁷ Kaitannya religiusitas dengan keputusan menggunakan jasa bank syariah dijelaskan oleh penelitian yang menyatakan bahwa religiusitas mempengaruhi keputusan menggunakan bank syariah. Religiusitas mempengaruhi cara pandang dan perilaku konsumen, karena baik buruknya dalam menerapkan nilai-nilai keislaman itu mempunyai pengaruh yang besar dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa bank syariah. Pengaruh religiusitas adalah searah dengan keputusan memilih bank syariah atau dengan kata lain religiusitas yang baik atau tinggi akan berpengaruh terhadap semakin tinggi masyarakat dalam mengambil keputusan memilih bank syariah, demikian sebaliknya bila religiusitas rendah/buruk maka keputusan memilih bank syariah juga akan rendah.²⁸ Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas mempunyai peranan yang penting dalam mempengaruhi keputusan untuk menggunakan bank syariah. Indikator religiusitas adalah:

²⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, 2019)

²⁷ Reza, Iredho Gramedia. Fani, *Hubungan Antara Religiusitas Dengan Moralitas Pada Remaja Di Madrasah Aliyah*, (Jakarta : 2013)

²⁸ Toifiqoturohmaniah, Analisis Pengetahuan Dan Tingkat Religiusitas Masyarakat Pada Produk Dan Jasa Bank Syariah, *Artikel Ilmiah Syech Nurjati Cirebon* (2016), 11

- 1) Keyakinan atau ideologis adalah kumpulan gagasan-gagasan, ide-ide, keyakinan-keyakinan yang menyeluruh dan sistematis serta menyangkut berbagai bidang. Kaitan keyakinan dengan keputusan menggunakan jasa bank syariah dijelaskan oleh penelitian yang menyatakan bahwa keyakinan dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bank syariah. Keyakinan konsumen terhadap agama dan keyakinan konsumen bahwa bank syariah sudah melakukan sistem perbankan yang sesuai dengan ajaran agama yang dianut, merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk menggunakan jasa bank syariah.²⁹ Penelitian yang akan dilakukan mengadopsi menggunakan indikator keyakinan yaitu keyakinan terhadap agama dan bank syariah dimana bank syariah sudah sesuai dengan syariat agama Islam.
- 2) Pengalaman atau eksperinsia adalah sesuatu yang pernah dialami, dialami maupun dirasakan, baik sudah lama maupun yang baru saja terjadi. Kaitan pengalaman dengan keputusan menggunakan jasa bank syariah dijelaskan oleh penelitian yang menyatakan bahwa pengalaman dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bank syariah. Pengalaman konsumen yaitu konsumen merasakan kepuasan setelah menggunakan jasa bank syariah karena sistem ekonomi yang dijalankan bank syariah

²⁹ Dewi Sartika, Ali Mubarak dan Indari Larasati, Hubungan antara “Religious Commitment” dengan Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah pada Dosen Unisba, Prosiding SNaPP2011: Sosial, Ekonomi, dan Humaniora (2016), 445

yang sesuai dengan ajaran agamanya dan konsumen juga mengetahui tentang keunggulan yang dimiliki bank syariah bila dibandingkan bank lain.³⁰ Penelitian yang akan dilakukan mengadopsi indikator pengalaman yaitu konsumen merasa puas setelah menggunakan jasa bank syariah karena sistem ekonomi yang dijalankan bank syariah sesuai dengan agama dan bank syariah memiliki keunggulan dibandingkan bank lain.

- 3) Pengetahuan Agama atau Intelektual adalah seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran yang dianut dengan pengetahuan yang didapat. Kaitan pengetahuan agama dengan keputusan dalam menggunakan bank syariah dijelaskan oleh penelitian yang menyatakan bahwa pengetahuan agama mempengaruhi keputusan dalam menggunakan bank syariah. Pengetahuan atau informasi agama tentang perbankan bisa didapat dari orang lain, saudara, keluarga, media cetak, media elektronik, dan lain-lain. Pengetahuan dapat juga berupa kelemahan maupun kelebihan produk, pelayanan, fasilitas, dan sebagainya yang dapat menjelaskan tentang perbankan. Pengetahuan tentang informasi bank yang diterima sama halnya dengan pengetahuan agama yang ada di Al-Qur'an dan sesuai dengan norma-norma Islam dalam bertransaksi³¹. Penelitian yang

³⁰ Dewi Sartika, Ali Mubarak dan Indari Larasati, "Hubungan antara", 446

³¹ Alfi Mulikha Lestari, "Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa

akan dilakukan mengadopsi indikator pengetahuan agama yaitu konsumen mengetahui system yang dijalankan bank syariah sesuai dengan syariat dan norma Islam dalam bertransaksi.

- 4) Konsekuensi atau Pengamalan adalah akibat dari suatu perbuatan atau pendirian, sehingga adanya pengalaman yang didapat setelah mendapatkan apa yang sudah dikerjakan.³² Kaitannya konsekuensi dengan keputusan menggunakan jasa bank syariah dijelaskan oleh penelitian yang menyatakan konsekuensi mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa bank syariah. Konsumen memahami bahwa dengan menggunakan bank syariah artinya sistem ekonomi yang dijalankan bank syariah sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan dalam hal ini adalah harapan menjalankan ekonomi yang terbebas dari riba³³. Penelitian yang akan dilakukan mengadopsi indicator konsekuensi yaitu konsumen memahami konsekuensi dengan menggunakan jasa bank syariah yaitu terbebas dari riba yang sesuai dengan ajaran agama yang dianut.

b. Motivasi rasional (X2)

Menurut Schiffman dan Kanuk, pelanggan memilih target berdasarkan kriteria yang benar-benar objektif, seperti ukuran, berat,

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang”, Jurnal Imiah Mahasiswa FEB Vol 3 No 1 (2011), 10

³² Gibson. *Religiusitas Culture*. (Jakarta. Erlangga, 2010)

³³ Dewi Sartika, Ali Mubarak dan Indari Larasati, “Hubungan antara”, 446

harga, dan sebagainya, dalam konteks pemasaran.³⁴ Kaitan motivasi rasional dengan keputusan menggunakan jasa bank syariah dijelaskan penelitian yang mengemukakan bahwa rasional mempengaruhi keputusan menggunakan jasa bank syariah. Semakin masuk akal motivasinya, maka responden akan semakin menentukan untuk menggunakan bank syariah untuk menabung dan begitu pula sebaliknya.³⁵ Indikator dari motivasi rasional adalah :

- 1) Peluang untuk investasi (Peluang untuk melakukan investasi lebih banyak) adalah keputusan investasi pada bank syariah yang dipilih oleh konsumen. Kaitan peluang investasi dengan keputusan menggunakan bank syariah dijelaskan oleh penelitian yang menyatakan bahwa produk yang tersedia pada bank syariah berpengaruh positif terhadap pemilihan bank syariah. Nasabah melakukan investasi di bank syariah menurut jenis investasi, perhitungan dan pembagian resiko dalam pembiayaan usaha. Beragam produk yang dimiliki memudahkan nasabah dalam menggunakan jasa sesuai dengan kebutuhannya seperti tabungan haji muda dapat dijadikan investasi panjang dan sarana beribadah.³⁶ Penelitian yang akan dilakukan mengadopsi indikator peluang investasi dalam menggunakan jasa bank syariah yaitu

³⁴ Schiffman & Kanuk. *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Prentice Hall, 2004) edisi 7

³⁵ Dina Fadilah, Rizal Agus Nasution dan ismi Affandi. Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Dan Motif Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Bisnis Ekonomi Halal* Vol 3 No 2 (2022), 108

³⁶ Ihdina Shofia Amelia dan Agus Mahfus Fauzi. Pilihan rasional Masyarakat Lamongan dalam memilih Bank Syariah. *Jurnal Sosial dan Keagamaan*, Vol 10 No 1 (2021), 97

produk bank syariah yang dipilih dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah.

- 2) Kegunaan dan efisiensi (*Usability and efficiency in operation*) adalah kemudahan dalam mengakses layanan dan fasilitas bank syariah. Kaitannya kegunaan dan efisiensi dengan keputusan dalam menggunakan jasa bank syariah dijelaskan oleh penelitian yang mengemukakan bahwa kegunaan dan efisiensi dapat dilihat dari adanya kemudahan dalam menggunakan layanan bank syariah berpengaruh positif dalam keputusan memilih bank syariah. Kemampuan untuk memberikan pelayanan kemudahan tanpa harus menggunakan tenaga dan pikiran ketika menggunakannya sesuai dengan yang telah dijanjikan, yaitu dengan cepat, akurat, memuaskan, serta sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kemudahan tersebut adanya fasilitas m-banking untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi dimanapun.³⁷ Penelitian ini mengadopsi indikator kegunaan dan efisiensi dalam menggunakan jasa bank syariah yaitu kemudahan adanya fasilitas m-banking untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi dimanapun.
- 3) Keandalan dalam kualitas dan penggunaan (*Dependability in quality and use*) adalah kemampuan diri untuk menerima pelayanan sesuai yang dijanjikan. Kaitan keandalan dalam

³⁷ Ihdina Shofia Amelia dan Agus Mahfus Fauzi. Pilihan rasional, 98

kualitas dan penggunaan dengan keputusan dalam menggunakan jasa bank syariah dijelaskan oleh penelitian yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bank syariah. Kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi nasabah untuk memilih menggunakan jasa bank syariah. Nasabah akan memilih bank syariah jika bank syariah memberikan kualitas pelayanan yang baik dan jasa pelayanan yang memiliki kesan baik.³⁸ Penelitian yang akan dilakukan mengadopsi indikator keandalan dalam kualitas dan penggunaan jasa bank syariah yaitu kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah sangat baik

- 4) Nilai tambah ekonomi adalah ukuran nilai tambah ekonomis yang dihasilkan diri sebagai akibat dari aktifitas atau strategi. Kaitan nilai tambah dengan keputusan dalam menggunakan jasa bank syariah dijelaskan oleh penelitian yang mengemukakan bahwa ada pengaruh positif nilai tambah terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah. Nasabah ingin mendapatkan keuntungan nilai tambah dalam menggunakan bank syariah. Nilai tambah yang diberikan yaitu memberikan sistem bagi hasil disesuaikan dengan pendapatan dan keuntungan berdasarkan nisbah.³⁹ Penelitian ini

³⁸ Hardiwinoto, Perilaku Rasional Para Manajer dalam Pengambilan Keputusan Pembiayaan melalui Bank Syariah. *Maksimum*. Vol 1 no 2 (2011), 93

³⁹ R. Ery Wibowo, Pemahaman Rasional Pembiayaan Syariah, Religiusitas, Primordialismepengusaha Dan Pengaruhnya Terhadap Sikap Pengusaha Dalam Memilihpembiayaan Di Bank Syariah, *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Volume 19, Nomor 1 (2015), 47

mengadopsi indikator nilai tambah yaitu konsumen yang menggunakan jasa bank syariah mendapatkan bagi hasil.

c. Emosional (X3)

Menurut Goleman emosi (emosional) mengacu pada sensasi atau pemikiran yang khas, kondisi biologis atau psikologis, atau kumpulan kecenderungan untuk bertindak.⁴⁰ Kaitan emosional dengan keputusan dalam menggunakan jasa bank syariah dijelaskan oleh penelitian yang menyatakan bahwa emosional mempengaruhi secara positif terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah. Emosional seseorang dapat mempengaruhi keputusan orang tersebut dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Emosional yang dimiliki oleh seseorang dapat dilihat dari ketertarikan seseorang terhadap produk perbankan⁴¹.

Indikator dari emosional adalah :

- 1) *Self Awareness* / Kesadaran Diri adalah kemampuan individu untuk bisa mengidentifikasi dan memahami dirinya secara utuh, baik dari sifat, karakter, emosi, perasaan, pikiran dan cara adaptasi dengan lingkungan. Kaitan kesadaran diri dengan keputusan menggunakan jasa bank syariah dijelaskan oleh penelitian yang mengemukakan bahwa kesadaran diri nasabah bank Syariah mempengaruhi keputusan dalam menggunakan bank BSI. Responden memiliki kesadaran diri yang tinggi dalam

⁴⁰ Goleman, Daniel. *Kecerdasan Emosional Untuk Mencapai Puncak Prestasi*. Alih bahasa : Alex Tri Kantjono Widodo. (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka, 2002)

⁴¹ Imtihan, Pengaruh Religiusitas, Transaksi Murabahah Dan Emosional Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Dosen Unu Sumatera Barat), *Perbanas Journal of Islamic Economics & Business*, Vol. 2, No. 1 (2022), 98.

menggunakan bank syariah karena masalah riba merupakan kasus yang sangat berat dalam Islam.⁴² Penelitian ini mengadopsi indikator kesadaran diri yaitu nasabah memiliki kesadaran bahwa system bank syariah sesuai dengan aturan agama yaitu terbebas dari riba.

- 2) *Self Management* / Pengaturan Diri adalah usaha yang sistematis dalam mengarahkan tindakan, pikiran, dan perasaan guna mencapai suatu tujuan. Kaitan *self management* dengan keputusan menggunakan jasa bank syariah dijelaskan oleh penelitian yang mengemukakan bahwa *self management* mempengaruhi keputusan menggunakan bank syariah. Responden benar-benar belajar dan memahami tentang bagaimana Islam begitu memerangi riba maka, secara otomatis responden akan menghindari dirinya sendiri atau menjauhkan diri dari transaksi di perbankan konvensional. Untuk mematuhi apa yang diperintahkan dan dilarang oleh Tuhan dengan menggunakan produk tabungan di perbankan syariah.⁴³ Penelitian yang akan dilakukan mengadopsi indikator *self management* yaitu nasabah dalam menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia, KCP Situbondo memiliki pengaturan diri yaitu nasabah ingin menjauhi riba dengan menggunakan jasa Bank BSI merupakan tujuan yang diatur sedari awal.

⁴² Hisyam Armana Linggawijaya, Student Perceptions Of Savings Products In Sharia Banking, Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP). VOL. 02, No. 03, (2019), 399

⁴³ Hisyam Armana Linggawijaya, Student Perceptions Of Savings, 399

- 3) *Motivation*/ Motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai-nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai hal yang spesifik sesuai tujuan individu. Kaitan motivasi dengan keputusan menggunakan jasa bank syariah dijelaskan oleh penelitian yang mengemukakan bahwa motivasi mempengaruhi keputusan menggunakan jasa bank syariah. Motivasi juga dapat diartikan sebagai suatu daya pendorong (*driving force*) yang menyebabkan orang berbuat sesuatu atau yang diperbuat karena takut akan sesuatu. Penelitian menunjukkan lingkungan berpegang teguh pada Islam dimana banyak responden yang menggunakan produk di perbankan syariah baik dari keluarga dan lingkungan belajar mempengaruhi responden untuk menggunakan bank syariah. Selain itu, adanya pemahaman bahwa Islam tidak memperbolehkan riba juga mempengaruhi responden menggunakan bank syariah.⁴⁴ Penelitian ini mengadopsi indikator motivasi yaitu nasabah menggunakan jasa bank syariah karena lingkungan sekitar nasabah memegang teguh pada syariat Islam yang tidak memperbolehkan riba.
- 4) *Social Awarness* / Empati adalah kesadaran mental yang membuat seseorang merasa atau mengidentifikasi dirinya dalam keadaan perasaan atau pikiran yang sama dengan orang atau hal lain. Kaitan empati dengan keputusan menggunakan bank syariah dijelaskan oleh penelitian yang mengemukakan bahwa empati

⁴⁴ Hisyam Armana Linggawijaya, Student Perceptions Of Savings, 399

mempengaruhi nasabah dalam keputusan menggunakan bank syariah. Responden yang menerima informasi dan pengetahuan tentang produk di perbankan syariah melalui keluarga dan lingkungan sekitar yang telah menggunakan produk di perbankan syariah sejak awal dan responden cenderung mengikuti langkah tersebut karena memiliki pendirian yang sama⁴⁵. Penelitian yang akan dilakukan mengadopsi indikator empati yaitu nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah karena pengalaman dari keluarga dan lingkungan sekitar nasabah yang telah menggunakan bank syariah.

d. Keputusan Nasabah

Keputusan untuk membeli/menggunakan produk atau jasa. “Keputusan adalah pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif,” kata Schiffman dan Kanuk.⁴⁶ Artinya Ketika seseorang memutuskan, mereka memiliki sejumlah pilihan, termasuk apakah akan membeli sesuatu atau tidak serta proyek mana yang akan dipilih. Kotler dan Keller menyatakan bahwa "konsumen menetapkan niat untuk memperoleh merek yang paling diinginkan saat membuat keputusan pembelian atau penggunaan".⁴⁷ Indikator dari keputusan nasabah yaitu :

⁴⁵ Hisyam Armana Linggawijaya, Student Perceptions Of Savings, 399

⁴⁶ Schiffman dan Kanuk. *Perilaku Konsumen*. (Jakarta . PT .Indeks, 2007) edisi 2

⁴⁷ Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009) Jilid 1, edisi 13

- 1) Kemantapan dalam menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia, KCP Situbondo setelah mengetahui informasi produk jasa Bank.
- 2) Memutuskan untuk menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia, KCP Situbondo yaitu karena *brand* yang disukai.
- 3) Menggunakan jasa dalam Syariah Indonesia KCP Situbondo karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
- 4) Menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia KCP Situbondo karena mendapat rekomendasi dari orang lain.⁴⁸

F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah rumusan masalah yang didasarkan pada indikator variabel, maka digunakan definisi yang menjadi landasan pengukuran empiris variabel penelitian. Variabel penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yang berbeda sesuai dengan gagasan penelitian, yaitu variabel *independent* (bebas) X dan variabel *dependent* (terikat) Y. Variabel *independent* dari penelitian ini adalah

1. Religiusitas

Seberapa banyak yang diketahui tentang suatu agama, seberapa kuat diyakini, bagaimana praktiknya dilakukan, dan seberapa dalam dikagumi.⁴⁹ Penghayatan keberagaman masyarakat Situbondo yang meliputi simbol-simbol, keyakinan, nilai-nilai, dan perilaku yang bermotivasi spiritual, juga dapat dilihat sebagai definisi religiusitas.

