

**PENGARUH MOTIF EMOSIONAL DAN MOTIF RASIONAL TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH JASA PERBANKAN  
SYARIAH (STUDI MAHASISWA PERBANKAN  
SYARIAH ANGKATAN 2014 IAIN PALOPO)**



**IAIN PALOPO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat meraih Gelar Sarjana Perbankan  
Syariah (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institusi Agama Islam Negeri  
(IAIN) Palopo

Oleh:

**DWI FITRIANI**

13.16.15.0120

Dibawah Bimbingan:

1. Dr. Hj. Ramlah Makulasse, MM.,
2. Fasiha Kamal, S.E.I., M.E.I

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) PALOPO  
2017**

**PENGARUH MOTIF EMOSIONAL DAN MOTIF RASIONAL TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH JASA PERBANKAN  
SYARIAH (STUDI MAHASISWA PERBANKAN  
SYARIAH ANGKATAN 2014 IAIN PALOPO)**



**IAIN PALOPO**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar  
Sarjana Ekonomi Syariah (SE) pada Jurusan Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh:

**Dwi Fitriani**  
NIM 13.16.15.0120

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI  
DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) PALOPO**

**2017**



## ABSTRAK

**Nama : DWI FITRIANI**

**NIM : 13.16.15.120**

**Judul : Pengaruh Motif Emosional dan Rasional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Perbankan Angkatan 2014 IAIN Palopo)**

---

**Kata Kunci : Emosional, Rasional.**

Skripsi ini membahas tentang motif emosional dan rasional terhadap pengambilan keputusan memilih jasa perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motif emosional dan rasional terhadap pengambilan keputusan memilih jasa perbankan syariah. Permasalahan pokok dalam skripsi ini adalah: Bagaimana pengaruh motif emosional dan motif rasional terhadap pengambilan keputusan memilih jasa perbankan syariah? Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif penelitian yang berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan suatu penafsiran. Sumber data yang penelitian gunakan ada dua bagian yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer diambil secara langsung dengan membagikan angket kepada seluruh mahasiswa Perbankan IAIN Palopo angkatan 2014 dan data sekunder pada penelitian ini diambil melalui kajian pustaka dari buku, Dari hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pada tabel menunjukkan nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,163. Hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni motif emosional dan motif rasional mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 16,3% terhadap variabel terikat (Y) yaitu pengambilan keputusan sedangkan sisanya sebesar 83,7% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain atau variabel-variabel lain yang tidak di masukkan kedalam penelitian ini.

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul *“Pengaruh Motif Emosional dan Motif Rasional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Perbankan Angkatan 2014 IAIN Palopo)”* Yang di tulis oleh **Dwi Fitriani**, dengan **NIM 13.16.15.0120** Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang *dimunaqasyahkan* pada hari Kamis **6 Juli 2017 M** bertepatan dengan **27 Sya’ban 1438 H**, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

**Palopo, 6 Juli 2017 M**  
**12 Syawal 1438 H**

### TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. Ketua Sidang (.....)
2. Dr. Takdir, S.H., M.H. Sekertaris Sidang (.....)
3. Zainuddin S, S.E., M.Ak Penguji I (.....)
4. Abdain, S.Ag., M.HI Penguji II (.....)
5. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. Pembimbing I (.....)
6. Dr. Fasiha., M.EI Pembimbing II (.....)

IAIN PALOPO  
Mengetahui

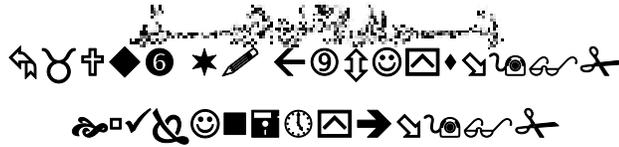
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah

**Dr. Hj. Ramlah M, M.M.**  
NIP196102081994032001

**Zainuddin S, S.E., M.Ak.**  
NIP19771018 2006041001

## PRAKATA



وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur kehadiran Allah swt. atas segala limpahan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun dalam bentuk yang sederhana, guna melengkapi persyaratan dalam rangka menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad saw. keluarga, dan para sahabatnya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima masukan, bantuan, bimbingan, petunjuk-petunjuk, dan dorongan dari berbagai pihak yang kesemuanya ini sangat membantu penulis dalam rangka menyusun skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada :

Terkhusus untuk orang tua tercinta, Ayahanda Sunarto dan Ibunda tercinta Dewi M. yang telah melahirkan dan membesarkan penulis, merawat dengan penuh kasih sayang, tak kenal putus asa hingga penulis mampu menuntut ilmu hingga saat ini.

1. Terima kasih kepada kakak-kakak saya Devani Mardiana Veronita, Defri Desantri Eka fitriana dan kakak ipar saya Muh Irfan Hasanddin yang telah bersedia memberi banyak pelajaran dan bersedia membantu dalam hal materi dan non materi.
2. Dr. Abdul Pirol, M.Ag., selaku Rektor IAIN Palopo dan Dr. Rustan S, M.Hum, selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Hubungan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE. MM., selaku Wakil Rektor II Bidang Keuangan dan Dr. Hasbih, M.Ag., selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama yang telah berusaha meningkatkan mutu perguruan tinggi tersebut sebagai tempat menimba ilmu pengetahuan dan telah menyediakan fasilitas sehingga dapat menjalani perkuliahan dengan baik.
3. Dr. Hj. Ramlah Makulasse, MM., selaku Dekan Fakultas Perbankan Syariah, Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. Takdir, SH., MH., Wakil Dekan II Bidang Administrasi, Dr. Rahmawati, M.Ag., dan Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan, Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag.,
4. Zainuddin S. SE., M.Ak., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah dan beserta para dosen, asisten dosen Prodi Perbankan Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Perbankan Syariah.
5. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Dr. Masmuddin, M.Ag., beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literatur untuk keperluan studi kepustakaan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Hj. Ramlah Makulasse, MM., dan Fasiha Kamal, S.E.I., M.E.I sebagai dosen pembimbing I dan II yang senantiasa memberikan bimbingan dan semangat kepada

penulis selama melaksanakan perkuliahan di IAIN Palopo dan khususnya pada saat penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh dosen Fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Palopo, yang selama ini memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan serta dukungan moril kepada penulis.

8. Seluruh staf Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Palopo atas pelayanan dan kesabarannya kepada penulis

9. Teman-teman Perbankan Syariah, terkhusus bagi teman-teman Perbankan Syariah A angkatan 2013, antara lain, Andriani, Hasnidar Nurdin, Fatmawati, Ayu, Ayu Risami, Emmi, Fitrah yanti M, Aprilianty Sasmita, Aliska, Arni, Hismi, Dinda Sulistia Sari, juga teman-teman yang tidak disebutkan namanya satu persatu, yang telah banyak membantu serta bekerja sama selama penulis menuntut ilmu di IAIN Palopo mulai tahun 2013 hingga sekarang.

Mudah-mudahan bantuan, motivasi, dorongan, kerja sama, dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak di sisi Allah swt.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun sangat diharapkan.

Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat dan semoga Allah swt. menuntun ke arah jalan yang benar dan lurus.