⁴⁸ Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *prinsip prinsip pemasaran*. (Jakarta. Erlangga, 2012) Edisi 13. Jilid 1

⁴⁹ Reza,Iredho Gramedia.Fani, *Hubungan Antara Religiusitas Dengan Moralitas Pada Remaja Di Madrasah Aliyah*, (Jakarta : 2013)

Pelanggan PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani cenderung religius; khususnya penduduk muslim Situbondo dan lulusan santri serta mayoritas beragama Islam, sehingga mereka menggunakan layanan Bank Syari'ah sesuai dengan keyakinan agama mereka.

2. Motivasi rasional

Gagasan rasionalitas, yang berpendapat bahwa orang membuat keputusan tentang sesuatu, khususnya bank syariah, berdasarkan fakta seperti keuntungan, kerugian, dan imbalan yang mereka dapatkan.⁵⁰ Motivasi rasional yang ada di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Klien KCP Situbondo A. Yani, khususnya dalam hal keuntungan yang diperoleh nasabah melalui layanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani, dalam rangka memotivasi klien untuk menggunakan jasa PT.

3. Emosional

mengacu pada emosi atau konsep yang khas, kondisi psikologis atau biologis, dan kumpulan kecenderungan untuk bertindak.⁵¹ Emosi pada hakekatnya adalah dorongan untuk bertindak, dan merupakan respon khas masyarakat Situbondo terhadap rangsangan eksternal dan internal. Pelanggan PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani dapat bersifat emosional, khususnya dalam arti kecenderungan ingin menggunakan jasa bank syariah. Hal ini dikarenakan bank memiliki

⁵⁰ Schiffman & Kanuk. *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Prentice Hall, 2004) edisi 7

⁵¹ Goleman, Daniel. *Kecerdasan Emosional Untuk Mencapai Puncak Prestasi*. Alih bahasa : Alex Tri Kantjono Widodo. (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka, 2002)

landasan agama dan motivasi yang kuat, sehingga nasabah dapat merasakan emosi saat menggunakan jasa bank.

4. Keputusan Nasabah

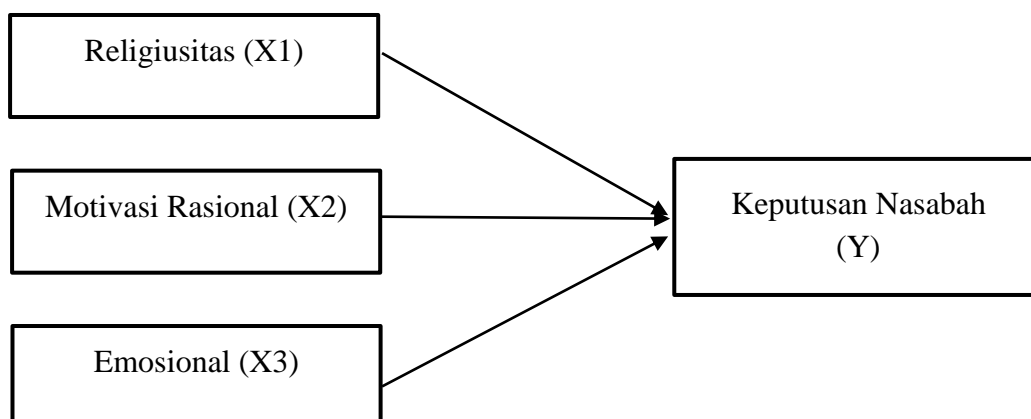
Keputusan nasabah dalam penelitian ini yaitu memilih untuk memanfaatkan produk atau layanan yang ditawarkan oleh Bank syariah. Menurut Schiffman dan Kanuk, masyarakat Situbondo memiliki beragam pilihan dalam mengambil keputusan, termasuk membeli atau membatalkan proyek.⁵² Pelanggan yang menggunakan layanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani berada dalam posisi yang baik untuk melakukannya.

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan tanggapan sementara terhadap rumusan masalah penelitian; akibatnya, rumusan masalah penelitian biasanya berbentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena tanggapan yang diberikan hanya berdasarkan teori yang relevan dan belum mengandung data empiris.⁵³ Hipotesis penelitian ini berkaitan dengan rumusan masalah dan teori yang telah diuraikan. Keputusan menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A.Yani menjadi pokok bahasan penelitian ini, yang melihat bagaimana pengaruh religiusitas, motivasi rasional, dan emosional menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A.Yani, sehingga dapat membentuk model hipotesis sebagai berikut :

⁵² Schiffman dan Kanuk. *Perilaku Konsumen*. (Jakarta . PT .Indeks, 2007) edisi 2

⁵³ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, 2019)



Ho : Tidak ada pengaruh religiusitas terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani.

H1 : Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani.

Ho : Tidak ada pengaruh motivasi rasional terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani.

H2 : Motivasi rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani.

Ho : Tidak ada pengaruh emosional rasional terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani.

H3 : Emosional berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan menawarkan alur perkembangan kajian dalam penelitian dari bab pertama sampai kesimpulannya. Alih-alih menggunakan daftar isi, pendekatan penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif.⁵⁴ Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini agar lebih mudah bagi para pembaca untuk memahaminya, terbagi kedalam lima bab dengan penjelasan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, Gambaran umum dari seluruh topik akan diberikan dalam bab ini; sisa percakapan akan dibahas di bab-bab selanjutnya. Latar belakang, fokus masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi kata, dan metodologi pembahasan menjadi bagian dari bab ini.

BAB II Kajian Kepustakaan, Bab ini meninjau penelitian sebelumnya, termasuk berbagai temuan dari studi sebelumnya dan studi teoritis tentang keputusan konsumen, agama, dan motivasi rasional dan emosional.

BAB III Metode Penelitian, Bab ini akan menguraikan metodologi, jenis penelitian, subjek penelitian, lokasi penelitian, metode pengumpulan dan analisis data, validitas data, dan tahapan penelitian.

⁵⁴ Tim Penyusun IAIN Jember, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negri Jember (Jember: IAIN Jember Press, 2019)

BAB IV Penyajian Data dan Analisis Data, Menurut survei dari para peneliti di daerah, bab ini menguraikan deskripsi objek studi, penyajian dan analisis data, dan pembahasan hasil berdasarkan data dan fakta tersebut.

BAB V Penutup, Bab ini menguraikan kesimpulan dari beberapa diskusi tentang temuan penelitian dan menawarkan rekomendasi tentang topik penelitian.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Peneliti terdahulu yang relevan terkait dengan peneliti ini diantaranya yaitu:

1. Jurnal karya Sri Ernawati, dengan judul Pengaruh Inspirasi Mendalam dan Inspirasi Obyektif Terhadap Brand Loyalitas Samsung Terhadap Perangkat Mobile (Investigasi Kontekstual pada Mahasiswa STIE Bima). Berdasarkan temuan penelitian, loyalitas merek mahasiswa Fakultas Ekonomi Bima terhadap ponsel Samsung secara signifikan dipengaruhi oleh motivasi rasional (STIE). Loyalitas merek mahasiswa Fakultas Ekonomi terhadap perangkat Samsung dipengaruhi secara signifikan oleh motivasi emosional (STIE) Loyalitas merek smartphone Samsung di kalangan mahasiswa STIE Bima secara signifikan dipengaruhi secara bersamaan oleh Bima, motivasi rasional, dan motivasi emosional.⁵⁵
2. Jurnal karya Broto Judono, dengan judul pengaruh pemahaman rasional pembiayaan syariah dan religiusitas petani terhadap sikap petani dalam memilih Bank syariah. Pada hasil penelitian menyatakan bahwa Masalah pemahaman logis tentang keuangan syariah memiliki dampak yang lebih langsung pada sikap petani dalam memilih pembiayaan dari bank Islam. Persepsi petani terhadap pendanaan bank syariah didasarkan pada gagasan untuk mencapai laba maksimum atau laba operasi. Namun, belum terbukti

⁵⁵ Ernawati, S. pengaruh motivasi rasional dan motivasi emosional terhadap loyalitas merek smartphone Samsung studi kasus pada mahasiswa STIE Bima. *jurnal ekonomi & bisnis. JEB*, Volume 1 (2016), 1–10

bahwa agama atau primordialisme secara langsung mempengaruhi keputusan petani untuk memilih pembiayaan dari bank syariah.⁵⁶

3. Jurnal karya Imtihan, dengan judul pengaruh religiusitas, transaksi murabahah dan emosional terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah (studi kasus pada dosen UNU Sumatera Barat). Pada hasil penelitian menyatakan bahwa Pilihan yang diambil oleh guru UNU Sumbar mengenai penggunaan layanan perbankan syariah dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh keyakinan agama dan emosional mereka. Namun demikian, transaksi murabahah memberikan dampak yang merugikan dan cukup besar terhadap pilihan yang diambil oleh instruktur UNU Sumbar terkait penggunaan layanan perbankan syariah.⁵⁷
4. Jurnal karya Sabariah, dengan judul Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). Hasil penelitian menyatakan bahwa Hipotesis H1 diterima berdasarkan temuan uji F (35,908) dengan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel unsur emosional dan alasan rasional berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa untuk

⁵⁶ Judono, B. pengaruh pemahaman rasional pembiayaan syariah dan religiusitas petani terhadap sikap petani dalam memilih Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Volume 4, (2016), 1:11

⁵⁷ Imtihan, I. Pengaruh Religiusitas, Transaksi Murabahah dan Emosional Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Studi Kasus Pada Dosen UNU Sumatera Barat. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, Volume 2 (2022). 21:29.

membeli barang Bank Syariah Indonesia secara bersamaan atau bersama-sama.⁵⁸

5. Jurnal karya Fadhilatul Hasanah, dengan judul pengaruh agama siswa, pengetahuan, kualitas produk, dan kualitas layanan pada pilihan mereka untuk bank syariah dalam hal pengelolaan uang. Universitas Muhammadiyah Palembang. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa UMP untuk menyimpan uang di bank syariah sangat dipengaruhi oleh tingkat agama mereka. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa UMP lebih memilih untuk menabung dan keinginan tersebut didorong oleh rasa religius yang juga mempengaruhi pilihan mereka untuk menabung di bank syariah. Pengetahuan dan kualitas produk tidak ada hubungannya dengan preferensi menabung mahasiswa UMP di bank syariah, dan ini signifikan dan tanpa konsekuensi. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang bank syariah tidak ada kaitannya dengan pilihan tabungan mahasiswa UMP.⁵⁹
6. Skripsi karya Mirna Dilla, dengan judul Pengaruh Religiusitas, Motivasi, Dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Banda Aceh. Berdasarkan temuan penelitian, keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah di Kota Banda Aceh

⁵⁸ Sabariah, Sabariah, Nur Diana, and Harun Alrasyid, "Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)," *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal* 3, no. 1 (2022).

⁵⁹ Hasanah, F. Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis* 4, Volume 1 (2019). 485.

dipengaruhi secara signifikan oleh variabel motivasi bagi hasil, sedangkan religiusitas nasabah tidak berpengaruh terhadap keputusan tersebut.⁶⁰

7. Skripsi karya Sandi Amaldi Siregar, dengan judul Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Minat Menabung Di BNI Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Stambuk 2016). Hasil penelitian menyatakan Niat menabung di BNI Syariah dipengaruhi oleh religiusitas, fitur produk, layanan, dan kepuasan. Agama, kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan nasabah semuanya memiliki pengaruh yang besar terhadap niat nasabah untuk menabung di BNI Syariah.⁶¹
8. Skripsi karya Riski Utama, dengan judul Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah, Hasil penelitian menyatakan bahwa Telah terbukti bahwa unsur emosional dan pertimbangan rasional dapat berdampak pada keputusan nasabah untuk memilih produk tabungan dari lembaga keuangan syariah baik secara bersamaan maupun stimultan.⁶²
9. Skripsi karya Lisca Dwi Astari, dengan judul Pengaruh Motivasi, Religiusitas Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Bertransaksi Di Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasantri Mahad Al-Jami'ah Universitas

⁶⁰ Dilla, Mirna. *Pengaruh Religiusitas, Motivasi, Dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Banda Aceh*. (Repocitory Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019).

⁶¹ Siregar, Sandi Amaldi. *Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Minat Menabung Di BNI Syariah, Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Stambuk 2016*. (Repocitory Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2019).

⁶² Utama, Riski. *Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah*. (Repocitory Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019).

Islam Negeri Raden Intan Lampung), Hasil penelitian menyatakan Religiusitas dan Lingkungan Sosial berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat Bertransaksi di Perbankan Syariah.⁶³

10. Skripsi karya Niswah Muti'ah, dengan judul Pengaruh Motif Rasional Dan Motif Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Program Studi Muamalat Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta), Hasil penelitian menyatakan Dalam pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih layanan perbankan syariah, variabel motivasi rasional dan variabel motif emosional berkorelasi positif dengan nilai koefisien determinasi (R^2). Dengan kata lain, semakin kuat justifikasi emosional dan kognitif mahasiswa, maka semakin besar kemungkinan mereka memilih layanan perbankan syariah.⁶⁴

Terdapat beberapa persamaan dan perbedaan pada peneliti yang akan dilakukan oleh peneliti dengan peneliti terdahulu. Persamaan dan perbedaan tersebut yaitu :

⁶³ Astari, Lisca Dwi. *Pengaruh Motivasi, Religiusitas Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Bertransaksi Di Perbankan Syariah, Studi Pada Mahasantri Mahad Al-Jami'ah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*. (Repository Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019).

⁶⁴ Muti'ah, Niswah. *Pengaruh Motif Rasional Dan Motif Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah, Studi Pada Program Studi Muamalat Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. (Repository Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015).

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Sri Ernawati, 2016	Pengaruh motivasi rasional dan motivasi emosional terhadap loyalitas merek <i>smartphone</i> samsung (studi kasus pada mahasiswa STIE Bima)	a. Meneliti tentang motivasi rasional b. Jenis penelitian merupakan penelitian kualitatif	a. Variabel Y loyalitas merek b. uji objek penelitian
2	Broto Judono, 2017	Pengaruh pemahaman rasional pembiayaan syariah dan religiusitas petani terhadap sikap petani dalam memilih Bank syariah	a. Variabel penelitian menggunakan religiusitas dan variabel terikat perilaku nasabah dalam memilih penggunaan jasa b. Jenis penelitian kualitatif c. Objek penelitian perbankan	a. Variabel bebas ada dua b. populasi difokuskan pada petani
3	Imtihan, 2022	Pengaruh religiusitas, transaksi murabahah dan emosional terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah (studi kasus pada dosen UNU Sumatera Barat)	a. variabel yang digunakan yaitu religiusitas, emosional dan keputusan penggunaan b. Jenis penelitian kualitatif c. Objek penelitian perbankan	a. Menggunakan Uji F untuk pengaruh secara simultan
4	Sabariah, 2019	Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)	a. Jenis penelitian kualitatif b. Variabel penelitian c. Objek penelitian menggunakan BSI	a. Lokasi penelitian b. Analisis pengujian menggunakan uji F. c. Tidak ada variabel religiusitas
5	Fadhilatul Hasanah,	Pengaruh Tingkat Religiusitas,	a. Variabel X menggunakan	a. Lokasi penelitian b. Analisis

	2019	Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah	<ul style="list-style-type: none"> religiusitas b. Jenis penelitian kualitatif c. Objek penelitian menggunakan Bank Syariah 	<ul style="list-style-type: none"> pengujian menggunakan uji F. c. Variabel X menggunakan faktor lainnya.
6	Mirna Dilla, 2019	Pengaruh Religiusitas, Motivasi, Dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Banda Aceh	<ul style="list-style-type: none"> a. Dua Variabel independen b. Jenis penelitian kualitatif c. Objek penelitian bank syariah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Variabel independen ketiga faktor lain b. Lokasi penelitan c. Analisis pengujian menggunakan uji F.
7	Sandi Amaldi Siregar, 2019	Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Minat Menabung Di BNI Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Stambuk 2016)	<ul style="list-style-type: none"> a. Dua variabel X yang sama b. Jenis penelitian kualitatif. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Objek penelitian menggunakan BNI Syariah b. Lokasi penelitan c. Analisis pengujian menggunakan uji F.
8	Riski Utama, 2019	Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah	<ul style="list-style-type: none"> a. Dua variabel independen yang sama b. Jenis penelitian kualitatif 	<ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi penelitan b. Analisis pengujian menggunakan uji F. c. Variabel Y yang mengfokuskan pada sistem tabungan
9	Lisca Dwi Astari, 2019	Pengaruh Motivasi, Religiusitas Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Bertransaksi Di Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasantri Mahad Al-Jami'ah Universitas	<ul style="list-style-type: none"> a. Dua variabel X yang sama b. Jenis penelitian kualitatif c. Objek penelitian Bank Syariah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Variabel Y menggunakan Minat Transaksi b. Lokasi penelitan c. Analisis pengujian menggunakan uji F.

		Islam Negeri Raden Intan Lampung)		
10	Niswah Muti'ah, 2015	Pengaruh Motif Rasional Dan Motif Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Program Studi Muamalat Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)	<ul style="list-style-type: none"> a. Jenis penelitian kualitatif b. Variabel independen sama c. Objek penelitian bank syariah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi penelitan b. Analisis pengujian menggunakan uji F.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa orisinalitas dari penelitian ini yang akan dilakukan yaitu pertama dari segi lokasi penelitian, penelitian terdahulu sama-sama menggunakan jasa Bank Syariah namun pada penelitian ini memfokuskan pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani. Kedua terdapat perbedaan pada uji hipotesis, dimana kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu pada uji hipotesis pada uji-t, namun pada penelitian ini hanya difokuskan pada uji-t atau uji parsial saja dan tidak menggunakan uji-f. Ketiga terdapat perbedaan pada variabel *independent* yang diangkat, dimana penelitian ini menggunakan variabel religiusitas, motivasi rasional dan emosional, sedangkan pada variabel *dependent* menggunakan variabel keputusan nasabah dalam menggunakan jasa Bank.

B. Kajian Teori

Teori adalah kumpulan bagian atau variabel yang saling berhubungan, definisi, dan proposisi yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena alam

menyajikan pandangan sistematis tentang fenomena tersebut dengan menentukan hubungan antar variabel⁶⁵. Oleh karena itu, kajian teoritis yang dikaji dalam penelitian ini adalah

1. Bank Syariah

Pengertian Bank Syariah sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah dua jenis bank yang beroperasi sesuai dengan hukum syariah dan melakukan kegiatan usaha. Menurut Trisadini P. dan Abd Shomad, perbankan syariah merupakan salah satu penerapan sistem ekonomi syariah Islam, yang merupakan komponen prinsip ajaran Islam yang mengatur ekonomi umat dan merupakan bagian integral dari aspek ajaran Islam lainnya yang bersifat menyeluruh dan universal.⁶⁶ Menurut Muhammad menjelaskan bahwa:

“Bank Syariah adalah Lembaga Tanpa mengandalkan bunga, lembaga keuangan syariah yang menyediakan pembiayaan dan jasa lainnya yang berkaitan dengan lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.”⁶⁷

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas jelas bahwa bank syariah merupakan bank yang dalam menjalankan kegiatan usahanya menggunakan prinsip-prinsip syariah islam yang mengacu kepada Al-Qur’an dan Al-Hadits serta tidak mengandalkan riba maupun bunga dalam transaksinya. Larangan tentang adanya riba tertera dalam Al-Qur’an, yaitu sebagai berikut:

⁶⁵ <https://id.wikipedia.org/wiki/Teori> diakses pada tanggal 5 November 2022

⁶⁶ P.Usanti, Trisadini .Abd. Shomad. *Transaksi Bank Syariah*. (Jakarta: PT Bumi Aksara. 2011)

⁶⁷ Mohammad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*.(Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2005)

“Padahal Allah telah menghalalkan jual beli sambil mengharamkan riba, tetapi orang yang melakukan riba tidak dapat berdiri tegak dan malah menyerupai orang yang telah dijamah setan. Akibatnya, mereka mengklaim bahwa jual beli itu setara dengan riba. Maka barangsiapa belajar dari Tuhannya dan berhenti dari riba, maka Allah akan menjaga apa yang telah lalu baginya. Barangsiapa yang kembali (melakukannya), mereka selamanya di neraka dan penghuninya.” (Q.S. 2:275).

2. Fungsi dan Peran Bank Syariah

Fungsi dan peran bank syariah yang diantaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*) yang dikutip oleh Heri Sudarsono sebagai berikut:

- a. Manajemen Investasi: Dalam hal ini, Bank Islam berfungsi sebagai mudharib, atau orang yang bertanggung jawab mengelola uang investasi nasabah.
- b. Investor: Bank syariah diizinkan untuk menginvestasikan uang mereka sendiri dan uang yang diberikan kepada mereka oleh pelanggan sesuai dengan hukum syariah.
- c. Bank Syariah dapat menyelenggarakan kegiatan jasa perbankan secara reguler sebagai penyelenggara jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran.
- d. Layanan Sosial: Bank Islam diharuskan mengeluarkan uang untuk mengelola (mengumpulkan, mengelola, dan menyalurkan) zakat dan

dana sosial lainnya sebagai komponen penting dari perusahaan keuangan Islam.⁶⁸

Sedangkan menurut Ismail fungsi utama bank syariah adalah: “Bank syariah melayani tiga tujuan utama: pertama, mengumpulkan uang dari masyarakat umum dalam bentuk deposito dan investasi; kedua, mereka mentransfer uang kepada mereka yang membutuhkannya; dan ketiga, mereka menawarkan layanan berupa layanan perbankan syariah.”⁶⁹

Produk-produk Bank Syariah yang ditawarkan kepada Nasabah diantaranya yaitu :

1) Tabungan Syariah

Tabungan syariah memiliki Tujuan adalah untuk menghemat uang, yang sama dengan tabungan tradisional. Hanya saja konsumen dan pihak bank memiliki akad atau perjanjian, seperti akad wadiah yang mengatur bahwa uang nasabah hanya dititipkan sehingga tidak mendapatkan keuntungan. Juga, ada kontrak Mudharabah, yang mengacu pada simpanan yang dikelola oleh bank berdasarkan pengaturan bagi hasil.

2) Deposito Syariah

Deposito syariah adalah produk deposito berjangka yang dikelola bank syariah dengan konsep mudharabah. Klien individu atau perusahaan dapat memiliki produk ini, dan mereka dapat menariknya setelah tanggal jatuh tempo atau jangka waktu deposit berakhir,

⁶⁸ Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syari'ah*. (Yogyakarta: Ekonisia, 2008) Cetakan ke-2

⁶⁹ Ismail. *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011)

misalnya setelah satu bulan, tiga bulan, enam bulan, atau dua belas hingga dua puluh empat bulan.

3) Gadai Syariah

Gadai syariah adalah salah satu produk pinjaman tunai dari bank syariah kepada nasabah dengan menggunakan akad rahn atau ijarah. Artinya, nasabah wajib menyerahkan barang jaminan sebagai syarat akad. Apabila nasabah atau debitur tidak sanggup melunasi cicilan, barang jaminan akan dijual untuk menutupi hutang. Jika harga jualnya melebihi hutang, kelebihanannya akan dikembalikan kepada nasabah.

4) Pinjaman Syariah

Produk pinjaman syariah ini merupakan pilihan yang dapat digunakan untuk membeli produk. Peminjam tidak diragukan lagi diharuskan membayar hutang ke bank Islam baik secara penuh atau dengan mencicil. Perlu digarisbawahi bahwa selama transaksi mengikuti pedoman syariah dan menjunjung tinggi gagasan gotong royong, itu tidak dianggap sebagai riba.

5) Giro Syariah

Giro syariah adalah item untuk disimpan di bank syariah. Bedanya, penarikan uang simpanan dapat dilakukan dengan menggunakan cek atau giro sebagai pengganti kartu ATM. Nasabah giro atau disebut juga dengan giran dapat berupa perorangan maupun badan hukum

yang menginginkan kemudahan dalam melakukan transaksi yang sangat besar setiap saat.⁷⁰

3. Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah lembaga keuangan syariah. Penggabungan secara nasional dari tiga bank anak perusahaan BUMN-BNI Syariah, BRI Syariah, dan Mandiri Syariah di bawah Kementerian BUMN menghasilkan pendirian bank ini pada 1 Februari 2021. Berikut barang dan jasa yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI):⁷¹

a. Dana Pihak Ketiga

1) Tabungan

Beragam produk tabungan sesuai prinsip syariah

- (a) BSI Tabungan Bisnis
- (b) BSI Tabungan Classic
- (c) BSI Tabungan Easy Mudharabah
- (d) BSI Tabungan Easy Wadiah
- (e) BSI Tabungan Efek Syariah
- (f) BSI Tabungan Junior
- (g) BSI Tabungan Mahasiswa
- (h) BSI Tabungan Payroll
- (i) BSI Tabungan Pendidikan
- (j) BSI Tabungan Pensiun
- (k) BSI Tabungan Prima

⁷⁰ <https://masoemiversity.ac.id> diakses pada tanggal 16 November 2022

⁷¹ www.bankbsi.co.id diakses pada tanggal 5 November 2022

- (l) BSI Tabungan Rencana
- (m) BSI Tabungan Simpanan Pelajar
- (n) BSI Tabungan Valas
- (o) BSI TabunganKu
- (p) BSI Tapenas Kolektif.
- (q) BSI Tabungan Haji Indonesia
- (r) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia

2) Produk dan Layanan Funding Giro

- (a) BSI Giro Rupiah dan Valas
- (b) BSI Giro Wadiah
- (c) BSI Giro Mudharabah
 - (1) BSI Giro Mudharabah Khusus
 - (2) BSI Giro Mudharabah Umum

3) Produk Dan Layanan Funding Deposito

- (a) BSI Deposito

b. Pembiayaan

Beragam produk pembiayaan sesuai syariah

- a) BSI Griya Hasanah
- b) BSI Griya Mabror
- c) BSI Griya Simuda
- d) BSI KPR Sejahtera
- e) BSI KUR Kecil
- f) BSI KUR Mikro

- g) BSI KUR Super Mikro
- h) BSI Mitraguna Emas (Non Qardh)
- i) BSI Mitraguna Berkah
- j) BSI Oto
- k) BSI Pensiun Berkah
- l) Mitraguna Online.⁷²

4. Religiusitas

Religiusitas adalah seberapa banyak yang diketahui, seberapa banyak mereka percaya, seberapa banyak mereka mengikuti hukum dan ibadah, dan seberapa besar mereka mengamalkan agama tersebut.⁷³ Menurut Rahmat, religiusitas adalah penghargaan individu terhadap agama, yang menggabungkan secara mendalam citra, keyakinan, nilai, dan perilaku yang dipacu. Religiusitas ditandai dengan keteguhan keyakinan beragama seseorang dari segi kognitif, sentimen keagamaan dari segi emosional, dan perilaku beragama dari segi psikomotorik. Komitmen seseorang terhadap agamanya disebut sebagai religiusitas (Religious Commitment). Glock mengatakan bahwa Komitmen Keagamaan adalah pembenaran untuk mempraktikkan keyakinan seseorang dan hal lain yang membuat seseorang merasa terhubung dengannya.⁷⁴ Akibatnya, seberapa besar internalisasi agama seseorang dapat ditentukan oleh seberapa besar nilai, syariah, dan keyakinan agamanya.

⁷² www.bankbsi.co.id diakses pada tanggal 5 November 2022

⁷³ Reza, Iredho Gramedia. Fani, *Hubungan Antara Religiusitas Dengan Moralitas Pada Remaja Di Madrasah Aliyah*, (Jakarta : 2013)

⁷⁴ Sari, Yunita dkk. *religiusitas pada hijabers community bandung. prosiding seminar nasional penelitian dan PKM*; (Sosial Ekonomi dan Humaniora, 2012)

5. Motivasi Rasional

Motivasi rasional, Menurut Schiffman dan Kanuk, Menurut pengertian rasionalitas dalam konteks pemasaran, pembeli memilih tujuan berdasarkan faktor-faktor yang sebenarnya objektif, seperti ukuran, berat, harga, dan sebagainya.⁷⁵ Saat memilih suatu produk, faktor rasional akan diperhitungkan melalui pemikiran dan pertimbangan yang matang sebelum membeli. Konsumen cenderung sangat senang dengan barang-barang ini.⁷⁶ Menurut Assauri, motif pembelian yang rasional adalah motif yang dilatarbelakangi oleh faktor-faktor yang masuk akal, seperti fakta bahwa barang tersebut lebih murah, akan bertahan lebih lama, berkualitas tinggi, atau berada di tempat yang tepat.⁷⁷

6. Emosional

Emosional: Kata Latin "emovere", yang berarti "menjauh", adalah akar dari kata "emosi". Menurut definisi ini, kata tersebut menyiratkan dorongan yang sangat besar untuk bertindak. Goleman mendefinisikan emosi sebagai perasaan atau konsep yang unik, kondisi psikologis atau biologis, dan kumpulan kecenderungan untuk bertindak.⁷⁸ Pada dasarnya, dorongan untuk bertindak adalah emosi. Emosi seringkali merupakan respons terhadap peristiwa internal dan eksternal. Misalnya, perasaan positif

⁷⁵ Schiffman & Kanuk. *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Prentice Hall, 2004) edisi 7

⁷⁶ Eddy Setiadi. "Jumlah rekening bank syariah masih sangat sedikit" (diakses pada 5 November 2022) <http://bisnis.liputan6.com/read/2019035/nomor-rekening-bank-syariah>

⁷⁷ Assauri, Sofjan, "Manajemen Pemasaran dasar, Konsep dan strategi", (Jakarta, Rajawali Pers, 2013), 128

⁷⁸ Goleman, Daniel. *Kecerdasan Emosional Untuk Mencapai Puncak Prestasi*. Alih bahasa : Alex Tri Kantjono Widodo. (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka, 2002)

memicu perubahan suasana hati yang secara fisik tampak seperti tawa, sedangkan emosi sedih memicu tangisan.⁷⁹

7. Keputusan Nasabah

Menurut Schiffman dan Kanuk, “Keputusan adalah pemilihan tindakan dari dua atau lebih kemungkinan yang berbeda.”⁸⁰ Ini menyiratkan bahwa seseorang memiliki beragam pilihan saat membuat pilihan, seperti apakah akan memperoleh proyek atau tidak. Kotler dan Keller menyatakan bahwa “konsumen menetapkan niat untuk memperoleh merek yang paling diinginkan saat membuat keputusan pembelian.”⁸¹ Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa “perilaku pembeli konsumen mengacu pada perilaku pembelian konsumen akhir” orang dan keluarga yang membeli produk dan jasa untuk mereka gunakan sendiri. pribadi, kadang-kadang disebut sebagai perilaku konsumen.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumen terhadap pembelian suatu barang atau jasa itulah yang merupakan keputusan pembelian. Pelanggan melewati lima tahap saat melakukan pembelian, termasuk:⁸²

b. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli dimotivasi oleh rangsangan internal atau eksternal untuk mengidentifikasi masalah atau kebutuhan.

⁷⁹ Uno, B. Hamzah. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. (Jakarta : Bumi Aksara, 2012)

⁸⁰ Schiffman dan Kanuk. *Perilaku Konsumen*. edisi kedua. (Jakarta . PT .Indeks, 2007)

⁸¹ Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Terjemahan Bob Sabran, MM*. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009) Jilid 1, edisi 13

⁸² Kotler, Philip dan Gary Armstrong *prinsip prinsip pemasaran..* (Jakarta. Erlangga. . 2012). Edisi 13. Jilid 1

Hasrat biasa seseorang, seperti seks, lapar, atau haus, dipertinggi oleh rangsangan internal dan diubah menjadi dorongan atau keinginan yang dapat dipicu oleh rangsangan eksternal.

c. Pencarian Informasi

Pelanggan dibagi menjadi empat kategori berdasarkan sumber utama informasi:

- 1) Pribadi (keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja)
- 2) Komersial (iklan, situs web, wiraniaga, dealer, pengemasan, tampilan);
- 3) Publik (media massa, lembaga pemeringkat konsumen); dan
- 4) Eksperimental (penanganan, pemeriksaan, dan penggunaan produk).



d. Evaluasi Alternatif

Memahami proses evaluasi akan dipermudah dengan ide-ide fundamental tertentu. Konsumen mulai dengan mencoba untuk memenuhi kebutuhan. Kedua, pembeli mencari keunggulan spesifik dalam solusi produk. Akhirnya, pelanggan menganggap setiap produk sebagai kumpulan kualitas dengan berbagai potensi untuk memberikan keuntungan yang dibutuhkan untuk memenuhi tujuan tersebut. Faktor minat pembeli berbeda-beda tergantung barangnya.

e. Keputusan Pembelian

Konsumen mengembangkan preferensi untuk merek dalam serangkaian pilihan selama tahap penilaian. Juga, pelanggan dapat memutuskan untuk membeli merek yang paling populer.

f. Perilaku Pasca Pembelian

Konsumen mungkin mengalami konflik setelah melakukan pembelian ketika mereka melihat beberapa karakteristik yang meresahkan atau mendengar hal-hal positif tentang produk pesaing dan berhati-hati terhadap informasi yang mendukung pilihan mereka.⁸³

⁸³ Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *prinsip prinsip pemasaran*. (Jakarta. Erlangga, 2012) Edisi 13. Jilid 1

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dan rencana kegiatan yang dibuat oleh peneliti untuk mengatasi masalah termasuk proposal untuk memperbaikinya serta desain proses lengkap yang diperlukan untuk perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Jenis penelitian ini adalah explanatory research yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diajukan dalam penelitian dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, menguji hipotesis yang diuji, serta didasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah yang dimiliki. telah dijelaskan.⁸⁴

B. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono Populasi adalah Item atau individu yang dipilih oleh peneliti untuk dianalisis guna menarik kesimpulan termasuk wilayah generalisasi karena memiliki karakteristik tertentu.⁸⁵ Populasi dalam penelitian ini ditujukan kepada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani.

Sampel adalah persentase kecil dari populasi. Kasus yang dipilih dalam studi ini dimaksudkan untuk mengilustrasikan efek aktual dari masyarakat. Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan teknik sampling.⁸⁶ Indikator yang digunakan untuk menentukan sampling saling bergantung satu sama lain. Sampel mewakili representasi dari ukuran dan

⁸⁴ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, 2019)

⁸⁵ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, 2019)

⁸⁶ Purba, et al. *Metode Penelitian Ekonomi*. (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021),44

susunan populasi. Peneliti akan mengumpulkan sampel dari populasi jika jumlahnya cukup besar dan tidak layak untuk menyelidiki seluruh populasi, misalnya karena kekurangan sumber daya (waktu, uang, dan orang). Populasi akan dikenai temuan dari sampel. Oleh karena itu, sampel populasi harus mewakili secara akurat. Dari jumlah populasi nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani, hanya beberapa yang digunakan sebagai sampel penelitian ini karena adanya keterbatasan akses jumlah nasabah/jumlah sampel. Metode yang digunakan dalam penelitian dalam mengambil sampel adalah *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah sampel berdasarkan kriteria tertentu. Banyak faktor yang berkaitan dengan tujuan penelitian diperhitungkan.

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Kesimpulannya, ada dua jenis sumber data penelitian: data primer dan data sekunder. Data primer adalah bahan yang dikumpulkan langsung dari sumber lain, bukan dari sumber aslinya atau di lokasi penelitian. Data sekunder yang dapat diperoleh melalui berbagai media dan disebarluaskan oleh pihak lain merupakan informasi yang tidak langsung dikumpulkan oleh peneliti sendiri. Data primer dan data sekunder digunakan dalam penelitian ini:

1. Data Sekunder

Data sekunder, menurut Ghazali, adalah informasi yang dikumpulkan melalui penelitian sekunder dan data pihak ketiga yang dikumpulkan

dari buku-buku ilmiah, esai, atau artikel yang memberikan landasan teoretis untuk topik yang dibahas.