Palopo, Juli, 2017

Penulis

Dwi Fitriani



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL	
HALAMAN JUDUL	
PENGESAHAN SKRIPSI	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
PRAKATA.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Hipotesis.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Definisi Operasional.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
B. Kajian Teori.....	12
1. Bank Syariah.....	12
a. Pengertian Bank syariah.....	12
b. Jenis-Jenis Bank syariah.....	15
c. Produk dan jasa Bank syariah.....	16
d. Alasan memilih Bank syariah.....	19
2. Proses Kemunculan Motif.....	20
a. Motif Emosional.....	22
b. Faktor-Faktor Motif Emosional.....	24
c. Motif Rasional.....	25
d. Faktor-Faktor Motif Rasional.....	26
3. Pengambilan Keputusan.....	28
a. Pengertian Keputusan.....	28
b. Model Keputusan Konsumen.....	29
c. Tahapan Pengambilan Keputusan.....	30
c. Kerangka Fikir.....	34

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	37
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
C. Populasi dan Sampel.....	37
D. Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Variabel Penelitian.....	39
G. Mengukur Variabel Penelitian.....	40
H. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	41
a. Uji Validitas.....	41
b. Uji Reabilitas.....	44
I. Teknik Analisis Data.....	46
1. Analisis Deskriptif.....	46
2. Uji Asumsi Klasik.....	46
3. Uji Hipotesis.....	48

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
a. Sejarah Singkat IAIN Palopo.....	50
b. Visi, Misi, dan Tujuan IAIN Palopo.....	51
c. Tokoh-tokoh yang memimpin IAIN Palopo.....	52
d. Struktur Organisasi IAIN Palopo.....	53
e. Struktur Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.....	55
B. Analisis Deskriptif.....	56
1. Karakteristik Identitas responden.....	57
2. Analisis dan Pembahasan Deskriptif variabel.....	58
C. Uji Asumsi Klasik.....	65
D. Uji Hipotesis.....	68

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	74

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>
----------------------------	-----------

LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Pengambilan Keputusan .....	31
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Uji normalitas.....	65
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	67



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Uji validitas pada variabel Motif Emosional .....	42
Tabel 3.2 Hasil Uji pada variabel variabel Motif Rasional.....	43
Tabel 3.3 Hasil Uji pada variabel Pengambilan Keputusan.....	43
Tabel 3.4 Hasil Uji reabilitas variabel Motif Emosional .....	44
Tabel 3.5 Hasil Uji reabilitas variabel Motif Rasional .....	45
Tabel 3.6 Hasil Uji reabilitas variabel Pengambilan Keputusan.....	45
Tabel 4.1 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam .....	56
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	57
Tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan umur .....	58
Tabel 4.4 Tanggapan Responden mengenai variabel motif emosional dan indikator faktor status sosial.....	60
Tabel 4.5 Tanggapan responden mengenai variabel motif emosioanal dan indikator kebanggan .....	60
Tabel 4.6 Tanggapan responden mengenai variabel motif emosional dan indikator faktor kenyamanan .....	61
Tabel 4.7 Tanggapan responden mengenai variabel motif emosional dan indikator faktor keamanan .....	61
Tabel 4.8 Tanggapan responden mengenai variabel motif rasional Indikator faktor harga .....	62
Tabel 4.9 Tanggapan responden mengenai variabel motif rasional dan indikator faktor kemudahan .....	63
Tabel 4.10 Tanggapan responden mengenai variabel motif rasioanal dan indikator faktor kehandalan .....	63
Tabel 4.11 Tanggapan responden mengenai variabel pengambilan keputusan ...	64
Tabel 4.12 Hasil uji Multikolinearitas .....	66
Tabel 4.13 Hasil uji autokorelasi .....	67
Tabel 4.14 Hasil analisis regresi linear berganda.....	68

Tabel 4.15 Hasil uji F .....	70
Tabel 4.16 Hasil uji T.....	71
Tabel 4.17 Hasil koefesien determinasi .....	72



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### ***A. Latar Belakang Masalah***

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia secara umum. Sistem perbankan syariah juga diatur dalam Undang-undang No. 21 tahun 2008 dimana Bank umum adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Disatu sisi fenomena perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya di Indonesia mengantarkan pemahaman pada umat Islam Indonesia adanya kelembagaan ekonomi dalam Islam. Kajian tentang ekonomi Islam sebelum munculnya perbankan syariah masih berbentuk teoritis tentang kemungkinan implementasi ekonomi Islam dalam wujud lembaga keuangan. Berdirinya Bank syariah dan lembaga keuangan Syariah sesungguhnya merupakan usaha untuk menerapkan syariat Islam secara bertahap dan parsial dengan maksud mengatasi kelemahan umat ini dalam bidang ekonomi dan kesejahteraannya. Keberadaan Bank syariah diharapkan mampu mewujudkan sistem perbankan yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian serta mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam kerangka keadilan, tolong menolong dan menuju kebaikan guna mencapai kemashalatan masyarakat keberhasilan. Dan kelanggenan Bank berdasarkan syariah ini sangat diharapkan oleh umat sehingga merealisasikan tujuan-

tujuannya. Oleh karena itu agar Bank ini dapat bertahan hidup dan terus berkembang dengan baik serta memiliki karakteristik yang sehat sesuai dengan ketentuan yang dikeluarkan oleh bank Indonesia, maka perlu dukungan lebih dari umat Islam.

Berbagai upaya dilakukan perusahaan perbankan untuk tetap bertahan hidup (*survive*) di masa setelah krisis yang panjang ini dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan-perusahaan perbankan lainnya. Salah satu cara yang harus ditempuh perusahaan dalam hal ini adalah dengan menentukan strategi yang tepat supaya tetap bertahan hidup di tengah persaingan serta dapat meningkatkan profitabilitasnya. Namun dalam melakukan strateginya, perusahaan akan mengalami suatu kegagalan apabila tanpa didukung baik oleh pihak internal perusahaan itu sendiri maupun pihak luar perusahaan yang dalam hal ini diantaranya para nasabah.

Perkembangan Bank syariah di Indonesia ini dapat dinilai sangat pesat. Persaingan dalam dunia perkembangan juga semakin ketat, dalam kondisi seperti ini mengharuskan para pelaku pasar perbankan harus bekerja keras demi meningkatkan atau mempertahankan daya saing perbankan.

Upaya pengembangan Bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan-peraturan perundang-undangan, tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen) lembaga perbankan dalam rangka meningkatkan sosialisasi dan pemahaman masyarakat tersebut.

Dengan melihat semakin ketatnya persaingan dunia bisnis jasa, maka Bank syariah harus benar-benar mengetahui strategi yang tepat untuk memenangkan

persaingan tersebut. Oleh karena dalam rangka meningkatkan kinerja operasionalnya, Bank syariah harus berusaha melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan memperhatikan perilaku nasabahnya yang mencerminkan mengapa seorang pribadi melakukan pembelian jasa dan bagaimana pribadi tersebut memilih dan membeli produk tersebut.

Informasi mengenai karakteristik dan perilaku masyarakat terhadap perbankan syariah menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan sosialisasi dan penetapan strategi pemasaran bagi bank-bank syariah yang akan beroperasi di suatu wilayah sehingga dengan adanya sosialisasi produk Bank syariah akan melahirkan pemahaman masyarakat yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih Bank syariah.