2. Data Primer

Menurut Ghozali data primer adalah Penelitian dijawab dengan fakta-fakta yang dikumpulkan melalui penelitian dan diperoleh langsung dari sumbernya. Data dasar penelitian ini berasal dari survei yang dikirim ke PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk klien KCP Situbondo A. Yani.

Sikap, pandangan, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap isu-isu sosial dapat diukur dengan menggunakan skala Likert. Penulis menggunakan pendekatan skala Likert untuk mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini, yang menggunakan kuesioner sebagai alat penelitian. (*Likert's Summated Ratings*). Skala Likert digunakan untuk menilai tanggapan responden terhadap kuesioner tentang dampak keunggulan teknologi informasi dan kemudahan penggunaannya terhadap kinerja karyawan, dengan tingkatan sebagai berikut :

Jawaban Sangat Setuju	bobot : 5
Jawaban Setuju	bobot : 4
Jawaban Netral	bobot : 3
Jawaban Kurang Setuju	bobot : 2
Jawaban Tidak Setuju	bobot : 1

D. Teknik Pengumpulan Data

Berikut metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Observasi

Observasi adalah berbeda dengan prosedur lain, seperti wawancara dan kuesioner, karena metodologi pengumpulan data menawarkan kualitas yang unik.⁸⁷ Karena wawancara dan survei biasanya melibatkan berbicara dengan orang, maka pengamatan harus mencakup berbicara dengan hal-hal alami lainnya serta orang.

2. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan Dengan meminta responden untuk bereaksi terhadap pernyataan tertulis atau pertanyaan, data dikumpulkan. Ketika peneliti menyadari variabel yang tepat untuk dinilai dan apa yang dapat diantisipasi responden, pengumpulan data menjadi efisien. Selain itu, jika responden cukup banyak, kuisisioner juga dapat digunakan. Pernyataan terbuka atau tertutup, interpretasi langsung kepada responden, pengiriman langsung melalui surat atau internet adalah semua opsi untuk kuisisioner. Kuisisioner penelitian akan dikirim ke PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk nasabah KCP Situbondo A. Yani secara langsung.

E. Analisis Data

Analisis data merupakan upaya yang dilakukan dengan mengolah data, mengorganisasikannya, membaginya menjadi bagian-bagian yang dapat dikelola, mensintesakannya, mencari dan mengidentifikasi pola,

⁸⁷ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, 2019)

menentukan apa yang penting dan apa yang dipelajari. Untuk tujuan analisis data studi ini:

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji Validasi diuji untuk melihat apakah ada pertanyaan yang harus dihapus atau ditambahkan karena dianggap tidak perlu. Statistik digunakan untuk melakukan pengujian, baik dengan tangan maupun dengan bantuan komputer, seperti paket SPSS. Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa banyak informasi yang dikumpulkan dari kuesioner. Korelasi product moment Pearson digunakan sebagai alat ukur dalam uji validitas penelitian ini dengan mengaitkan skor total setiap pertanyaan dan membandingkan hasilnya dengan tingkat signifikansi yang dipersyaratkan. Jika suatu variabel memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka dianggap sah.⁸⁸

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai kapasitas pengukuran untuk hasil yang umumnya konsisten ketika diulang dua kali atau lebih. Fokus reliabilitas adalah pada masalah akurasi pengukuran dan hasil. Dengan kata lain, ketergantungan menunjukkan sejauh mana kontrol khusus subjek. Teknik Cronbach digunakan untuk menguji keterbatasan alat ukur dalam alat penelitian dan didasarkan

⁸⁸ Putry, Nur Anita Chandra, Dewi Kusuma Wardani, dan Deviska Panggalih Jati. "Pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha melalui motivasi sebagai variabel intervening." *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 6, no. 1 (2020): 14-24.

pada pendekatan Cronbach alpha (α). Statistik alfa Cronbach diuji untuk menentukan reliabilitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Salah satu analisis yang dirancang untuk mengetahui bagaimana suatu variabel dapat mempengaruhi variabel lainnya adalah analisis regresi linier berganda. Variabel independen (variabel independen) dan variabel yang mempengaruhi (variabel dependen) adalah istilah yang digunakan dalam analisis regresi untuk menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi. Ketika persamaan regresi hanya berisi satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka terjadi regresi sederhana. Regresi berganda terjadi ketika ada beberapa variabel independen. Untuk memastikan bagaimana religiusitas, dorongan emosional, dan pemikiran rasional mempengaruhi pengguna konsumen, digunakan analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

a = bilangan konstanta

b1 = besarnya pengaruh religiusitas

b2 = besarnya pengaruh motivasi rasional

b3 = besarnya pengaruh emosional

X1 = variabel religiusitas

X2 = variabel motivasi rasional

X3 = variabel emosional

Y = Keputusan Nasabah

e = faktor gangguan

3. Uji Asumsi Klasik

Langkah selanjutnya adalah menentukan apakah model regresi linier berganda yang dikembangkan adalah BLUE (Best Linear Unbiased Estimator). Persyaratan untuk metode ini adalah pengamatan harus efisien, konstan, dan mewakili jumlah variasi terkecil. Kecurigaan BLUE yang harus dipenuhi antara lain: tidak ada multikolinearitas, tidak ada heteroskedastisitas dan informasi tersebar teratur.

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika ada korelasi, masalah multikolinearitas harus diselesaikan. Salah satu teknik untuk menguji toleransi nilai dan kebalikannya, serta faktor inflasi varians, adalah dengan mengevaluasi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi (VIF). Kedua pengukuran ini menunjukkan sejauh mana masing-masing variabel independen diperhitungkan oleh yang lain.⁸⁹ Variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya diukur dengan toleransi. Karena $VIF = 1/\text{toleransi}$, nilai toleransi yang rendah dan nilai VIF yang tinggi menunjukkan kolinearitas yang tinggi. Rule of thumb pengambilan keputusan adalah tidak terjadi multikolinearitas pada

⁸⁹ Putry, Nur Anita Chandra, Dewi Kusuma Wardani, dan Deviska Panggalih Jati. "Pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha melalui motivasi sebagai variabel intervening." *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 6, no. 1 (2020): 14-24.

model regresi jika nilai tolerance lebih besar atau sama dengan nilai VIF.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memutuskan apakah ada perubahan yang tidak konsisten dari residual satu persepsi ke persepsi lainnya dalam model relaps. Penelitian ini menggunakan grafik untuk menemukan gejala heteroskedastisitas scatterplot. Berikut analisis dasarnya:

- 1) Heteroskedastisitas terjadi jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, lalu menyempit).
- 2) Tidak ada heteroskedastisitas jika tidak ada pola yang terlihat dan titik-titik sumbu Y tersebar di atas dan di bawah nol.

c. Uji Normalitas

Variabel independen dan dependen model regresi diperiksa menggunakan uji normalitas untuk menentukan apakah variabel tersebut berdistribusi normal atau mendekati normal.⁹⁰ Distribusi data (titik) sepanjang sumbu diagonal grafik, atau histogram residual, secara teoritis dapat digunakan untuk menentukan normalitas. Keputusan tersebut didasarkan pada:

⁹⁰ Putry, Nur Anita Chandra, Dewi Kusuma Wardani, dan Deviska Panggalih Jati. "Pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha melalui motivasi sebagai variabel intervening." *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 6, no. 1 (2020): 14-24.

- 1) Data (titik-titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan bergerak ke arah tersebut, atau histogram menampilkan pola distribusi normal, memenuhi asumsi normalitas model regresi.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal, tidak mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas..

4. Uji Hipotesis

Signifikansi variabel independen dan dependen masing-masing model ditentukan melalui pengujian hipotesis. Uji Signifikansi Parsial, juga dikenal sebagai uji t, digunakan untuk menguji hipotesis.

Analisis ini digunakan untuk membuktikan signifikan tidaknya antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Formulasi hipotesis uji t :

- a. $H_0 : \beta_i = 0, i = 1, 2, 3.$

H_0 diterima dan H_a ditolak, tidak ada pengaruh secara parsial (individu) antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

J E M B E R

b. $H_a : b_i = 0, i \neq 1, 2, 3.$

H_0 ditolak dan H_a diterima, ada pengaruh secara parsial (individu) antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

c. Menentukan Level of significance (α)

Dalam penelitian ini tingkat signifikansinya sebesar 0.05 (5%) dengan derajat bebas (df) $n-2$ dan n merupakan jumlah sampel pada penelitian.

d. Melalui analisis ini maka pengambilan keputusan akan berdasar pada:

1) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima (H_a ditolak)

2) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak (H_a diterima)

5. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk menentukan besarnya kontribusi sejumlah variabel X terhadap naik turunnya variabel Y. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1. Jika variabel independen seperti religiusitas, motivasi rasional dan emosional memiliki nilai yang rendah (R^2), hal ini menunjukkan bahwa mereka tidak mampu menjelaskan variasi variabel dependen secara memadai. Keputusan pelanggan. Di sisi lain, jika variabel independen memiliki nilai mendekati satu, itu mengandung hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi perubahan variabel dependen. Fakta bahwa koefisien determinasi memiliki potensi untuk mempengaruhi jumlah variabel bebas yang dimasukkan dalam model merupakan salah satu kelemahan mendasar dari penggunaannya. Ada satu variabel independen tambahan, Oleh karena itu, terlepas dari apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap variabel dependen, (R^2) harus meningkat. Akibatnya, ketika menentukan apakah suatu model regresi efektif, banyak peneliti menyarankan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 . Ketika satu variabel independen ditambahkan ke model, nilai R^2 yang disesuaikan dapat meningkat atau menurun, berbeda dengan R^2 .



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang bertempat di di Jl. Ahmad Yani, Parse, Dawuhan, Kec. Situbondo, Kab. Situbondo. Untuk lebih mengetahui tentang masalah objek dan gambaran maka akan dikemukakan secara sistematis tentang objek penelitian sebagai berikut :

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI)

Indonesia berpotensi memimpin industri keuangan syariah karena memiliki populasi Muslim terbesar di dunia. Ekosistem industri halal Indonesia tumbuh karena kuatnya dukungan stakeholder dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal. Bank syariah termasuk dalam hal ini.

Sebagai fasilitator dari semua kegiatan ekonomi dalam ekosistem industri halal, bank syariah memainkan peran penting. Kehadiran industri keuangan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan peningkatan yang kritis dalam kurun waktu tiga puluh tahun terakhir. Dari tahun ke tahun, terdapat tren positif dalam inovasi produk, peningkatan layanan, dan pengembangan jaringan. Bahkan, keinginan untuk bergerak cepat juga tercermin dari berbagai aksi korporasi yang dilakukan oleh Bank Syariah. Tak terkecuali bank syariah milik BUMN Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah ke dalam Bank Syariah Indonesia (BSI) akan dilakukan pada tanggal 1 Februari 2021, yaitu tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H. Keunggulan ketiga bank syariah tersebut akan digabungkan dalam merger untuk memberikan kapasitas modal yang lebih baik, jangkauan yang lebih luas, dan layanan yang lebih komprehensif. Bank Syariah Indonesia didorong untuk bersaing secara global berkat sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, dan BRI) dan komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN.

Konsolidasi ketiga Bank Syariah tersebut merupakan dorongan untuk menjadikan Bank Syariah yang menjadi kebanggaan individu, karena sebagian besar akan menganggap wajar untuk berubah menjadi energi lain bagi pergantian peristiwa moneter masyarakat dan menambah bantuan pemerintah yang lebih luas. area lokal. Sifat perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan dermawan juga tercermin dari keberadaan Bank Syariah Indonesia (Rahmatan Lil 'Alamiin).⁹¹

⁹¹ https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html (Diakses pada tanggal 17 Januari 2023).

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Situbondo

a. Visi

“TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK”

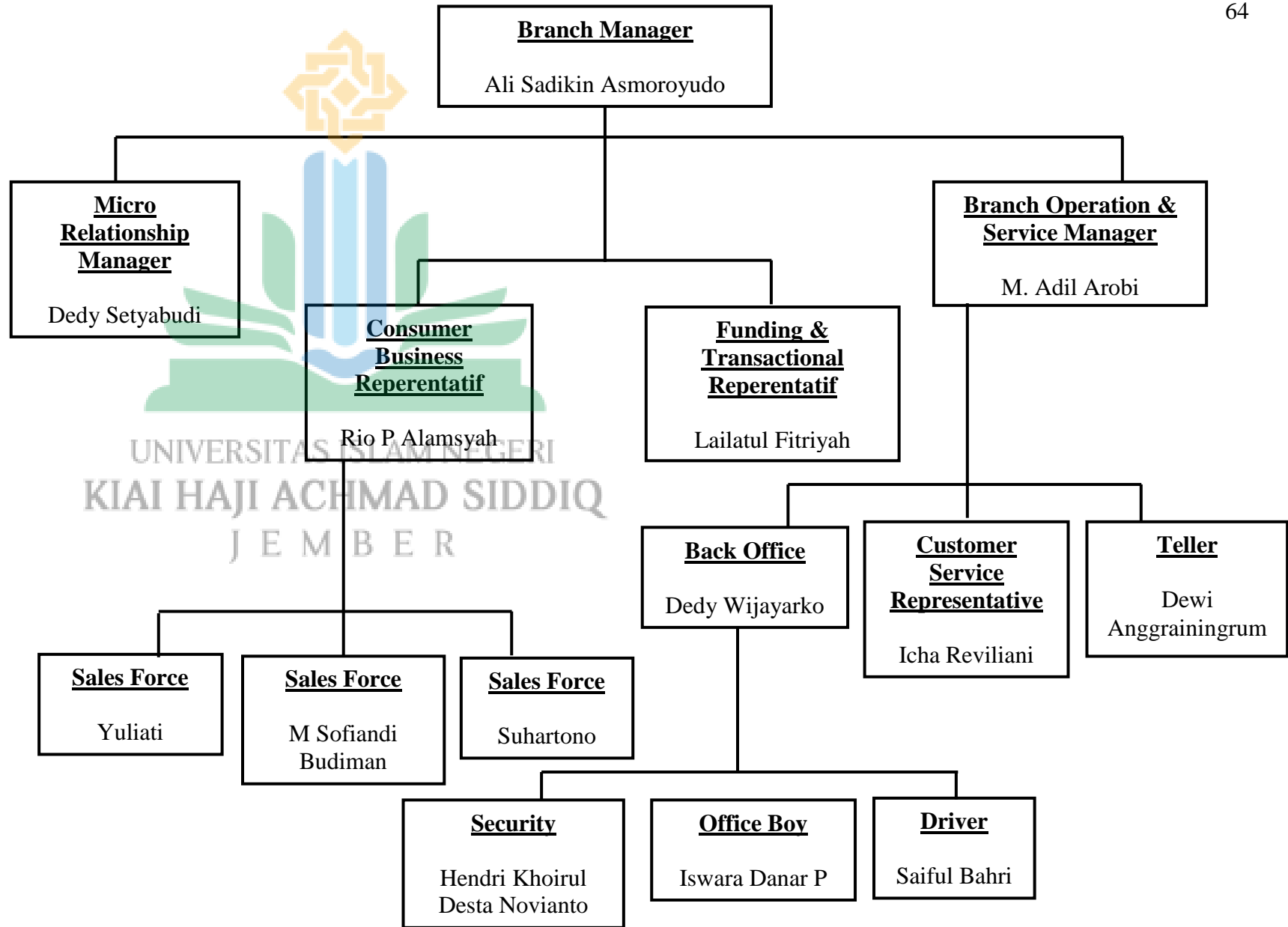
b. Misi

- 1) Membuat solusi keuangan syariah tersedia untuk masyarakat Indonesia.
- 2) Berkembang menjadi bank yang cukup besar yang memberikan nilai tertinggi bagi pemegang sahamnya.
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dari talenta terbaik di Indonesia dan kebanggaan mereka.⁹²

3. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani

Struktur Organisasi merupakan suatu susunan berbagai komponen atau unit kerja dalam sebuah organisasi. Berikut ini merupakan susunan struktur organisasi pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani

⁹² https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html (Diakses pada tanggal 17 Januari 2023).



Gambar 4.1 Struktural Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Situbondo A. Yani
 Sumber : Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Situbondo A. Yani

a. Branch Manager

Pimpin dan saring kegiatan administrasi untuk mencapai target manfaat dan pelaksanaan bisnis, kegiatan fungsional dan manfaat cabang dan menjamin penyajian yang bijaksana dari semua unit khusus di bawah koordinasinya dan menetapkan dukungan dalam batasan kekuasaan mereka.

b. Micro Relationship Manager

Untuk mencapai laba dan target kinerja yang maksimal, melakukan kegiatan pemasaran, melakukan akuisisi, mengajukan proposal pembiayaan kepada calon nasabah, dan menjaga kualitas keuangan mikro.

c. Funding & Transactional Reperentatif

Untuk mencapai target laba dan kinerja dana cabang, melakukan penjualan produk dana ritel dan transaksional, melakukan akuisisi, dan menjalin hubungan nasabah dana dan transaksional.

d. Consumer Business Reperentatif

melakukan penjualan produk perusahaan pembiayaan konsumen, menyelesaikan akuisisi untuk mencapai tujuan laba, dan memantau kinerja dana cabang.

e. Branch Operation and Service Manager

memastikan bahwa seluruh operasional Kantor Cabang dilaksanakan sesuai dengan aturan untuk membantu Kantor Cabang mencapai tujuannya.

f. Costumer Service Representative

Dengan melakukan aktivitas layanan produk dan layanan kepada pelanggan, seperti membuat dan mengakhiri akun, mengaktifkan saluran elektronik, penjualan silang, dan menyelesaikan keluhan pelanggan, Anda dapat mendukung operasi operasional dan mencapai tujuan perusahaan.

g. Operational staff

Menyelesaikan tugas administrasi dan akuntansi tanpa gangguan dari bursa fungsional, layanan pelanggan Kantor Cabang, dan akuntansi pembiayaan sesuai dengan pengaturan dan SLA yang telah ditentukan..

h. Teller

Mengelola pagu dan laporan kas untuk mendukung kegiatan operasional dan mencapai tujuan bisnis, serta melaksanakan kegiatan layanan transaksi dana sesuai dengan kebutuhan nasabah.

i. Security

Mengawasi setiap bagian bank, mulai dari wilayah di sekitarnya hingga pintu masuk dan ruang dalamnya.

j. Office Boy

Membantu setiap pekerja dalam mengantarkan surat kepada setiap pekerja. Berkontribusi untuk merapikan kantor. Jika kantor

tetap bersih, semua orang akan dapat bekerja secara efektif. Jika tempat kerja menyenangkan, pekerjaan juga akan cepat selesai.⁹³

4. Produk dan Jasa Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Situbondo

Setiap perusahaan institusional pasti memiliki produk, dan maju atau tidaknya institusi akan bergantung pada komoditas ini. Ada beberapa barang yang tersedia di BSI KCP Situbondo A. Yani, antara lain:

a. Dana Pihak Ketiga

1) Tabungan

Beragam produk tabungan sesuai prinsip syariah

- (a) BSI Tabungan Bisnis
- (b) BSI Tabungan Classic
- (c) BSI Tabungan Easy Mudharabah
- (d) BSI Tabungan Easy Wadiah
- (e) BSI Tabungan Mahasiswa
- (f) BSI Tabungan Payroll
- (g) BSI Tabungan Pendidikan
- (h) BSI Tabungan Pensiun
- (i) BSI Tabungan Prima
- (j) BSI Tabungan Rencana
- (k) BSI Tabungan Simpanan Pelajar
- (l) BSI Tabungan Valas

⁹³ Ibid.

- (m) BSI TabunganKu
- (n) BSI Tapenas Kolektif.
- (o) BSI Tabungan Haji Indonesia
- (p) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia

2) Produk dan Layanan Funding Giro

- (a) BSI Giro Rupiah dan Valas
- (b) BSI Giro Wadiah
- (c) BSI Giro Mudharabah
 - (1) BSI Giro Mudharabah Khusus
 - (2) BSI Giro Mudharabah Umum
 - (3) Produk Dan Layanan Funding Deposito

3) BSI Deposito

b. Pembiayaan

Beragam produk pembiayaan sesuai syariah

- 1) BSI Griya Hasanah
- 2) BSI Griya Mabruur
- 3) BSI Griya Simuda
- 4) BSI KUR Kecil
- 5) BSI KUR Mikro
- 6) BSI KUR Super Mikro
- 7) BSI Mitraguna Emas (Non Qardh)
- 8) BSI Mitraguna Berkah
- 9) BSI Oto

10) BSI Pensiun Berkah

11) Mitraguna Online.⁹⁴

Pada beberapa produk yang diberikan oleh BSI KCP Situbondo A.Yani tidak menggunakan keseluruhan produk yang dikeluarkan oleh BSI Pusat karena BSI KCP Situbondo A.Yani melihat pangsa pasar yang ada di Situbondo, bahwa masyarakat Situbondo hanya membutuhkan beberapa produk saja yang hanya beroperasi di area PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A. Yani. Dan produk yang diberikan sesuai dengan target dan tujuan perusahaan khususnya PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A. Yani.

B. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Identitas Responden

a. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sebanyak 60 responden dari BSI KCP Situbondo A. Yani diikutsertakan dalam sampel penelitian. Berdasarkan jenis kelamin responden berikut telah disusun:

Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	18	30%
Perempuan	42	70%
Total	60	100%

Sumber: Data Primer yang Diperoleh, Januari 2023

⁹⁴ Icha reviliani, Produk PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani, diwawancara oleh Mita Ika Andini, Situbondo, 17 Januari 2023.

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa nasabah BSI KCP Situbondo A.Yani yang diangkat dalam penelitian ini yaitu nasabah laki-laki berjumlah 18 sampel, nasabah perempuan 42 sampel, hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian lebih dominan berjenis kelamin perempuan. Lebih dominan berjenis kelamin perempuan pada nasabah BSI KCP Situbondo karena karir pekerjaan sekarang lebih banyak perempuan yang lebih dominan dalam pekerjaan sehingga lebih banyak nasabah yang berjenis kelamin perempuan, sedangkan pada masyarakat laki-laki lebih banyak yang mengelola keuangannya secara pribadi dari pada menggunakan jasa Bank.

b. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Sebanyak 60 responden dari BSI KCP Situbondo A.Yani berpartisipasi dalam penelitian ini. Berikut informasi yang menyertai tergantung pada usia responden dalam ulasan ini:

Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Umur Nasabah

Umur	Frekuensi	Persentase
17-25 tahun	12	20%
26-35 tahun	43	71,6%
36-45 tahun	5	8,4%
46-60 tahun	-	-
Total	60	100%

Sumber: Data Primer yang Diperoleh, Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa nasabah BSI KCP Situbondo A.Yani yang diangkat dalam penelitian ini yaitu nasabah berumur 17-25 tahun berjumlah 12 sampel, nasabah berumur 26-35 tahun berjumlah 43 sampel dan nasabah berumur 36-45 tahun berjumlah 5 sampel, hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian lebih dominan berumur 26-35 tahun. Lebih dominan berumur 26-35 tahun pada nasabah BSI KCP Situbondo karena pada usia tersebut lebih banyak yang produktif pada dunia pekerjaan sehingga nasabah yang lebih dominan menggunakan jasa Bank yaitu nasabah yang berumur 26-35 tahun. Sedangkan masyarakat pada usia 17-25 tahun terbelang masih remaja dan masih muda sehingga tidak banyak yang menggunakan Jasa Bank dalam mengelola keuangan pribadi.

2. Gambaran Jawaban Responden

Skala Likert, yang mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial, digunakan untuk mengevaluasi kuesioner dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian dan metode skala Likert untuk mengukur tanggapan responden (*Likert's Summated Ratings*).

Gambaran jawaban responden sebagai berikut :

a. Religiusitas (X1)

Frekuensi respon responden terhadap setiap pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel religiusitas memberikan gambaran tentang variabel tersebut, dapat dilihat pada tabel 4.3. berikut :

Tabel 4.3 Religiusitas (X1)

No	Keterangan	X1.1		X1.2		X1.3		X1.4	
		Jmlh	%	Jmlh	%	Jmlh	%	Jmlh	%
1.	Tidak Setuju	-	-	-	-	2	3,3%	2	3,3%
2.	Kurang Setuju		8,3%	5	8,3%	5	8,3%	5	8,3%
3.	Netral	13	22%	15	25%	9	15%	12	20%
4.	Setuju	18	30%	29	48%	28	47%	28	47%
5.	Sangat Setuju	24	40%	11	18%	16	27	13	22%
Jumlah		60	100%	60	100%	60	100%	60	100%

Sumber: Data Primer Yang Diolah, Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa hasil jawaban responden tentang religiusitas yang dimiliki nasabah Bank BSI KCP Situbondo A.Yani dinilai baik, hal ini dibuktikan dengan penilaian kuesioner yang lebih mendominasi yaitu penilaian setuju dan sangat setuju dengan jumlah 40%.

b. Motivasi Rasional (X2)

Frekuensi jawaban responden terhadap setiap pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel motivasi rasional menunjukkan gambaran dari variabel motivasi rasional, dapat dilihat pada tabel 4.4. berikut :

Tabel 4.4 Motivasi Rasional (X2)

No	Keterangan	X2.1		X2.2		X2.3		X2.4	
		Jmlh	%	Jmlh	%	Jmlh	%	Jmlh	%
1.	Tidak Setuju	1	1,7%	-	-	1	1,7%	-	-
2.	Kurang Setuju	5	8,3%	4	6,7%	8	13%	5	8,3%
3.	Netral	15	25%	12	20%	12	20%	14	23%
4.	Setuju	23	38%	28	47%	27	45%	32	53%
5.	Sangat Setuju	16	27%	16	27%	12	20%	9	15%
Jumlah		60	100%	60	100%	60	100%	60	100%

Sumber: Data Primer Yang Diolah, Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa hasil jawaban responden tentang motivasi rasional yang dimiliki nasabah Bank BSI KCP Situbondo A.Yani dinilai baik, hal ini dibuktikan dengan penilaian kuesioner yang lebih mendominasi yaitu penilaian setuju dan sangat setuju dengan jumlah 45%.

c. Emosional (X3)

Frekuensi tanggapan responden terhadap setiap pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel emosional menunjukkan gambaran variabel emosional ini, dapat dilihat pada tabel 4.4. berikut :

Tabel 4.5 Emosional (X3)

No	Keterangan	X3.1		X3.2		X3.3		X3.4	
		Jmlh	%	Jmlh	%	Jmlh	%	Jmlh	%
1.	Tidak Setuju	2	3,3%	1	1,7%	-	-	1	1,7%
2.	Kurang Setuju	2	3,3%	6	10%	9	15%	5	8,3%
3.	Netral	15	25%	11	18%	9	15%	11	18%
4.	Setuju	25	42%	32	53%	27	45%	31	52%
5.	Sangat Setuju	16	27%	10	17%	15	25%	12	20%
Jumlah		60	100%	60	100%	60	100%	60	100%

Sumber: Data Primer Yang Diolah, Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa hasil jawaban responden tentang emosional nasabah Bank BSI KCP Situbondo A.Yani dinilai baik, hal ini dibuktikan dengan penilaian kuesioner yang lebih mendominasi yaitu penilaian setuju dan sangat setuju dengan jumlah 45%.

d. Keputusan Nasabah (Y)

Frekuensi tanggapan responden terhadap setiap pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan nasabah

mengungkapkan bagaimana variabel tersebut dijelaskan, dapat dilihat pada tabel 4.4. berikut :

Tabel 4.6 Keputusan Nasabah (Y)

No	Keterangan	Y1.1		Y1.2		Y1.3		Y1.4	
		Jmlh	%	Jmlh	%	Jmlh	%	Jmlh	%
1.	Tidak Setuju	-	-	-	-	1	1,7%	1	1,7%
2.	Kurang Setuju	2	3,3%	4	6,7%	3	5%	5	8,3%
3.	Netral	14	23%	10	17%	13	22%	15	25%
4.	Setuju	27	45%	25	42%	25	42%	27	45%
5.	Sangat Setuju	17	28%	21	35%	18	30%	12	20%
Jumlah		60	100%	60	100%	60	100%	60	100%

Sumber: Data Primer Yang Diolah, Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa hasil jawaban responden tentang keputusan nasabah dalam menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani dinilai baik, hal ini dibuktikan dengan penilaian kuesioner yang lebih mendominasi yaitu penilaian setuju dan sangat setuju dengan jumlah 42%.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas memverifikasi bahwa alat yang digunakan benar-benar dapat mengukur variabel sasaran.⁹⁵ Validitas isi yang digunakan dalam penelitian ini menggambarkan kesesuaian suatu data meter dengan objek yang diukur. Biasanya digunakan untuk menentukan korelasi antara skor total dengan skor masing-masing item

⁹⁵ Sanusi Ariyanto, "Pengaruh Pelaksanaan Remote Audit Terhadap Kinerja Pemeriksa BPK Perwakilan Provinsi Riau Selama Masa Pandemi." *Journal Of Islamic Finance And Accounting Research* 1, no. 1 (2022): 19-29

instrumen.⁹⁶ Untuk mengetahui valid tidaknya skor kuesioner digunakan uji validitas. Ketika pernyataan pada kuesioner dapat memberikan informasi yang akan dinilai oleh kuesioner, itu dianggap valid.⁹⁷ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan software komputer SPSS 22 sebagai alat ukur untuk menilai reliabilitas temuannya (Static Package for the Social Science). Jumlah r hitung dan r tabel dibandingkan untuk melakukan tes ini. SPSS digunakan untuk mencari R hitung, dan tabel R dicari dengan melihatnya, menggunakan 0,05 sebagai persyaratan r minimum.

- 1) Apabila r hitung > dari r tabel maka item tersebut dikatakan valid.
- 2) Apabila r hitung < dari r tabel maka item tersebut dikatakan tidak valid. Hasil korelasi data pada uji validitas dapat dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel	R tabel 5% (60)	R Hitung	Signifikansi	Keterangan
Religiusitas (X1)				
X1.1	0,250	0,880	0,000	Valid
X1.2	0,250	0,836	0,000	Valid
X1.3	0,250	0,870	0,000	Valid
X1.4	0,250	0,879	0,000	Valid
Motivasi Rasional (X2)				
X2.1	0,250	0,891	0,000	Valid
X2.2	0,250	0,861	0,000	Valid
X2.3	0,250	0,892	0,000	Valid
X2.4	0,250	0,836	0,000	Valid
Emosional (X3)				

⁹⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, 2019)

⁹⁷ Sanusi Ariyanto, "Pengaruh Pelaksanaan Remote Audit Terhadap Kinerja Pemeriksa BPK Perwakilan Provinsi Riau Selama Masa Pandemi." *Journal Of Islamic Finance And Accounting Research 1*, no. 1 (2022): 19-29.

X3.1	0,250	0,871	0,000	Valid
X3.2	0,250	0,879	0,000	Valid
X3.3	0,250	0,875	0,000	Valid
X3.4	0,250	0,860	0,000	Valid
Keputusan Nasabah (Y)				
Y1.1	0,250	0,847	0,000	Valid
Y1.2	0,250	0,895	0,000	Valid
Y1.3	0,250	0,892	0,000	Valid
Y1.4	0,250	0,854	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, Januari 2023

Pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa Karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 dan nilai r hitung lebih dari r tabel atau 0,250 maka semua variabel dianggap sah dalam penelitian ini. Variabel tersebut meliputi agama, motif rasional, respons emosional, dan keputusan konsumen.

b. Uji Reliabilitas

Sebuah teknik untuk menentukan reliabilitas survei adalah kapasitasnya untuk mengukur sebuah konstruk atau variabel. Ketika subjek menanggapi survei dengan cara yang konsisten atau stabil sepanjang waktu, itu dianggap dikatakan reliabel.⁹⁸ Hasil korelasi data pada uji reabilitas dapat dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpa	Reabilitas	Keterangan
Religiusitas (X1)	0,60	0,833	Reabilitas diterima
Motivasi Rasional (X2)	0,60	0,834	Reabilitas diterima
Emosional (X3)	0,60	0,835	Reabilitas diterima
Keputusan Nasabah (Y)	0,60	0,835	Reabilitas diterima

Sumber: Data Primer diolah, Januari 2023.

⁹⁸ Sanusi Ariyanto, "Pengaruh Pelaksanaan Remote Audit Terhadap Kinerja Pemeriksa BPK Perwakilan Provinsi Riau Selama Masa Pandemi." *Journal Of Islamic Finance And Accounting Research* 1, no. 1 (2022): 19-29

Pada tabel 4.8 Informasi di atas menunjukkan bahwa semua variabel hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai total lebih dari 0,60 pada temuan SPSS, yang menunjukkan bahwa data tersebut reliabel atau konsisten. Menurut penelitian sebelumnya, kuesioner tentang religiositas, motif rasional, respons emosional, dan keputusan konsumen dianggap dapat dipercaya atau konsisten jika skor Cronbach's Alpha lebih dari 0,60.

2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Arah keterkaitan antara variabel dependen dan variabel independen juga ditunjukkan oleh analisis regresi linier berganda, yang mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih.⁹⁹

Tabel 4.9 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		<i>Collinearity Statistics</i>	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance VIF
1 (Constant)	1.590	0.653		2.434	0.018	
Religiusitas	0.382	0.101	0.410	3.772	0.000	0.154 6.498
Motivasi Rasional	0.239	0.116	0.245	2.069	0.043	0.130 7.716
Emosional	0.302	0.110	0.324	2.750	0.008	0.131 7.627

Sumber: Data Primer yang diolah, Januari 2023.

Berdasarkan tabel 4.9 diatas menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,590 + 0,382X_1 + 0,239X_2 + 0,302X_3 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

⁹⁹ Sanusi Ariyanto, "Pengaruh Pelaksanaan Remote Audit Terhadap Kinerja Pemeriksa BPK Perwakilan Provinsi Riau Selama Masa Pandemi." *Journal Of Islamic Finance And Accounting Research* 1, no. 1 (2022): 19-29

- a. $a =$ Kostanta sebesar 1,590 yang artinya nilai yang tetap, sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel religiusitas, motivasi rasional, emosional dinilai konstan, dan memiliki hubungan atau arah yang positif terhadap keputusan nasabah. Tanda positif pada nilai konstan artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan jika semua variabel independen yang meliputi religiusitas, motivasi rasional, emosional bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka nilai keputusan nasabah adalah 1,590.
- b. Variabel religiusitas X1 memiliki Nilai 0,382 untuk variabel agama X1 adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen religiusitas diasumsikan konstan maka keputusan nasabah akan naik sebesar 0,382 jika religiusitas tumbuh sebesar 1%. Sinyal positif menunjukkan hubungan satu arah antara variabel independen dan dependen (keputusan konsumen).
- c. Variabel motivasi rasional X2 memiliki nilai positif dan sama dengan 0,239. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen motivasi rasional diasumsikan konstan, maka keputusan pelanggan akan naik sebesar 0,239 jika motivasi rasional tumbuh sebesar 1%. Sinyal positif menunjukkan hubungan satu arah antara variabel independen dan dependen (keputusan konsumen).
- d. Variabel emosional X3 memiliki nilai positif dan sama dengan 0,302. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen emosional

diasumsikan konstan, maka peningkatan emosionalitas sebesar 1% akan mengakibatkan peningkatan pilihan konsumen sebesar 0,302. Sinyal positif menunjukkan hubungan satu arah antara variabel independen dan dependen (keputusan konsumen).