Motivasi yang dimiliki konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan yang akan diambil. Bila dilihat dari hal itu maka motivasi yang dimiliki konsumen secara garis besar dapat terbagi menjadi dua kelompok besar antara lain motivasi yang berdasarkan rasional dan motivasi yang berdasarkan emosional.<sup>1</sup> Motivasi yang berdasarkan rasional yaitu konsumen akan menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan memikirkan secara matang dengan mempertimbangkan terlebih dahulu untuk membeli produk tersebut. Sedangkan motivasi yang berdasarkan pada emosional, konsumen terkesan terburu-buru untuk membeli suatu produk dengan tidak mempertimbangkan kemungkinan yang akan terjadi untuk jangka panjang.

---

<sup>1</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk strategi dan penelitian Pemasaran*, (Jakarta; Kencana, 2008), Edisi 1 Cet 3, h.103.

Faktor rasional dalam penelitian ini meliputi pelayanan, kenyamanan dan kepuasan. Pelayanan adalah apa yang menghasilkan atau mencegah suatu penjualan. Pelayanan yang baik akan menumbuhkan minat masyarakat untuk menabung di Bank tersebut. Nilai nasabah dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada para pelanggannya. Semakin baik kualitas pelayanannya, akan semakin tinggi pula nilai pelanggan terhadap perusahaan tersebut.

Tingginya kualitas pelayanan juga tidak lepas dari dukungan internal perusahaan, terutama dukungan dari sumber daya manusianya. Kenyamanan adalah hal-hal yang bukan meliputi kebutuhan pokok dan bukan kebutuhan tepat guna, tetapi yang memberikan kesenangan dan kenyamanan kepada manusia. Kepuasan didefinisikan sebagai semua sikap berkenaan dengan barang atau jasa setelah diterima dan dipakai. Kepuasan pelayanan dan keputusan pelanggan sangat berkaitan, kepuasan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Hal itu dilakukan agar pelanggan memutuskan untuk tidak memilih Bank lain. Mengidentifikasi lebih mendalam mengenai faktor emosional dan faktor rasional yang menjadi pertimbangan nasabah sehingga dapat mempengaruhi masyarakat untuk memutuskan memilih Bank syariah dari pada lembaga keuangan konvensional dan dapat berdampak positif terhadap perkembangan Bank syariah.

Penelitian ini menggunakan faktor emosional dan faktor rasional untuk menganalisis pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih Bank syariah. Penelitian ini mengidentifikasi lebih mendalam mengenai motif emosional dan motif rasional yang menjadi pertimbangan mahasiswa sehingga dapat mempengaruhi mereka untuk memutuskan memilih Bank syariah daripada Bank konvensional dan dapat berdampak positif pada perkembangan Bank syariah.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis merasa penting untuk melakukan penelitian tentang “ Pengaruh Motif Emosional dan Motif Rasional Terhadap Pengambilan Keputusan memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2014 IAIN Palopo)”.

### ***B. Rumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka beberapa masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh motif emosional dan motif rasional terhadap keputusan memilih jasa perbankan syariah?

### ***D. Tujuan Penelitian***

Adapun tujuan penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui motif emosional dan motif rasional terhadap keputusan memilih jasa perbankan syariah.

### ***E. Manfaat Penelitian***

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. *Manfaat ilmiah*, yakni sebagai pengembangan nilai-nilai pendidikan yang diperoleh selama di bangku kuliah. Sehingga, penulis berharap penelitian ini dapat menjadi perwujudan dari Tri Darma perguruan tinggi yakni pendidikan, pengajaran, penelitian dan pengabdian terhadap masyarakat.
2. *Manfaat praktis*, yakni sebagai kontribusi dalam menumbuhkan motivasi, mental dan minat mahasiswa IAIN Palopo jurusan syariah program studi Perbankan syariah, yaitu :
  - a. Sebagai sarana untuk menambag wawasan tentang dunia perbankan dan menerapkan teori yang telah diperoleh selama kuliah terhadap kenyataan.
  - b. Melatih penulis untuk berfikir secara kritis, sistematis, dan analistik dalam menghadapi masalah yang terjadi.
3. *Manfaat bagi perguruan tinggi*, yakni meningkatkan kuantitas dan kualitas penulis karya tulis tingkat perguruan tinggi dan sebagai bahan referensi dan informasi bagi pembaca dan penelitian selanjutnya, sehingga diharapkan dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya

### ***F. Defenisi Operasional Variabel***

Salah satu upaya penulis untuk menghindarkan para pembaca dari kekeliruan interpretasi terhadap judul penelitian ini, maka penulis

mengemukakan pengertian yang terkandung dalam variabel penelitian ini. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Motif emosional (*emotion*) adalah perasaan atau afeksi yang dapat melibatkan rangsangan fisiologis (Seperti denyut jantung yang cepat), pengalaman sadar (seperti memikirkan keadaan sedang jatuh cinta) dan ekspresi perilaku (seperti senyuman atau raut muka cemberut. Emosional juga dapat disimpulkan bahwa motif emosional adalah dorongan dari dalam diri seseorang untuk memutuskan sesuatu dalam hal ini melakukan pembelian terhadap suatu produk berdasarkan pertimbangan-pertimbangan subjektif seperti perasaan, kebanggaan, status, harga diri, dan sebagainya.

2. Rasional adalah menurut pikiran dan pertimbangan yang logis, menurut pikiran yang akal sehat dan cocok. Rasional juga dapat diartikan sebagai cara berfikir seseorang menggunakan nalar atas dasar data yang ada untuk mencari data yang ada untuk mencari kebenaran faktual, kegunaan dan derajat kepentingannya. Jadi, dapat dipahami bahwa rasional adalah cara berfikir seseorang dalam memutuskan sesuatu dengan mempertimbangkan akal sehat. Manusia berperilaku rasional pada waktu mereka mempertimbangkan alternatif-alternatif dan memilih alternatif yang memiliki paling banyak kegunaan.

3. Pengambilan keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, seseorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai hasil atau

keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternative yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final.





## BAB II

### PEMBAHASAN

#### ***A. Penelitian Terdahulu yang Relevan***

Ika Yaunita dan Nurhayati ”*Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memilih jasa perbankan syariah*” Jurnal ekonomi STIE Haji Agus Salim, Vol. XIV. No.2, Th. 2013.<sup>1</sup> Jurnal ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah Bank-bank syariah yang ada di Kota Padang. Variable dalam penelitian ini yaitu variable independen meliputi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Sedangkan variable dependennya adalah keputusan nasabah. Metode analisis data dalam jurnal ini menggunakan statistik deskriptif dan analisis Cross-Tab Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa preferensi konsumen dalam memilih jasa Bank syariah lebih disebabkan karena alasan prinsip syariah, reputasi Bank, bagi hasil yang tinggi, prosedur cepat dan mudah serta lokasi yang dekat. Faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis mempengaruhi konsumen dalam memilih jasa Bank syariah dan faktor budaya masih menjadi faktor penentu utama bagi konsumen dalam memilih Bank syariah. Perbedaan penelitian diatas dan penelitian ini yaitu terletak pada letak lokasi penelitian yang berbeda. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang keputusan memilih jasa perbankan syariah.

---

<sup>1</sup> Ika Yaunita dan Nurhayati, *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memilih jasa perbankan syariah*, Jurnal ekonomi STIE Haji Agus Salim, Vol. XIV. No.2, Th. 2013.