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas harus digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan apakah variabel independen dan dependen keduanya terdistribusi secara teratur. Model regresi yang berhasil akan menyertakan data yang terdistribusi secara normal atau hampir normal, yaitu pada sumbu diagonal dari bagan distribusi normal. Normal plot probability, yang membandingkan distribusi kumulatif sebenarnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal, digunakan untuk melakukan uji normalitas. Ghozali mengklaim bahwa penjelasan berikut menunjukkan uji kenormalan:¹⁰⁰

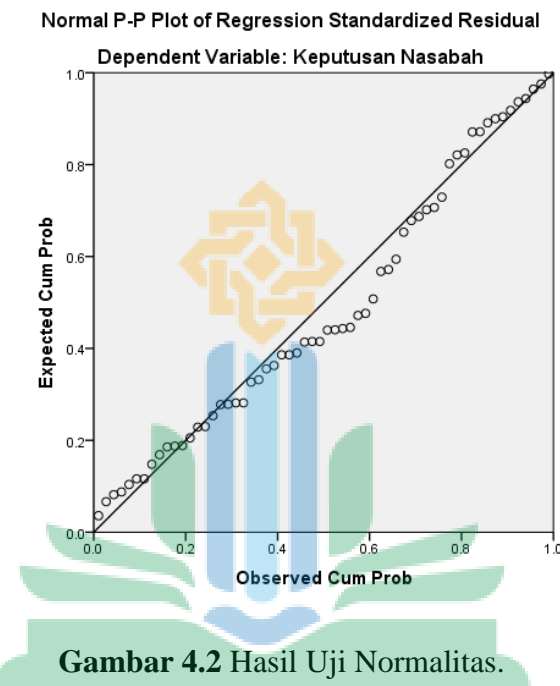
- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan bergerak searah dengan garis diagonal atau histogram menampilkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar luas dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, atau jika histogram menampilkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Tes statistik juga dapat digunakan untuk memeriksa kenormalan. versi non-

¹⁰⁰ Sanusi Ariyanto, "Pengaruh Pelaksanaan Remote Audit Terhadap Kinerja Pemeriksa BPK Perwakilan Provinsi Riau Selama Masa Pandemi." *Journal Of Islamic Finance And Accounting Research* 1, no. 1 (2022): 19-29

paramedis dari tes Kolmogorov-Smirnov (K-S). Membuat hipotesis adalah salah satu cara untuk melakukan uji K-S:

H_0 : Data residual berdistribusi normal.

H_A : Data Residual tidak berdistribusi normal.



Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.

Dari gambar 4.2 Variabel dependen Residu Standar Y dapat digunakan untuk menggambarkan situasi. Garis ini menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal, menunjukkan bahwa data dalam representasi grafik terdistribusi secara teratur.

b. Uji Multikolonieritas

Untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel bebas atau variabel bebas dalam model regresi, dilakukan uji multikolonieritas. Model regresi sehat jika tidak ada hubungan antara variabel independen. Variance Inflation Factor (VIF) dan angka toleransi dapat digunakan

untuk menentukan apakah terjadi multikolinearitas. Nilai toleransi yang lebih besar dari 0,1 atau sama dengan nilai VIF yang kurang dari 10 merupakan nilai cutoff yang sering digunakan untuk mengidentifikasi adanya multikolinearitas.¹⁰¹ Hasil pengujian multikolonieritas dapat dilihat pada tabel 4.10.

Tabel 4.10 Hasil Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Religiusitas (X1)	0,154	6,498	Tidak Ada Multikolonieritas
Motivasi Rasional (X2)	0,130	7716	Tidak Ada Multikolonieritas
Emosional (X3)	0,131	7,627	Tidak Ada Multikolonieritas

Sumber: Data primer Diolah yang diolah, Januari 2023.

Berdasarkan tabel 4.10 Di atas, semua variabel independen dapat ditunjukkan memiliki nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih rendah dari 10. Ghozali menegaskan bahwa nilai toleransi kurang dari 10 atau nilai VIF lebih dari 0,1¹⁰ adalah nilai batas yang biasanya digunakan untuk mengidentifikasi keberadaan multikolinearitas. Temuan menunjukkan bahwa faktor agama, motivasi rasional, dan multikolonieritas emosional tidak ada..

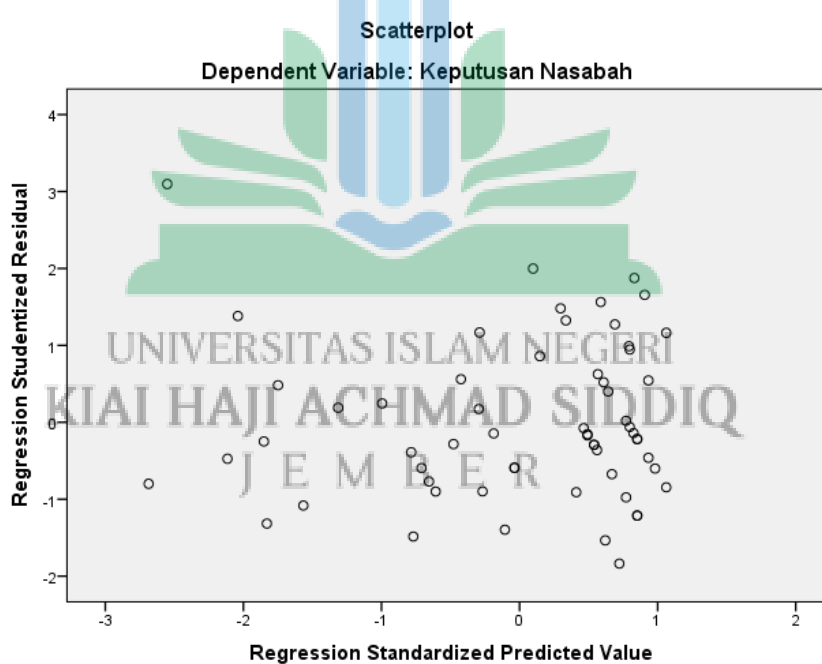
c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas menentukan apakah varian residu dalam model regresi bervariasi dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Heteroskedastisitas terjadi ketika variansnya berbeda, sedangkan homoskedastisitas terjadi ketika varians dan residual dari satu pengamatan

¹⁰¹ Sanusi Ariyanto, "Pengaruh Pelaksanaan Remote Audit Terhadap Kinerja Pemeriksa BPK Perwakilan Provinsi Riau Selama Masa Pandemi." *Journal Of Islamic Finance And Accounting Research* 1, no. 1 (2022): 19-29

sama. Model regresi yang tidak menunjukkan heteroskedastisitas merupakan model regresi yang baik. Untuk mengetahui apakah terjadi heteroskedastisitas, dapat dilihat grafik scatterplot dari variabel dependen. Jika pola tertentu tidak ada, maka terjadi heteroskedastisitas, begitu pula sebaliknya.¹⁰²

- 1) Heteroskedastisitas terjadi ketika muncul pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, lalu menyempit).
- 2) Sebaliknya, tidak ada heteroskedastisitas jika tidak ada pola yang terlihat dan titik-titik berjarak sama di atas dan di bawah angka 0.



Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Berdasarkan gambar 4.3 Seperti yang dapat diamati, titik-titik pada sumbu Y terdistribusi secara acak di atas dan di bawah 0. Dapat dikatakan

¹⁰² Sanusi Ariyanto, "Pengaruh Pelaksanaan Remote Audit Terhadap Kinerja Pemeriksa BPK Perwakilan Provinsi Riau Selama Masa Pandemi." *Journal Of Islamic Finance And Accounting Research* 1, no. 1 (2022): 19-29

bahwa model regresi tidak memiliki heteroskedastisitas. Hal ini sejalan dengan pernyataan Ghozali bahwa jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y^{11} , maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Hasil Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji t digunakan untuk menentukan seberapa besar variasi variabel dependen yang dapat dipertanggung jawabkan oleh pengaruh satu variabel independen.¹⁰³ Pada penelitian ini uji t dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut :

Tabel 4.11 Hasil Uji t

Variabel	t table	t hitung	Signifikasi
Religiusitas (X1)	2,000	3,772	0,000
Motivasi Rasional (X2)	2,000	2,069	0,043
Emosional (X3)	2,000	2,750	0,008

Sumber: Data Primer yang diolah, Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.11 diatas hasil uji t dapat dijelaskan sebagai

Berikut:

- a. H1 : Apakah religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani.

¹⁰³ Sanusi Ariyanto, "Pengaruh Pelaksanaan Remote Audit Terhadap Kinerja Pemeriksa BPK Perwakilan Provinsi Riau Selama Masa Pandemi." *Journal Of Islamic Finance And Accounting Research* 1, no. 1 (2022): 19-29

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar $3,772 > 2,000$ dari variabel religiusitas memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05 (= 5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani. Hal ini dikatakan berpengaruh karena penggunaan jasa Bank Syariah tentunya akan dimiliki masyarakat yang memiliki jiwa religiusitas yang baik dari pada yang menggunakan Bank Konvensional, nasabah yang menggunakan Bank Syariah lebih memahami hukum yang berlaku sesuai dengan religiusitas yang diyakini, tentunya religiusitas memiliki pengaruh terhadap keputusan yang akan diambil.

- b. H_2 : Apakah motivasi rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar $2,069 > 2,000$ dari variabel motivasi rasional memiliki nilai signifikansi sebesar $0,043 < 0,05 (= 5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel motivasi rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani. Hal ini dikatakan berpengaruh karena dengan memiliki motivasi yang rasional nasabah akan memilih keuntungan yang lebih baik untuk mengambil keputusa

yang akan diambil, seperti halnya keuntungan yang dieberikan Bank BSI KCP Situbondo dirasa lebih baik dari pada Bank Konvensional, tentunya motivasi rasional memiliki pengaruh terhadap keputusan yang akan diambil.

- c. H3 : Apakah emosional berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar $2,750 > 2,000$ dari variabel emosional memiliki nilai signifikansi sebesar $0,008 < 0,05 (= 5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel emosional berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani. Hal ini dikatakan berpengaruh karena setiap nasabah dalam melakukan apapun akan merasakan emosional yang berbeda seperti halnya dalam menggunakan jasa keuangan yang diambil, sehingga emosional yang muncul mengakibatkan keputusan yang akan diambil akan dipilih sesuai dengan keputusannya, tentunya emosional memiliki pengaruh terhadap keputusan yang akan diambil.

5. Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat diperkirakan dengan menggunakan nilai koefisien determinasi berganda (R^2). Rentang koefisien determinasi adalah 0 sampai 1. Garis regresi dalam model memberikan kontribusi 100% terhadap perubahan

variabel dependen jika R square atau $R^2 = 1$.¹⁰⁴ Jika R^2 adalah nol, model tidak dapat mempengaruhi atau berkontribusi terhadap perubahan variabel dependen. Jika modelnya mendekati satu, kecocokannya akan lebih baik. Uji empiris dengan menggunakan koefisien determinasi menghasilkan temuan sebagai berikut (R^2):

Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi Berganda R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.948 ^a	0.898	0.893	1.02195	2.027

Sumber: Data Primer yang diolah, Januari 2023

Berdasarkan hasil analisis yang bisa dilihat pada tabel 4.12 temuan koefisien determinasi ganda (R^2) sebesar 0,893 data menunjukkan bahwa 89,3% perubahan pilihan konsumen didorong oleh agama, motivasi emosional, dan motivasi rasional, dengan sisa 10,7% disebabkan oleh variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam persamaan regresi yang dibuat.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah

Hipotesis pertama yang telah dipaparkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani. Tingkat signifikansi variabel religiusitas yang dihasilkan sebesar 0,000 lebih rendah dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebesar 0,05 (0,000 < 0,05), dan T_{hitung} variabel religiusitas yang dihasilkan sebesar 3,772 lebih besar dari T_{tabel} yang telah ditentukan yaitu

¹⁰⁴ Sanusi Ariyanto, "Pengaruh Pelaksanaan Remote Audit Terhadap Kinerja Pemeriksa BPK Perwakilan Provinsi Riau Selama Masa Pandemi." *Journal Of Islamic Finance And Accounting Research* 1, no. 1 (2022): 19-29

sebesar menjadi 2.000 ($3.772 > 2.000$), sebagaimana dibuktikan. Hasilnya H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa agama berpengaruh besar terhadap keputusan menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A. Yani.

Nasabah yang menggunakan layanan Bank BSI KCP Situbondo A. Yani cenderung lebih religius dibandingkan dengan nasabah lainnya. Hal ini terlihat dari tingkat kepercayaan pelanggan terhadap keakuratan ajaran agama fundamentalis dan dogmatis mereka. Keyakinan atau ideologi pertama merupakan dimensi religiusitas yang mengandung harapan agar umat beragama menganut pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin. pengalaman atau pengalaman keduanya. Faktor ini mengukur seberapa patuh konsumen Muslim terhadap agama mereka dan aktivitas keagamaan yang disarankan dengan mengidentifikasi efek dari keyakinan agama, praktik, pengalaman, dan pengetahuan pelanggan sehari-hari. Komponen ketiga adalah pengetahuan agama atau intelektual, yang menggambarkan seberapa besar kesadaran klien terhadap ajaran agamanya, terutama yang terdapat dalam kitab-kitab suci lainnya. Amalan keempat, atau konsekuensi, menilai seberapa banyak tindakan klien dalam kehidupan sehari-hari dipandu oleh keyakinan agamanya, seperti apakah dia mengulurkan tangan membantu mereka yang membutuhkan atau menyerahkan kekayaannya, antara lain.

Religiusitas memiliki kesamaan dari beberapa istilah, namun diantaranya kepercayaan, kesalehan, dan pengabdian. Religiusitas

merupakan tingkat keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama, dan konsekuensi seseorang dalam berhubungan dengan Allah SWT sebagai upaya untuk mencari makna kehidupan, sehingga dalam penelitian ini membuktikan jika nasabah yang menggunakan jasa bank syariah merupakan suatu kepercayaan dari diri nasabah untuk melakukan hal yang baik menurut keyakinannya dan suatu praktik ketaatan kepada kepercayaannya. Pengetahuan dan seberapa kokoh keyakinan masyarakat baik dalam pelaksanaan ibadah dan kaidah dibuktikan dengan praktik yang dilakukan. Religiusitas juga dapat dijelaskan dengan suatu penghayatan agama khususnya masyarakat atau nasabah BSI KCP Situbondo A.Yani yang menyangkut keyakinan, nilai dan perilaku yang didorong oleh kekuatan spiritual dari dalam diri masing-masing.

Menurut penelitian Broto Judono sebelumnya, sikap petani dalam memilih bank syariah untuk pembiayaan lebih langsung dipengaruhi oleh faktor pemahaman rasional tentang pembiayaan syariah. Fokus pada maksimalisasi laba juga dikenal sebagai laba operasional adalah inti dari persepsi petani tentang pendanaan bank syariah. Namun, belum terbukti bahwa keputusan petani untuk memilih bank syariah untuk pembiayaan secara langsung dipengaruhi oleh agama atau primordialisme.¹⁰⁵ Menurut penelitian Imtihan, keputusan guru UNU Sumbar untuk menggunakan layanan perbankan syariah dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh agama dan emosionalitas mereka. Sementara itu, penilaian instruktur UNU

¹⁰⁵ Judono, B. *pengaruh pemahaman rasional pembiayaan syariah dan religiusitas petani terhadap sikap petani dalam memilih Bank Syariah*. (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 2016). 4-1

Sumber terkait penggunaan layanan perbankan syariah berdampak negatif dan signifikan terhadap transaksi murabahah.¹⁰⁶

2. Pengaruh Motivasi Rasional Terhadap Keputusan Nasabah

Hipotesis kedua yang telah dipaparkan bahwa motivasi rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani. Dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel motivasi rasional yang dihasilkan sebesar 0,043 lebih kecil dari taraf signifikansi yang telah ditentukan sebesar 0,05 ($0,043 < 0,05$), dan T_{hitung} dari variabel motivasi rasional yang dihasilkan 2,069 lebih besar dari T_{tabel} yang telah ditentukan yaitu sebesar 2,000 ($2,069 > 2,000$). Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat diartikan bahwa motivasi rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani.

Motivasi rasional yang dimiliki nasabah dalam menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani diantaranya pertama kesempatan investasi (*Opportunity for more investment*) merupakan seberapa luas atau besarnya peluang perusahaan dalam hal investasi, maka dari hal ini nasabah merasa bahwa dengan menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani akan memberikan kemudahan nasabah dalam berinvestasi. Kedua kemudahan dan efisiensi dalam penggunaan (*handiness and efficiency in operation use*), nasabah Bank BSI KCP Situbondo A.Yani merasa diberi kemudahan dalam penggunaan setiap produk jasa yang ditawarkan oleh

¹⁰⁶ Imtihan, I. *Pengaruh Religiusitas, Transaksi Murabahah dan Emosional Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Studi Kasus Pada Dosen UNU Sumatera Barat*. (Perbanas Journal of Islamic Economics and Business, 2022). 2(1).

Bank BSI KCP Situbondo A.Yani. Ketiga kehandalan dalam kualitas dan penggunaan (*Dependability in quality and use*), nasabah merasa karyawan Bank BSI KCP Situbondo A.Yani sangat handal dalam memberikan penjelasan produk jasa yang ditawarkan, dan produk yang diberikan pun sangat baik dan berkualitas. Dan keempat nilai tambah ekonomi (*Added value for economic*), nasabah Bank BSI KCP Situbondo A.Yani merasa dengan menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani menjadi nilai tambah bagi perekonomian pribadi dan keluarganya.

Motif rasional adalah motif yang berdasarkan alasan atau penilaian dari proses berpikir masyarakat, dan hal tersebut dilakukan secara sadar. Motivasi rasional seperti fungsi, kebutuhan, kualitas pelayanan, garansi, tersedianya bantuan teknis, keuntungan finansial, dan tahan lama ada karena dapat memberikan keuntungan bagi setiap masyarakat. Masyarakat Situbondo khususnya nasabah BSI KCP Situbondo A.Yani merasa diuntungkan dengan menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani seperti keuntungan finansial, kebutuhan dan lainnya. Setiap masyarakat tentunya memiliki motifnya masing-masing dalam memenuhi kebutuhannya, namun motivasi rasional ada karena alasan atau penilaian dari proses berpikir yang jernih. Motivasi rasional merupakan istilah rasionalitas yang menyatakan memilih suatu alasan karena betul-betul obyektif, bagi secara kegunaan, keuntungan maupun kerugian yang diperoleh. Jadi pada kesimpulannya nasabah termotivasi secara rasional karena sudah memikirkan secara rasional dalam menggunakan jasa bank

BSI KCP Situbondo A.Yani baik dari segi keuntungan maupun kerugian yang diperoleh, karena pada dasarnya motif rasional adalah motif yang menurut pikiran yang sehat, patut, dan layak dan motif yang berdasarkan pada alasan atau penilaian dari proses berpikir.

Penelitian ini konsisten dengan temuan Sri Ernawati bahwa mahasiswa Bima College of Economics (STIE) memiliki preferensi yang kuat terhadap smartphone Samsung sebagai hasil dari motivasi rasional mereka. Motivasi emosional secara signifikan mempengaruhi loyalitas merek siswa Bima College of Economics (STIE) terhadap smartphone Samsung, dan motivasi rasional dan motivasi emosional secara signifikan mempengaruhi loyalitas ini secara bersamaan. Menurut riset Riski Utama, baik unsur emosional maupun rasional telah terbukti berdampak pada keputusan konsumen mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya untuk memilih produk tabungan dari lembaga keuangan syariah baik secara bersamaan maupun bersama-sama.¹⁰⁷

3. Pengaruh Emosional Terhadap Keputusan Nasabah

Teori ketiga yang dikemukakan adalah memilih untuk menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani sangat dipengaruhi oleh faktor emosional. Bukti untuk ini dapat dilihat pada kenyataan bahwa nilai signifikansi variabel emosional yang dihasilkan adalah 0,008 kurang dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan sebesar 0,05 (0,008 < 0,05) dan bahwa T_{hitung} lebih tinggi dari T_{table} variabel emosional yang dihasilkan

¹⁰⁷ Putry, Nur Anita Chandra, Dewi Kusuma Wardani, dan Deviska Panggalih Jati. "Pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha melalui motivasi sebagai variabel intervening." *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 6, no. 1 (2020): 14-24.

sebelumnya sebesar 2,000 ($2,750 > 2,000$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa faktor emosional sangat mempengaruhi pilihan untuk menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani karena H_0 ditolak dan H_1 disetujui.

Emosional yang dimiliki nasabah dalam menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo A.Yani diantaranya pertama *self awareness*/kesadaran diri, kemampuan nasabah untuk bisa mengidentifikasi dan memahami dirinya secara utuh, baik dari sifat, karakter, emosi, perasaan, pikiran dan cara adaptasi dengan lingkungan bank. Kedua *self management*/pengaturan diri, kemampuan mengembangkan pribadi dan profesionalitas nasabah secara mandiri tanpa adanya pengaruh eksternal. Ketiga *motivation*/motivasi, proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan nasabah dalam mencapai tujuannya. Dan keempat *social awarness*/empati, kemampuan untuk bisa membaca, menyadari, serta memahami apa yang dialami oleh nasabah dalam lingkungannya.

Keadaan emosional terdiri dari ide atau sensasi tertentu, kondisi biologis atau psikologis, dan sejumlah kecenderungan untuk bertindak. Ini disebut sebagai aspek emosional dalam aktivitas apa pun dan cukup penting karena akan mempengaruhi timbal balik yang akan terjadi. Emosional nasabah BSI KCP Situbondo A.Yani merupakan suatu sikap keinginan yang tinggi dalam diri nasabah yang dipengaruhi oleh banyak hal, sehingga timbul kondisi keinginan dan tidakan dari diri nasabah. Kapasitas seseorang untuk menerima, menilai, mengelola, dan mengendalikan tidak hanya

dirinya sendiri tetapi juga orang-orang di sekitarnya dapat diartikan sebagai emosional—suatu kondisi yang tidak dapat dikendalikan oleh masyarakat. Perasaan emosional juga dapat diartikan sebagai suatu kondisi yang dapat mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Dekat dengan rumah pada dasarnya adalah keinginan untuk bertindak, sebagai aturan perasaan adalah tanggapan individu terhadap perbaikan dari luar dan dalam daerah setempat, sehingga individu yang memiliki perasaan besar umumnya akan mencapai sesuatu yang bermanfaat dan melakukan sesuai legalisme yang mereka miliki dan inspirasi yang masuk akal yang ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa suatu kondisi emosional yang timbul dari diri masyarakat khususnya nasabah BSI KCP Situbondo A.Yani yang memiliki kecenderungan untuk berbuat sesuatu yaitu untuk memilih dan menggunakan jasa bank yang diinginkannya.

Penelitian ini sependapat dengan temuan Sabariah, yang menyatakan bahwa karena uji F menghasilkan hasil 35,908 dan nilai signifikan 0,000 yang kurang dari 0,05, H_1 diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan mahasiswa mengenai produk Bank Syariah Indonesia dipengaruhi secara bersamaan oleh faktor emosional dan rasional.¹⁰⁸ Menurut riset Sandi Amaldi Siregar, karakteristik produk dan agama sama-sama mempengaruhi keinginan konsumen untuk menabung di BNI Syariah. Layanan dan kepuasan berdampak pada kesediaan nasabah untuk menabung bersama BNI Syariah. Selain itu, tingkat minat menabung di BNI Syariah

¹⁰⁸ Sabariah, S., Diana, N., & Alrasyid, H. *Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Produk Bank Syariah Indonesia, Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang*. (El-Aswaq, 2022), 1-1, 1–12.

sangat dipengaruhi oleh agama, karakteristik produk, layanan, dan kebahagiaan nasabah.¹⁰⁹



¹⁰⁹ Putry, Nur Anita Chandra, Dewi Kusuma Wardani, dan Deviska Panggalih Jati. "Pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha melalui motivasi sebagai variabel intervening." *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 6, no. 1 (2020): 14-24.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Peneliti dapat menarik kesimpulan berikut dari pengumpulan dan analisis data penelitian ini:

1. Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo, dapat dibuktikan dengan hasil uji t pada variabel religiusitas memiliki nilai yang kurang dari nol koma lima, temuan ini berarti semakin baik religiusitas yang dimiliki nasabah, maka keputusan penggunaan jasa bank pada BSI KCP Situbondo akan meningkat.
2. Motivasi rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo, dapat dibuktikan dengan hasil uji t pada variabel motivasi rasional memiliki nilai yang kurang dari nol koma lima, temuan ini berarti semakin baik motivasi rasional yang dimiliki nasabah, maka keputusan penggunaan jasa bank pada BSI KCP Situbondo akan meningkat.
3. Emosional berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa Bank BSI KCP Situbondo, dapat dibuktikan dengan hasil uji t pada variabel emosional memiliki nilai yang kurang dari nol koma lima, temuan ini berarti semakin baik emosional yang dimiliki nasabah, maka keputusan penggunaan jasa bank pada BSI KCP Situbondo akan meningkat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini maka peneliti dapat memberi saran sebagai berikut :

1. Bagi Bank BSI KCP Situbondo disarankan dapat mengoptimalkan produk pelayanan bank, karena berdasarkan temuan penelitian bahwa religiusitas dapat mempengaruhi keputusan nasabah, jadi PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani dapat meningkatkan keinginan nasabah dalam penggunaan jasa Bank dengan pengoptimalan secara maksimal sehingga nasabah BSI KCP Situbondo dapat merasa puas dari segi keuntungan yang diperoleh.
2. Bagi PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani disarankan dapat memotivasi nasabah dengan memberikan penjelasan dan pemahaman akan kelebihan-kelebihan produk PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani kepada nasabah, sehingga nasabah PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani merasa diuntungkan, sehingga motivasi rasional nasabah timbul dengan penilaian yang baik, sesuai dengan temuan penelitian ini bahwa motivasi rasional dapat mempengaruhi keputusan nasabah.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dengan lebih mengembangkan dan memperluas responden penelitian sehingga variabel yang akan digunakan untuk menilai keputusan nasabah dapat dideskripsikan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashfaq, S. Kashifurrehman & Saif, M.I. *“Islamic Banking Experience of Pakistan: Comparison Between Islamic and Conventional Banks”*. *International Journal of Business and Managements*, Vol 5, No 2, 2010.
- Assauri, Sofjan. *”Manajemen Pemasaran dasar, Konsep dan strategi”*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Astogini, Dwiwiyati. Wahyudin. dan Wulandari ,Siti Zulaikha. *”Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal”*, Purwokerto: 2011.
- Diana Yumanita Ascarya, *Bank Syariah: Gambaran Umum*, (Indonesia: PPSK BI, 2005).
- Ernawati, S. *“Pengaruh Motivasi Rasional Dan Motivasi Emosional Terhadap Loyalitas Merek Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Bima)”*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis (JEB)*, Vo 1, No1, 2016.
- Gibson. *“Religiusitas Culture”*. Jakarta: Erlangga, 2010.
- Goleman, Daniel. *“Kecerdasan Emosional Untuk Mencapai Puncak Prestasi”*. Alih bahasa : Alex Tri Kantjono Widodo. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2002.
- Hasan, Ali *“Marketing Bank Syariah”* h 55, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Hasanah, F. *“Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah”*. *BALANCE Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, Vol 4, No 1, 2019.
- Hasanah, Fadhilatul. "Pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa universitas muhammadiyah Palembang pada bank syariah." *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis* 4, no. 1 2019.
- Hasibuan, Malayu S.P. *“Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah”*. Edisi Revisi, Jakarta: Bumi Aksara 2015.
- Heri Sudarsono. *“Bank & Lembaga Keuangan Syari’ah”*. Cetakan ke-2 Yogyakarta: Ekonisia, 2008.
- Imtihan, I. *“Pengaruh Religiusitas, Transaksi Murabahah dan Emosional Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus*

Pada Dosen UNU Sumatera Barat)". *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, Vol 2, No 1, 2022.

- Ismail. *"Perbankan Syariah"* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- John W Creswell. *"Research Design: Qualitative & Quantitative Approach"* London: Sage, 1993. <https://id.wikipedia.org/wiki/Teori>.
- Judono, B. *"Pengaruh Pemahaman Rasional Pembiayaan Syariah Dan Religiusitas Petani Terhadap Sikap Petani Dalam Memilih Bank Syariah"*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol 4, No 1, 2016.
- Karim, Adiwarmanto A. *"Bank Islam: Analisa Fiqih dan Keuangan"*, Karisma putrautama offset, 2004.
- Kasmir. *"Customer Service Excellent Teori dan Praktik"*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Kasmir. *"Dasar-dasar perbankan"* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *"Prinsip-prinsip pemasaran"*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *"Manajemen Pemasaran"* Jilid 1, edisi 13, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009.
- Loo, M. *"Attitudes and Perceptions Towards Islamic Banking Among Muslims and Non-Muslim in Malaysia: Implications for Marketing to Baby Boomers and X-Generation"*. *International Journal of Arts and Sciences*, Vol 3, No13, 2010.
- Mohammad. *"Manajemen Pembiayaan Bank Syariah"*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2005.
- P. Usanti, Trisadini .Abd. Shomad. *"Transaksi Bank Syariah"* Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011.
- Purba, et al. *Metode Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021,44
- Putry, Nur Anita Chandra, Dewi Kusuma Wardani, dan Deviska Panggalih Jati. "Pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha melalui motivasi sebagai variabel intervening." *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 6, no. 1 (2020): 14-24.
- Reza, Iredho. Gramedia, Fani. *"Hubungan Antara Religiusitas Dengan Moralitas Pada Remaja Di Madrasah Aliyah"*, Jakarta: 2013.

- Sanusi Ariyanto, "Pengaruh Pelaksanaan Remote Audit Terhadap Kinerja Pemeriksa BPK Perwakilan Provinsi Riau Selama Masa Pandemi." *Journal Of Islamic Finance And Accounting Research* 1, no. 1, 2022.
- Sari, Yunita dkk. "Religiusitas pada *hijabers community*" Bandung. *prosiding seminar nasional penelitian dan PKM Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 2012.
- Schiffman & Kanuk. "*Perilaku Konsumen*" (edisi 7). Jakarta: *Prentice Hall*, 2004.
- Schiffman dan Kanuk. "*Perilaku Konsumen*". Edisi kedua. Jakarta: PT. Indeks, 2007.
- Setiadi, Edy. "*Jumlah Rekening Bank Syariah Masih Minim*" <http://bisnis.liputan6.com/read/2019035/jumlah-rekening-bank-syariah-masih-minim>
- Sugiyono. "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*". Bandung: Alfabeta, 2019.
- Tjiptono, Fandi. "*Service, Quality & Satisfaction*" Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014.
- Uno, B. Hamzah. "*Teori Motivasi dan Pengukurannya*" Jakarta: Bumi Aksara, 2012.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mita Ika Andini

NIM : E20191006

Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah/Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 04 April 2023
Saya yang menyatakan



MITA IKA ANDINI
NIM.E20191006

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Saudara/i Di tempat

Assalamualaikum Wr.Wb.

Melalui surat ini, saya Mita Ika Andini merupakan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, sedang melaksanakan penelitian dengan judul **"PENGARUH RELIGIUSITAS, MOTIVASI RASIONAL DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk KCP SITUBONDO A.YANI"**

Sehubungan dengan dilaksanakannya penelitian ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berkenan mengisi kuisisioner ini dengan benar guna untuk membant saya dalam proses penulisan penelitian menjadi lebih baik.

Identitas dan jawaban anda akan saya simpan secara rahasia dan tidak dibocorkan oleh pihak manapun.

Terima kasih atas partisipasi anda untuk mengisi kuisisioner ini.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Hormat Saya

Mita Ika Andini

PENILAIAN KEPUTUSAN NASABAH

1. Jawablah pertanyaan ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu.
2. Pilihlah jawaban dari tabel daftar pertanyaan dengan memberi **tanda checklist** (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Bapak/Ibu. Adapun makna tanda jawaban tersebut sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju Skor : 5

S : Setuju Skor : 4

N : Netral Skor : 3

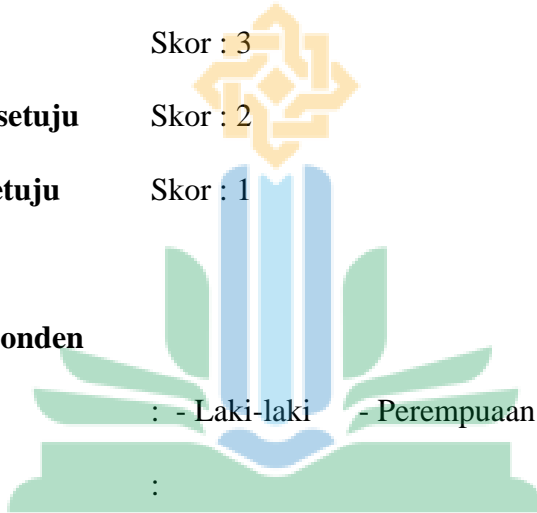
KS : Kurang setuju Skor : 2

TS : Tidak Setuju Skor : 1

B. Identitas Responden

Jenis kelamin : - Laki-laki - Perempuan

Umur :



No	Pernyataan	SS	S	N	KS	TS
A Religiusitas						
1	Nasabah BSI KCP Situbondo A. Yani memiliki keyakinan dan ideologis yang tinggi akan syariat agama					
2	Nasabah BSI KCP Situbondo A. Yani memiliki pengalaman yang baik disaat menggunakan jasa BSI KCP Situbondo A. Yani					
3	Nasabah BSI KCP Situbondo A. Yani memiliki pengetahuan agama dan intelektual yang baik					
4	Nasabah BSI KCP Situbondo A. Yani memiliki Konsekuensi yang baik dalam menggunakan BSI KCP Situbondo A. Yani					
B Motivasi rasional						
1	Nasabah BSI KCP Situbondo A. Yani merasa dengan menggunakan BSI KCP Situbondo A. Yani akan memiliki kesempatan untuk berinvestasi					

2	Nasabah BSI KCP Situbondo A. Yani merasa mudah dan efisien dengan menggunakan jasa BSI KCP Situbondo A. Yani					
3	Nasabah BSI KCP Situbondo A. Yani merasa karyawan BSI KCP Situbondo A. Yani handal dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah					
4	Nasabah BSI KCP Situbondo A. Yani merasa memiliki nilai tambah ekonomi dalam menggunakan BSI KCP Situbondo A. Yani					
C Emosional						
1	Nasabah BSI KCP Situbondo A. Yani memiliki kesadaran diri dalam menggunakan jasa bank syariah					
2	Nasabah BSI KCP Situbondo A. Yani memiliki pengaturan diri yang baik dalam menggunakan jasa bank syariah					
3	Nasabah BSI KCP Situbondo A. Yani memiliki motivasi yang baik dalam menggunakan jasa bank syariah					
4	Nasabah BSI KCP Situbondo A. Yani memiliki empati yang baik					
D Keputusan Nasabah						
1	Saya merasa mantap dalam menggunakan jasa BSI KCP Situbondo A. Yani					
2	Saya memutuskan menggunakan jasa BSI KCP Situbondo A. Yani karena <i>Brand BSI</i> bagus					
3	Saya menggunakan jasa BSI KCP Situbondo A. Yani karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pribadi					
4	Saya terkadang merekomendasikan jasa BSI KCP Situbondo A. Yani kepada teman dekat maupun orang lain					