Ghozali Maski “*Analisis Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah*” Jurnal ini menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah.<sup>2</sup> Variabel yang digunakan yaitu variabel independen meliputi karakteristik Bank, pelayanan dan kepercayaan pada Bank, pengetahuan serta objek fisik Bank. Variable dependen yaitu keputusan nasabah menabung di Bank syariah (BNI Syariah) dan keputusan nasabah menabung di Bank konvensional (BNI). Metode analisis data yang digunakan adalah *logistic regression*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa berdasarkan koefisien regresi logistik, variable pelayanan dan kepercayaan pada Bank memiliki koefisien beta yang paling besar yang menunjukkan bahwa variable tersebut memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan nasabah dalam menabung. Perbedaan pada penelitian diatas dengan penelitian ini yaitu terletak pada lokasi penelitian yang berbeda penelitian diatas melakukan penelitian di BNI syariah sedangkan penelitian ini melakukan penelitian dikampus syariah. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang keputusan menabung di Bank syariah.

Wiwiek Rabiatul Adawiyah, *Pertimbangan, Pengetahuan dan Sikap Konsumen Individu terhadap Bank Syariah*, Jurnal Ekonomi Pembangunan. Universitas Jenderal Soedirman, Vol. 11, No. 2, Th. 2010.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Ghozali Maski, *Analisis Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah*.Jurnal ini menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank Syariah.

<sup>3</sup> Wiwek Rabiatul Adawiyah, *Pertimbangan, Pengetahuan dan Sikap Konsumen Individu terhadap Bank Syariah*, Jurnal Ekonomi Pembangunan, Universitas Jenderal Soedirman, Vol. 11, No. 2, Th. 2010.

Jurnal ini menjelaskan tentang pertimbangan-pertimbangan konsumen individu dalam memilih Bank syariah, pengetahuan konsumen terhadap produk perbankan syariah dan sikap konsumen terhadap Bank syariah. Variabel yang digunakan yaitu pertimbangan konsumen yang meliputi 24 faktor, pengetahuan konsumen yang mencakup enam indikator yaitu riba, syariah, ijarah, mudarabah, musyarakah dan murabahah, dan sikap konsumen yang mencakup 6 indikator sikap individu tersebut. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis faktor. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih Bank syariah adalah faktor persepsi yaitu reputasi Bank, kredibilitas Bank, kredibilitas manajemen Bank dan luasnya jangkauan pelayanan. Pengetahuan konsumen terhadap Bank syariah masih terbatas. Sebagian besar responden hanya mengatasi tentang riba dan syariah. Sedangkan istilah lainnya masih belum diketahui. Sikap konsumen dalam memilih menabung di Bank syariah didasari karena alasan agama dan alasan keuntungan. Perbedaan penelitian diatas dan penelitian ini adalah terletak pada tempat lokasi penelitian sedangkan persamaannya yaitu sama-sama terdapat pertimbangan dalam memilih dan bersikap.

Lutfi Efendi “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah pada Bank Muamalah Malang*, Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi UIN Malang, 2009”.<sup>4</sup> Analisis yang digunakan adalah regresi

---

<sup>4</sup> Lutfi Efendi, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah pada Bank Muamalah Malang*, Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi UIN Malang, 2009.

berganda. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara simultan semua variable independen berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah. Sedangkan secara persial variable usia dan pendapatan perbulan tidak berpengaruh signifikan. Variable tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pelayanan yang baik dan faktor syariah berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah. Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini yaitu terletak pada lokasi penelitian. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang pengambilan keputusan memilih jasa perbankan syariah.

Dari penelitian-penelitian tersebut yang saya gunakan sebagai acuan pokok bahasanya masih terlalu umum, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap perilaku konsumen secara lebih spesifik dengan menganalisis faktor psikologisnya yaitu motif emosional dan rasional yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan memilih Bank syariah.

## ***B. Kajian Teori***

### **1. Bank Syariah**

#### **a. Pengertian Bank Syariah**

Bank syariah adalah Bank umum yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, termasuk unit usaha syariah dan kantor cabang Bank asing yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah dalam Antonio (1999) dan Veithzal (2007) mengandung arti adanya larangan riba (bunga),

larangan spekulasi (*maisyir*), larangan usaha tidak sah (*bathil*), larangan usaha tidak jelas dan meragukan (*gharar*), membiayai usaha halal, dan membayar zakat.

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>5</sup>

Menurut Undang-Undang perbankan syariah No. 21 Tahun 2008, perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>6</sup>

Bank syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Bank syariah merupakan Bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh Bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan Bank.<sup>7</sup>

Yang di maksud dengan kegiatan berdasarkan prinsip syariah menurut pasal 1 angka 13 undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan yang saat ini telah

---

<sup>5</sup>.Niswah Muti'ah. *Pengaruh Motif Rasional dan Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih jasa Perbankan syariah*, Skripsi (Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah,20015), h. 31.

<sup>6</sup>*Ibid*

<sup>7</sup> *Ibid*, h.32.

diubah dengan Undang-undang nomor 10 tahun 1998 adalah aturan perjanjian atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang di nyatakan sesuai dengan syariah, antara lain :

1. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharaba*)
2. Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*)
3. Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*)
4. Pembiayaan barang berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*)
5. Pemindaahan kepemilikan atas barang yang di sewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

Dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah di nyatakan bahwa Bank syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari bank umum syariah (BUS) dan Bank perkreditan rakyat (BPR).

Dengan demikian, sebagaimana dikemukakan Ayyub (2002) dalam Sulaiman Aziz Lodhi dan Rakhsan Kalim (2005) bahwa tujuan pendirian perbankan syariah adalah untuk membangun sistem keuangan berdasarkan keadilan dan moral. Dalam pandangan Chapra (1997), sistem keuangan berbasis keadilan dan moral mengandung arti bahwa sistem tersebut memiliki dimensi kesejahteraan sosial, karena :

- (1) Membuka lapangan kerja dan perbaikan ekonomi ;
- (2) Tidak mendorong penumpukan kekayaan atau bermewah-mewah;
- (3) para prilaku usaha dapat memperoleh manfaat dalam upayanya dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan masyarakat secara terus menerus ;

(4) dan membantu pencapaian tujuan sosial bagi masyarakat luas.

Untuk mewujudkan tujuan diatas, Naqvi (1981) mengusulkan bahwa para pelaku ekonomi harus memahami aksioma etika Islam sehingga memiliki pandangan yang terpadu, seimbang dan instrument mengenal sifat dan peranan manusia, yaitu ketahuidan. Keseimbangan, kehendak bebas dan pertanggungjawaban.<sup>8</sup>

### **b. Jenis-Jenis Bank Syariah**

Di Indonesia, regulasi mengenai Bank syariah tertuang dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari:<sup>9</sup>

#### **a. Bank Umum Syariah (BUS)**

Bank Umum Syariah adalah Bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BUS dapat berusaha sebagai bank devisa dan Bank nondevisa. Bank devisa adalah Bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan seperti transfer ke luar negeri, inkaso ke luar negeri, pembukaan *letter of credit*, dan sebagainya.