Rekapitulasi Kuesioner

NO	Religiusitas X1				Total	Motivasi Rasional X2				Total	Emosional X3				Total	Keputusan Nasabah Y				Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	
1	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17
2	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	3	3	2	3	11	3	3	4	3	13
3	3	3	4	4	14	3	3	4	3	13	3	3	2	3	11	4	3	3	3	13
4	3	2	3	2	10	3	3	2	2	10	3	2	2	2	9	3	3	3	2	11
5	4	4	5	5	18	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
6	3	2	3	2	10	2	3	2	2	9	3	2	2	2	9	3	2	2	2	9
7	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
8	2	3	2	3	10	3	3	2	3	11	2	3	2	3	10	2	3	2	3	10
9	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17
10	2	2	2	1	7	3	2	3	3	11	3	2	3	3	11	3	3	3	1	10
11	3	3	4	3	13	3	3	3	4	13	3	3	4	3	13	3	3	4	3	13
12	4	4	4	5	17	4	5	4	4	17	4	4	4	3	15	5	4	4	5	18
13	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14	4	3	4	3	14
14	5	5	4	5	19	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18	4	5	4	5	18
15	4	4	3	4	15	3	4	4	4	15	4	4	3	3	14	4	4	3	4	15
16	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	3	3	4	4	14	3	4	3	4	14
17	4	4	4	5	17	5	5	5	4	19	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
18	5	4	4	5	18	4	5	3	4	16	5	4	4	5	18	4	5	5	5	19
19	5	4	5	4	18	4	5	5	4	18	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18



20	4	3	5	4	16	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
21	3	4	4	4	15	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18	4	5	4	4	17
22	4	5	4	4	17	4	5	5	4	18	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
23	5	5	3	3	16	3	3	4	4	14	4	4	4	3	15	4	4	4	3	15
24	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18
25	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	4	5	5	5	19
26	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	5	4	4	4	17
27	3	3	3	4	13	3	4	4	3	14	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15
28	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	4	5	4	5	18	4	4	5	5	18
29	3	3	3	3	12	3	4	3	4	14	3	4	3	4	14	3	4	3	3	13
30	5	4	4	4	17	5	4	4	5	18	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16
31	4	4	3	4	15	3	4	3	4	14	3	4	3	4	14	3	4	3	4	14
32	5	5	4	4	18	4	4	3	4	15	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18
33	4	4	4	5	17	4	3	3	4	14	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18
34	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	5	5	5	4	19
35	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17	4	5	4	5	18	4	5	4	4	17
36	5	4	5	5	19	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19
37	5	5	5	4	19	4	4	5	4	17	3	3	4	4	14	4	5	4	4	17
38	4	4	4	3	15	4	4	3	4	15	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16
39	5	5	4	4	18	5	4	4	4	17	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18
40	4	4	5	5	18	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18
41	5	4	5	4	18	4	5	5	4	18	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17
42	5	5	5	4	19	4	5	4	5	18	4	5	5	4	18	4	5	4	5	18



43	5	4	5	4	18	5	5	5	4	19	5	4	5	4	18	5	5	5	4	19
44	5	5	4	5	19	4	4	4	5	17	4	4	5	4	17	4	4	5	5	18
45	2	2	1	2	7	2	2	1	2	7	1	2	2	1	6	2	2	1	2	7
46	5	4	5	4	18	5	5	4	5	19	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18
47	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17
48	3	3	2	3	11	2	3	2	3	10	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
49	3	4	5	4	16	3	4	4	4	15	4	4	3	5	16	5	4	4	4	17
50	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17
51	2	3	2	2	9	1	3	2	2	8	3	2	2	2	9	3	3	3	2	11
52	3	3	4	3	13	3	4	3	3	13	4	3	3	4	14	3	4	3	3	13
53	4	4	3	3	14	4	4	3	3	14	4	4	4	3	15	4	4	4	3	15
54	3	3	2	2	10	2	2	2	2	8	1	2	2	2	7	3	2	2	2	9
55	5	3	4	4	16	3	4	4	3	14	3	4	4	4	15	4	4	4	3	15
56	4	5	4	4	17	5	5	4	4	18	5	5	5	4	19	4	5	5	4	18
57	4	3	3	3	13	3	3	2	3	11	3	3	4	4	14	3	3	3	3	12
58	5	3	4	3	15	4	5	4	3	16	4	4	4	4	16	5	5	5	3	18
59	2	2	1	1	6	2	2	2	3	9	2	1	2	2	7	3	2	3	3	11
60	5	4	5	4	18	5	4	5	3	17	5	4	4	4	17	5	4	5	3	17



Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR VARIABEL	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH
Analisis Religiusitas, Moitvasi Rasional Dan Emosional Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa PT.Bank Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani	Religiusitas	1. Keyakinan atau ideologis 2. Pengalaman atau eksperinsia 3. Pengetahuan Agama atau Intelektual 4. Konsekuensi atau Pengamalan	1. Data primer dan data sekunder 3. Observasi 4. Kuesioner 5. Dokumentasi	1. Pendekatan kuantitatif. 2. Jenis penelitian <i>explanatory research</i> . 3. Lokasi penelitian Bank BSI KCP Situbondo 4. Teknik instrumen pengumpulan data : a. Observasi b. Kuesioner c. Dokumentasi 5. Alat analisis regresi linear berganda	1. Apakah religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT.BSI,Tbk KCP Situbondo A.Yani. 2. Apakah motivasi rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT.BSI,Tbk KCP Situbondo A.Yani. 3. Apakah emosional berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa PT.BSI,Tbk KCP Situbondo A.Yani.
	Moitvasi Rasional	1. Kesempatan investasi 2. Kemudahan dan efisiensi dalam penggunaan 3. Keandalan dalam kualitas dan penggunaan 4. Nilai tambah ekonomi			
	Emosional	1. <i>Self Awareness</i> / Kesadaran Diri 2. <i>Self Management</i> / Pengaturan Diri 3. <i>Motivation</i> / Motivasi 4. <i>Social Awarness</i> / Empati			
	Keputusan Nasabah	1. Kemantapan penggunaan setelah mengetahui informasi produk jasa. 2. Memutuskan untuk menggunakan jasa karena brand yang disukai. 3. Menggunakan jasa karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. 4. Menggunakan jasa karena mendapat rekomendasi dari orang lain			

Hasil Olah Data SPSS

A. Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Religiusitas
X1.1	Pearson Correlation	1	.694**	.711**	.641**	.880**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	.694**	1	.563**	.686**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	.711**	.563**	1	.707**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X1.4	Pearson Correlation	.641**	.686**	.707**	1	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60
Religiusitas	Pearson Correlation	.880**	.836**	.870**	.879**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Motivasi rasional
X2.1	Pearson Correlation	1	.661**	.741**	.673**	.891**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	.661**	1	.704**	.652**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	.741**	.704**	1	.629**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000

	N	60	60	60	60	60
X2.4	Pearson Correlation	.673**	.652**	.629**	1	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60
Motivasi rasional	Pearson Correlation	.891**	.861**	.892**	.836**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Emosional
X3.1	Pearson Correlation	1	.669**	.728**	.632**	.871**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X3.2	Pearson Correlation	.669**	1	.663**	.733**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X3.3	Pearson Correlation	.728**	.663**	1	.647**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X3.4	Pearson Correlation	.632**	.733**	.647**	1	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60
Emosional	Pearson Correlation	.871**	.879**	.875**	.860**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	60	60	60	60	60

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

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Keputusan Nasabah
Y1.1	Pearson Correlation	1	.656**	.756**	.573**	.847**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
Y1.2	Pearson Correlation	.656**	1	.715**	.747**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
Y1.3	Pearson Correlation	.756**	.715**	1	.637**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60
Y1.4	Pearson Correlation	.573**	.747**	.637**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60
Keputusan Nasabah	Pearson Correlation	.847**	.895**	.892**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60

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

B. Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	26.7500	34.157	.839	.788
X1.2	27.0000	35.966	.790	.807
X1.3	26.9167	33.908	.824	.787
X1.4	27.0167	33.983	.836	.787
Religiusitas	15.3833	11.190	1.000	.888

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	26.5333	30.558	.851	.783
X2.2	26.4000	32.108	.819	.800
X2.3	26.6500	30.435	.852	.782
X2.4	26.5833	32.790	.790	.808
Motivasi rasional	15.1667	10.209	1.000	.892

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	26.5833	34.383	.828	.793
X3.2	26.6667	34.362	.839	.792
X3.3	26.6333	34.168	.832	.791
X3.4	26.6333	35.050	.817	.799
Emosional	15.2167	11.190	1.000	.894

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	27.4167	31.027	.803	.805
Y1.2	27.3500	29.791	.861	.789
Y1.3	27.4667	29.406	.854	.786
Y1.4	27.6667	29.853	.804	.794
Keputusan Nasabah	15.7000	9.739	1.000	.894

C. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Emosional, Religiusitas, Motivasi rasional ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. All requested variables entered.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.590	.653		2.434	.018		
	Religiusitas	.382	.101	.410	3.772	.000	.154	6.498
	Motivasi rasional	.239	.116	.245	2.069	.043	.130	7.716
	Emosional	.302	.110	.324	2.750	.008	.131	7.627

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

D. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.948 ^a	.898	.893	1.02195	2.027

a. Predictors: (Constant), Emosional, Religiusitas, Motivasi rasional

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

E. Uji Asumsi Klasik

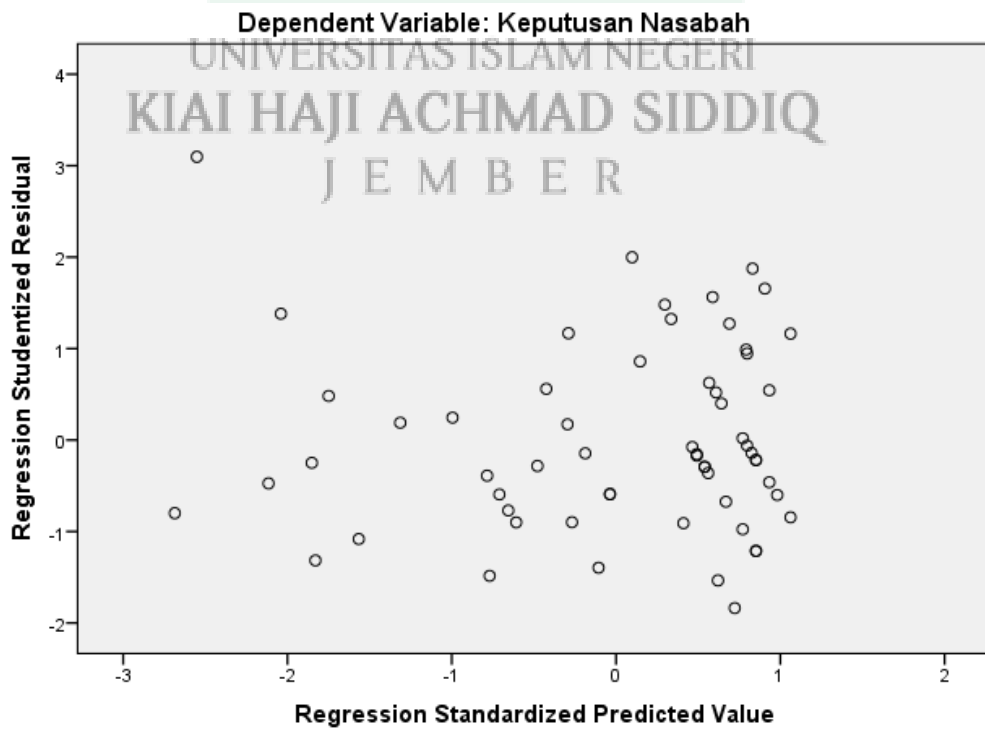
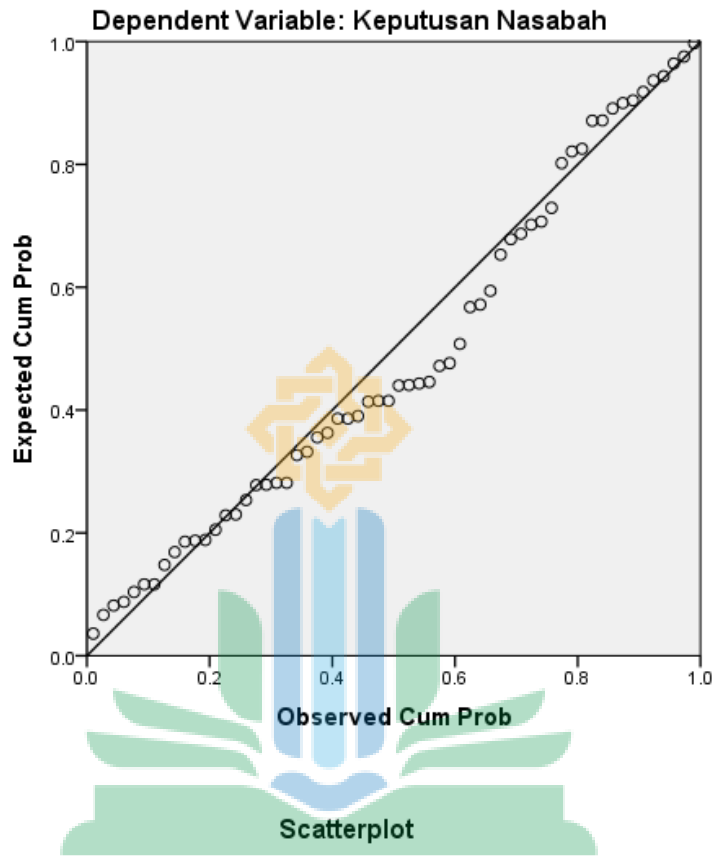
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.590	.653		2.434	.018		
	Religiusitas	.382	.101	.410	3.772	.000	.154	6.498
	Motivasi rasional	.239	.116	.245	2.069	.043	.130	7.716
	Emosional	.302	.110	.324	2.750	.008	.131	7.627

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

F. Uji t

T	Sig.
2.434	.018
3.772	.000
2.069	.043
2.750	.008

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

Nomor : B-1281/Un.22/7.a/PP.00.9/11/2022 7 November 2022
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.

Kepala Bank Syariah Indonesia KCP Situbondo
Jl. Achmad Yani, Parse, Dawuhan, Kec.Situbondo, Kab.Situbondo
Jawa Timur, 68311

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Mita Ika Andini
NIM : E20191006
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Analisis Religiusitas Motivasi Rasional dan Emosional Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa BSI KCP Situbondo di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER







a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Nuzul Widyawati Islami Rahayu

JURNAL PENELITIAN

Pengaruh Religiusitas, Motivasi Rasional, dan Emosional Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani

NO	TANGGAL	JENIS KEGIATAN	PARAF
1.	10 November 2022	Menyerahkan surat izin dan proposal penelitian	
2.	15 November 2022	Menembusi surat dan proposal penelitian (surat izin dan proposal penelitian di ACC)	
3.	16 Januari 2023	Konfirmasi meminta izin untuk melakukan penyebaran kuesioner pada nasabah dengan Bapak Ali Sadikin Asmoroyudo selaku Branch Manager dan Penjelasan Teknik penyebaran kuesioner pada nasabah dengan Bapak Muhammad Adil Arobi selaku Branch Operation Service Manager	
4.	17 Januari 2023	Penyebaran kuesioner pada nasabah dan dokumentasi	
5.	18 Januari 2023	Penyebaran kuesioner pada nasabah dan dokumentasi	
6.	30 Januari 2023	Penyebaran kuesioner pada nasabah dan dokumentasi	
7.	27 Februari 2023	Menyerahkan berkas hasil penelitian (Skripsi) pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani	
8.	01 Maret 2023	Menyerahkan berkas hasil penelitian yang sudah di revisi ke PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani	
9.	07 Maret 2023	Mengambil berkas hasil penelitian ke PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani (Skripsi ACC oleh instansi).	
10.	07 Maret 2023	Meminta surat keterangan selesai penelitian di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A. Yani	

Situbondo, 07 Maret 2023

Mengetahui,

Branch Manager

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk

KCP Situbondo A. Yani



Ali Sadikin Asmoroyudo

SURAT KETERANGAN

Assalamualaikum Wr.Wb

PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A.Yani menerangkan bahwa mahasiswi dengan data sebagai berikut:

Nama : Mita Ika Andini

NIM : E20191006

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Yang bersangkutan telah menyelesaikan penelitian di PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A. Yani dengan judul **“Pengaruh Religiusitas,Motivasi Rasional, dan Emosional Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Situbondo A. Yani”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Situbondo, 07 Maret 2023
PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk
KCP Situbondo A. Yani

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BSI BANK SYARIAH
INDONESIA
KCP Situbondo A. Yani


Ali Sadikin Asmoroyudo
Branch Manager



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-29.PS/Un.22/7.d/PP.00.9/03/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Mita Ika Andini
NIM : E20191006
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Religiusitas, Motivasi Rasional, dan Emosional Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Situbondo A.Yani

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 30 Maret 2023

An. Dekan

Kepala Bagian Akademik

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Syahrul Mulyadi



DOKUMENTASI



Wawancara dengan Bapak Ali Sadikin Asmoroyudo selaku Branch Manager BSI KCP Situbondo A.Yani sekaligus menjelaskan konsep penelitian dan meminta izin untuk penyebaran kuesioner pada nasabah.



Wawancara dengan Ibu Icha Reviliani selaku Customer Service, mengenai produk-produk BSI KCP Situbondo A.Yani.



Meminta bantuan kepada Bapak Desta Novianto, selaku security BSI KCP Situbondo A.Yani untuk penyebaran kuesioner pada nasabah.



Penyebaran kuisisioner berupa lembaran kertas kepada nasabah BSI KCP Situbondo A.Yani



Gedung PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
KCP Situbondo A. Yani



Penyerahan surat keterangan selesai penelitian oleh Bapak Ali Sadikin
Asmoroyudo selaku Branch Manager PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
KCP Situbondo A. Yani

BIODATA PENULIS



Nama : Mita Ika Andini
NIM : E20191006
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 17 Juni 2001
Alamat : Jl. Basuki Rahmat RT 02 RW 06, Dusun Krajan 1,
Desa Jombang, Kec. Jombang, Kab. Jember.
Agama : Islam
No. HP : 081997981269
Alamat Email : mitaikaandini080@gmail.com
Riwayat Pendidikan
(a) TK DEWI MASYITHOH 59 JOMBANG III
(b) SDN JOMBANG 1
(c) SMPN 1 JOMBANG
(d) MAN 03 JEMBER
(e) UIN KHAS JEMBER