#### **b. Unit Usaha Syariah (UUS)**

Unit Usaha Syariah adalah unit kerja dari kantor pusat Bank umum konvensional yang berfungsi sebagi kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor

---

<sup>8</sup> E. Saefuddin Mubarak, *Ekonomi Islam, Pengertian, prinsip dan fakta.*(In Media 2016), h 218.

<sup>9</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 61.

cabang dari suatu Bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah.

c. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Bank pembiayaan rakyat syariah adalah Bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPRS tidak dapat melaksanakan transaksi lalu lintas pembayaran atau transaksi dalam lalu lintas giro. Fungsi BPRS pada umumnya terbatas pada hanya penghimpunan dana dan penyaluran dana. Bentuk hukum BPRS perseoran terbatas, BPRS hanya boleh dimiliki oleh WNI dan/atau badan hukum Indonesia, pemerintah daerah, atau kemitraan antara WNI atau badan hukum Indonesia dengan pemerintah daerah.<sup>10</sup>

**c. Produk dan Jasa Bank Syariah**

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana dan produk pelayanan jasa.<sup>11</sup>

a. Produk Penghimpunan Dana (*funding*)

Penghimpunan dana di Bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip wadi'ah dan mudarabah.

---

<sup>10</sup>*Ibid*, h. 62.

<sup>11</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), ed. 4, cet. 8, h. 97.

### 1) Prinsip wadi'ah

Prinsip wadi'ah yang diterapkan adalah wadi'ah yad dhamanah yang diterapkan pada produk rekening giro. Wadi'ah dhamanah berbeda dengan wadi'ah amanah. Dalam wadi'ah amanah, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sementara itu, dalam hal wadi'ah dhamanah, pihak yang dititipi (Bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

### 2) Prinsip Mudarabah

Dalam mengaplikasikan prinsip mudarabah, penyimpan atau deposan bertindak sebagai shahibul maal (pemilik modal) dan Bank sebagai mudarib (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan murabahah, ijarah dan mudarabah kedua. Hasil usaha ini akan dibagi hasil berdasarkan nisbah yang disepakati. Dalam hal bank menggunakannya untuk melakukan mudarabah kedua, maka Bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi.

Prinsip mudarabah ini diaplikasikan pada produk tabungan berjangka dan deposito berjangka. Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak penyimpan dana, prinsip mudarabah terbagi dua yaitu mudarabah mutlaqah atau URIA (*Unrestricted Investment Account*) dan mudarabah muqayyadah atau RIA (*Restricted Investment Account*).<sup>12</sup>

#### a) Mudarabah Mutlaqah (URIA)

---

<sup>12</sup> *Ibid.*, h.35.

Dalam mudarabah mutlaqah, tidak ada pembatasan bagi Bank dalam menggunakan dana yang dihimpun. Nasabah tidak memberikan persyaratan apapun kepada Bank. Bank memiliki kebebasan penuh untuk menyalurkan dana URIA ini ke bisnis manapun yang diperkirakan menguntungkan.

Dalam penerapan mudarabah mutlaqah ini dikembangkan produk tabungan dan deposito, sehingga terdapat dua jenis penghimpunan dana, yaitu tabungan mudarabah dan deposito mudarabah.

#### b) Mudarabah Muqayyadah (RIA)

Mudarabah Muqayyadah (RIA) ini terbagi menjadi dua yaitu Mudarabah Muqayyadah on Balance Sheet dan Mudarabah Muqayyadah of Balance Sheet.

##### (1) Mudarabah Muqayyadah on Balance Sheet

Jenis mudarabah ini merupakan simpanan khusus (*restricted investment*) di mana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh Bank. Misalnya disyaratkan digunakan untuk bisnis tertentu, disyaratkan digunakan dengan akad tertentu, atau disyaratkan digunakan untuk nasabah tertentu.

##### (2) Mudarabah Muqayyadah of Balance Sheet

Jenis mudarabah ini merupakan penyaluran dana mudarabah langsung kepada pelaksana usahanya, di mana Bank bertindak sebagai perantara (*arranger*) yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana dapat

menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh Bank dalam mencari bisnis (pelaksana usaha).<sup>13</sup>

#### **d. Alasan Adanya Bank Syariah**

Kehadiran pertama bank syariah di Indonesia di pelopori oleh berdirinya Bank muammlat pada tahun 1991 dan mulai beroperasi penuh pada tahun 1992. Untuk mengetahui runutan sejarah hingga kehadiran sejumlah Bank syariah di Indonesia dapat diuraikan sebagai berikut :

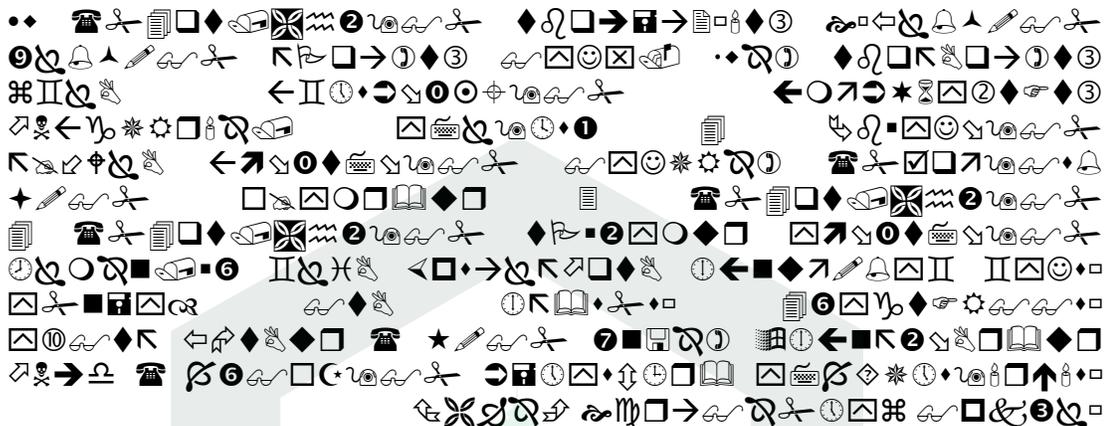
Lahirnya Regulasi perbankan di Indonesia secara sistematis dimulai pada tahun 1967 dengan dikeluarkannya Undang-undang No. 14 tahun 1967 tentang pokok-pokok perbankan. Dalam pasal 13 huruf c diterangkan bahwa dalam usaha Bank di dalam oprasinya menggunakan sistem kredit dan tidak mungkin melaksanakan kredit tanpa mengambil bunga. Hal ini karna konsep bunga itu melekat dalam pengertian kredit itu sendiri. Lalu era tahun 1980an terjadi kesulitan pengendalian tingkat bunga oleh pemerintah karena bank-bank yang telah didirikan sangat tergantung kepada tersedianya likuiditas Bank Indonesia Sehingga pemerintah mengeluarkan Deregulasi 1 juni 1983 yang membuka belenggu tingkat bunga ini. Deregulasi ini menimbulkan kemungkinan bagi Bank untuk menentukan tingkat bunga sebesar 0% yang merupakan penerapan sistem perbankan syariah melalui perjanjian murni sesuai prinsip bagi hasil.

---

<sup>13</sup> *Ibid*, h.36.

Perbankan syariah dirikan didasarkan pada alasan filosofis maupun praktik.

Alasan filosofisnya adalah dilarangnya riba dalam transaksi keuangan maupun non keuangan. Seperti yang di jalankan dalam QS. Al-Baqarah : 275.



Terjemahnya :

*Orang-orang yang makan (mengambil) riba[174] tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila[175]. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu[176] (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.<sup>14</sup>*

## 2. Proses Kemunculan Motif

Kebutuhan yang menimbulkan motif atau kekuatan pendorong terjadinya perilaku tertentu, pada umumnya tersembunyi atau tidak tampak. Kemunculan seperangkat kebutuhan pada saat tertentu bisa disebabkan stimulasi internal yang

<sup>14</sup> Kementrian Agama RI, “Al-qura’an Dan Terjemahannya “, (Surabaya, Fajar Mulya), hal.47.

terdapat dalam kondisi psikologis individu dalam proses emosional ataupun kognitif, atau stimulasi eksternal dilingkungan sekitarnya.<sup>15</sup>

Kemunculan motif karena proses emosional, misalnya setelah menonton iklan Bank syariah, seseorang merasa terdorong untuk memilih jasa perbankan di Bank syariah karena dirinya beragama Islam atau karena Bank syariah sesuai dengan ajaran Islam. Kemunculan motif karena proses kognitif, misalnya informasi tentang keunggulan suatu produk yang diuraikan secara rasional akan mendorong seseorang untuk membeli. Kemunculan motif karena stimulus dari lingkungan, misalnya ajakan dari seorang teman/kerabat atau sosialisasi dan promosi yang dilakukan pihak Bank syariah.

b. Produk Penyaluran Dana (*financing*);

Dalam menyalurkan dananya kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan bank syariah terbagi ke dalam empat kategori, yaitu pembiayaan.

dengan prinsip jual beli, prinsip sewa, prinsip bagi hasil dan dengan akad pelengkap.

1) Prinsip Jual Beli (*Ba'i*)

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan Bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual.

Transaksi jual beli ini dapat dibedakan berdasarkan *bentuk pembayaran* dan *waktu penyerahan barang*, yakni sebagai berikut:

---

<sup>15</sup>*Ibid*, h.19.

#### a) Pembiayaan Murabahah

Murabahah adalah transaksi jual beli di mana bank menyebut jumlah keuntungan. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*).

Dalam perbankan, murabahah selalu dilakukan dengan cara pembayaran cicilan (*bitsaman ajil* atau *muajjal*). Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad, sementara pembayaran dilakukan secara tangguh/cicilan.<sup>16</sup>

#### b) Pembiayaan Salam

Salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjual-belikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan secara tunai. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli.

Umumnya transaksi ini diterapkan dalam pembiayaan barang komoditi pertanian oleh Bank untuk kemudian dijual kembali secara tunai atau cicilan. Sekilas transaksi ini mirip jual beli ijon, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti<sup>17</sup>

### b. Motif Emosional

Emosional atau Emosi (*emotion*) adalah perasaan atau afeksi yang dapat melibatkan rangsangan fisiologis (seperti denyut jantung yang cepat), pengalaman sadar (seperti memikirkan keadaan jatuh cinta) dan ekspresi perilaku (seperti

---

<sup>16</sup> Niswa Muti'ah, *Pengaruh motif rasional dan motif emosional terhadap pengambilan keputusan memilih jasa perbankan syariah*, skripsi (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015), h. 37.

<sup>17</sup> Adiwarman A. Karim, *Bank Islam : Analisis fiqh dan keuangan*, h.99.

senyuman atau raut muka cemberut).<sup>18</sup> Sedangkan emosional adalah suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis dan psikologis, dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak.<sup>19</sup> Menurut Schiffman dan Kanuk, motif emosional mengandung arti bahwa pemilihan sasaran menurut kriteria pribadi atau subyektif, seperti kebanggaan, ketakutan, perasaan atau status.<sup>20</sup> Menurut Nugroho J. Setiadi, motif yang berdasarkan pada emosional, konsumen terkesan terburu-buru untuk membeli produk tersebut dengan tidak mempertimbangkan kemungkinan yang akan terjadi untuk jangka panjang.<sup>21</sup>

Lebih lanjut lagi, Nessim dan Richard mengemukakan bahwa:

*Emotional motives, on the other hand, entail goal selection that relies on subjective criteria. Emotional motives have their origin in human feelings and impulsive or unreasoned promptings to action. In other words, emotional purchases are often whimsical rather than based on information and prepurchase deliberation.*<sup>22</sup>

Artinya: motif emosional merupakan pilihan tujuan atau sasaran yang disandarkan pada kriteria subjektif. Motif emosional bersumber dari perasaan dan

---

<sup>18</sup> Laura A. King, *Psikologi Umum Sebuah Pandangan Apresiatif*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h. 98.

<sup>19</sup> Daniel Goleman, *Kecerdasan Emosional*, Alih Bahasa T. Hermaya, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007), cet. 17, h. 411.

<sup>20</sup>Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, h. 78.

<sup>21</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, h. 104.

<sup>22</sup> Niswah Muti'ah *Pengaruh Motif rasional dan Motif emosioanl terhadap Pengambilan keputusan memilih jasa perbankan syariah*, Skripsi (Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah,2015), h.23.

kata hati yang mendorong seseorang melakukan tindakan. pembelian secara emosional sering kali tidak karuan dibandingkan yang didasarkan pada informasi dan pertimbangan sebelum melakukan pembelian.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa motif emosional adalah dorongan dari dalam diri seseorang untuk memutuskan sesuatu dalam hal ini melakukan pembelian terhadap suatu produk berdasarkan pertimbangan-pertimbangan subyektif seperti perasaan, kebanggaan, status, harga diri dan sebagainya.

#### **b. Fakor-faktor Motif Emosional**

Menurut Sofjan Assauri, faktor-faktor dari motif pembelian emosional terdiri dari:<sup>23</sup>

- a. Pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain (*distinctiveness*)
- b. Kebanggaan karena penampilan pribadinya (*pride of personal apperance*)
- c. Pencapaian status sosial (*social achievement*)
- d. Untuk terhindar dari keadaan bahaya (*security from danger*)

Menurut Ali Hasan, faktor-faktor dari motif emosional adalah:<sup>24</sup>

- a. Kesenangan, kesederhanaan dan aktivitas (*Pleasure, simplicity and activity*)
- b. Kebanggaan penampilan pribadi (*Pride of personal appearance*)
- c. Kebanggaan kepemilikan (*Pride of possession*)

---

<sup>23</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, h. 127.

<sup>24</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, h. 55.

d. Kerjasama dan empati (*Cooperation and empathy*)

e. Keamanan dan kesehatan (*Security and health*)

f. Kenyamanan pribadi (*Personal comfort*)

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

### **c. Motif Rasional**

Rasional adalah menurut pikiran dan pertimbangan yang logis, menurut pikiran yang dengan akal sehat dan cocok.<sup>25</sup> Rasional adalah berfikir menggunakan nalar atas dasar data yang ada untuk mencari kebenaran faktual, kegunaan dan derajat kepentingannya.<sup>26</sup> Dapat dipahami bahwa rasional adalah cara berfikir seseorang dalam memutuskan sesuatu dengan pertimbangan akal sehat. Manusia berperilaku rasional pada waktu mereka mempertimbangkan alternatif-alternatif dan memilih alternatif yang memiliki paling banyak kegunaan.

---

<sup>25</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), Edisi Kedua, Cet. 10, h. 821.

<sup>26</sup> Djohansjah Marzoeki, "Berfikir Rasional di Ranah Publik", artikel diakses pada 16 Juni 2015 dari <http://www.djohansjahmarzoeki-rationalthinking.com/>

Menurut Schiffman dan Kanuk, dalam konteks pemasaran istilah *rasionalitas* menyatakan bahwa para konsumen memilih sasaran didasarkan pada kriteria yang betul-betul obyektif, seperti ukuran, berat, harga dan sebagainya.<sup>27</sup>

Menurut Nugroho J. Setiadi, motif yang berdasarkan rasional akan menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan memikirkan secara matang serta dipertimbangkan terlebih dahulu untuk membeli produk tersebut. Kecenderungan yang akan dirasakan oleh konsumen terhadap produk tersebut sangat puas.<sup>28</sup>

Sementara itu, Nessim dan Richard mengemukakan bahwa "*Rational motives are aroused through appeals to reason and logic. They stress objective, utilitarian goals such as economy, durability, quality and dependability*".

Artinya: motif rasional ditimbulkan karena pertimbangan alasan dan logika. Hal itu ditekankan pada kriteria yang bersifat objektif, tujuan yang Sementara itu, Nessim dan Richard mengemukakan bahwa "*Rational motives are aroused through appeals to reason and logic. They stress objective, utilitarian goals such as economy, durability, quality and dependability*".<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa Zoelkifli Kasip, (Jakarta: PT. Indeks, 2004), Ed. 7, h. 78.

<sup>28</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), ed. 1, cet. 3, h. 103.

<sup>29</sup> Nessim Hanna dan Richard Wozniak, *Consumen Behavior An Applied Approach*, (New Jersey: Prentice Hall, 2001), h. 217.

Artinya: motif rasional ditimbulkan karena pertimbangan alasan dan logika. Hal itu ditekankan pada kriteria yang bersifat objektif, tujuan yang bermanfaat seperti faktor ekonomi, daya tahan, kualitas dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dari beberapa pendapat di atas dapat dipahami bahwa motif rasional adalah dorongan dari dalam diri seseorang untuk memutuskan sesuatu dalam hal ini melakukan pembelian suatu produk berdasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang matang dan objektif. Biasanya dalam memutuskan membeli suatu produk konsumen cenderung mempertimbangkan manfaat terbesar bagi dirinya.

#### **d. Faktor-faktor Motif Rasional**

Menurut Sofjan Assauri, faktor-faktor dari motif pembelian rasional terdiri dari:<sup>30</sup>

- a. Kemudahan dan efisiensi dalam penggunaan (*handiness and efficiency in operation use*)
- b. Tahan lama (*durability*)
- c. Dapat membantu bertambahnya pendapatan (*enhancement of earnings*)
- d. Hemat dalam pemakaian (*economy in use*)
- e. Murah harga pembeliannya (*economy in purchase*)

Menurut Ali Hasan, faktor-faktor dari motif rasional adalah:<sup>31</sup>

- a. Kesempatan investasi (*Opportunity for more investment*)
- b. Efisiensi dalam penggunaan (*Efficiency in operation*)

---

<sup>30</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), ed. 1, cet. 12, h. 128.

<sup>31</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 55.

- c. Keandalan dalam kualitas dan penggunaan (*Dependability in quality and use*)
- d. Peningkatan laba (*Enhancement of earnings*)
- e. Kebersihan (*Cleanliness*)
- f. Murah dalam pembelian (*Economy in purchase*)
- g. Perlindungan dan keamanan (*Protection and Safety*)
- h. Nilai tambah ekonomi (*Added value for economic*)

Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai landasan teoritis skala motif rasional adalah gabungan dari pendapat Sofjan Assauri dan Ali Hasan, karena menurut pemahaman peneliti kedua pendapat di atas memiliki beberapa faktor yang sama di antaranya harga, kemudahan, keuntungan (pendapatan) dan keandalan.

### **3. Pengambilan Keputusan**

#### **a. Pengertian Keputusan**

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

Keputusan adalah suatu pengakhiran dari proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 357.

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya.<sup>33</sup> Orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa pilihan yang ada. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli atau tidak membeli, kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat keputusan.

Berbagai macam keputusan mengenai aktivitas kehidupan sering kali harus dilakukan oleh setiap konsumen pada setiap hari. Konsumen melakukan keputusan setiap hari atau setiap periode tanpa menyadari bahwa mereka telah mengambil keputusan.

### **b. Model Keputusan Konsumen**

Schiffman dan Kanuk mengemukakan empat macam pandangan atau perspektif dari model konsumen yaitu pandangan ekonomi, pandangan pasif, pandangan kognitif dan pandangan emosional. Model konsumen ini menggambarkan bagaimana dan mengapa para individu berperilaku seperti yang mereka lakukan.<sup>34</sup>

Ujung dengan mengutip pendapat Schiffman dan Kanuk juga mengemukakan empat macam perspektif dari model konsumen dengan istilah model manusia (*model*

---

<sup>33</sup> Ghozali Maski, "Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang", *Journal of Indonesia Applied Economics*, Vol. 4, No. 1, (Mei 2010), h. 46.

<sup>34</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*, h. 121.

*of man*). Model manusia yang dimaksud di sini adalah suatu model tingkah laku keputusan dari seorang individu berdasarkan empat perspektif, yaitu:<sup>35</sup>

a. Manusia Ekonomi (*Economic Man*)

Konsep manusia ekonomi berasal dari disiplin ekonomi. Manusia dipandang seorang individu yang melakukan keputusan secara rasional. Agar seorang individu berpikir rasional, maka ia harus menyadari berbagai alternatif produk yang tersedia. Dia juga harus mampu meranking berbagai alternatif tersebut berdasarkan kebaikan dan keburukan produk alternatif tersebut, dan mampu memilih yang terbaik dari alternatif yang tersedia. Manusia ekonomi berusaha mengambil keputusan yang memberikan kepuasan maksimum. Keputusan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan ekonomi, seperti harga, jumlah barang, utilitas marjinal, dan kurva *indifferent*.

b. Manusia Pasif (*Passive Man*)

Model ini menggambarkan manusia sebagai individu yang mementingkan diri sendiri dan menerima berbagai macam promosi yang ditawarkan pemasar. Konsumen digambarkan sebagai pembeli yang irrasional dan impulsif, yang siap menyerah kepada usaha dan tujuan pemasar. Model tersebut bertolak belakang dengan model manusia ekonomi.

c. Manusia Kognitif (*Cognitive Man*)

Model manusia kognitif menggambarkan konsumen sebagai individu yang berpikir untuk memecahkan masalah. Konsumen seringkali bisa pasif dalam menerima produk

---

<sup>35</sup>Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, h. 488.

dan jasa apa adanya, tetapi sering kali sangat aktif dalam mencari alternatif produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasannya.

d. Manusia Emosional (*Emotional Man*)

Model ini menggambarkan konsumen sebagai individu yang memiliki perasaan mendalam dan emosi yang mempengaruhi pembelian. Konsumen yang melakukan keputusan pembelian emosional, sedikit sekali usaha yang dilakukannya untuk mencari informasi sebelum membeli. Sebaliknya lebih banyak perhatian diberikan kepada suara hati dan perasaan yang timbul ketika itu, ini tidak berarti keputusan yang emosional tidak rasional.

**c. Tahapan Pengambilan Keputusan**

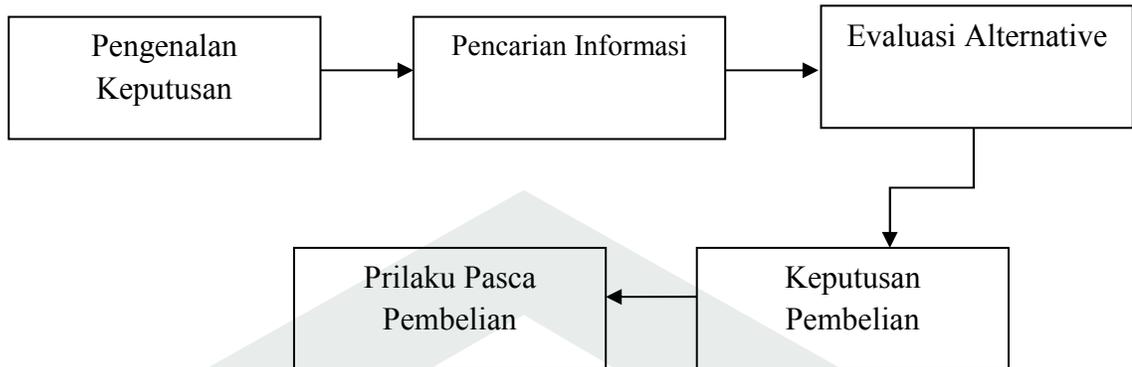
Perspektif pemecahan masalah mencakup semua jenis perilaku pemenuhan kebutuhan dan jajaran luas dari faktor yang memotivasi dan mempengaruhi. Menurut Engel, Blackwell dan Miniard, pengambilan keputusan konsumen mempunyai langkah-langkah berikut ini:<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, h. 358.

**Gambar 2.1.**

**Tahapan Pengambilan Keputusan**



a. Pengenalan kebutuhan: konsumen mempersepsikan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan.

b. Pencarian informasi: konsumen mencari informasi yang disimpan di dalam ingatan (pencarian internal) atau mendapatkan informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan (pencarian eksternal).

c. Evaluasi alternatif: konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih.

d. Keputusan pembelian: konsumen memperoleh alternatif yang dipilih atau pengganti yang dapat diterima bila perlu.

e. Perilaku pasca pembelian: konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang diipilih memenuhi kebutuhan dan harapan segera sesudah digunakan.

Lebih jelas lagi, Schiffman dan Kanuk yang dikutip oleh Prasetyo dan Ithalaun menjelaskan proses pengambilan keputusan konsumen meliputi *input*, proses dan *output* seperti berikut:<sup>37</sup>

#### a. *Input*

Komponen input merupakan pengaruh-pengaruh eksternal sebagai sumber informasi tentang produk tertentu dan memengaruhi nilai yang berhubungan dengan produk, sikap dan perilaku konsumen. Input yang utama adalah kegiatan-kegiatan bauran pemasaran dan pengaruh-pengaruh sosial budaya.

##### 1) Input Pemasaran

Aktivitas-aktivitas pemasaran merupakan usaha-usaha langsung untuk menjangkau, menginformasikan, dan membujuk konsumen agar membeli dan menggunakan produk tertentu. Usaha-usaha tersebut meliputi empat “P” atau bauran pemasaran, yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion*.

##### 2) Pengaruh Sosial Budaya

Lingkungan sosial budaya yang dimaksud antara lain: keluarga, sumber informal, sumber non komersial, kelas sosial, budaya dan sub budaya.

#### b. *Proses*

Komponen proses memperhatikan bagaimana konsumen membuat keputusan-keputusan. Untuk dapat mengerti proses, harus dipahami beberapa konsep psikologi terkait. Area psikologis adalah pengaruh-pengaruh internal yang mempengaruhi

---

<sup>37</sup> James F. Engel, Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard, *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa F.X. Budiyanto, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), h. 31.

proses pengambilan keputusan konsumen. Pengaruh-pengaruh internal tersebut adalah motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian dan sikap. Proses pengambilan keputusan oleh seorang konsumen terdiri dari tiga tahapan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian pra beli, serta evaluasi terhadap alternatif.

1) Sadar akan kebutuhan: konsumen menyadari akan adanya kebutuhannya ketika menghadapi suatu masalah.

2) Pencarian pra beli: konsumen berada pada tingkatan ini jika ia merasa memerlukan informasi yang akan digunakan sebagai dasar menentukan pilihan produk. Banyak keputusan konsumen yang didasarkan pada kombinasi antara pengalaman masa lalu (sumber internal) dengan informasi pemasaran serta informasi non komersial (sumber eksternal).

3) Evaluasi terhadap alternatif: ketika mengevaluasi alternatif-alternatif yang potensial, konsumen cenderung mempergunakan dua tipe informasi, yaitu:

a) Senarai merek yang mereka rencanakan untuk digunakan dalam memilih (*evoked set*).

b) Kriteria yang akan digunakan untuk mengevaluasi tiap-tiap merek.

### *c. Output*

Komponen *output* menunjuk kepada dua macam kegiatan pasca keputusan yang saling berhubungan erat, yaitu:

1) Perilaku beli: konsumen membuat dua tipe pembelian yaitu pembelian coba dan pembelian ulang.

2) Evaluasi pasca beli: analisis pasca beli yang dilakukan oleh konsumen mungkin tergantung pada kepentingan dari keputusan tentang produk dan pengalaman yang diperoleh dalam menggunakan produk yang bersangkutan. Bila produk itu sesuai dengan harapan, ada kemungkinan mereka akan membeli lagi. Jika produk itu mengecewakan atau tidak bisa memenuhi harapan, konsumen akan mencari alternatif lain yang lebih sesuai.

**Gambar 2.2**

***C. KERANGKA PEMIKIRAN***



- ✓ Motif Emosional yang dimaksud disini adalah bahwa mahasiswa memilih jasa perbankan syariah itu mempertimbangkan perasaan kenyamanan dan suasana hati.

- ✓ Dalam pengaruh sosial budaya mahasiswa memilih jasa perbankan syariah karena sejatinya sosial budaya tidak bertentangan syariat Islam.
- ✓ Sedangkan sebuah kebanggaan bagi mahasiswa perbankan syariah dapat menggunakan jasa perbankan syariah itu sendiri sedangkan keamanan mahasiswa merasa aman menabung bank syariah karena pada prinsipnya jasa perbankan syariah menggunakan prinsip Al-quran dan hadist sehingga keamanannya dapat terjaga.
- ✓ Motif Rasional adalah menurut pemikiran yang logis dan masuk akal.
- ✓ Harga yang dimaksud disini adalah suatu nilai alat tukar yang bisa di samakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang di peroleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.
- ✓ Kemudahan yang dimaksud disini adalah keadaan mudah untuk melaksanakan rencana itu harus di pertimbangkan.
- ✓ Kehandalan yang di maksud disini adalah suatu penerapan perancangan pada komponen dapat melaksanakan fungsinya dengan baik, tanpa kegagalan, sesuai rancangan atau proses yang dibuat.
- ✓ Pengambilan keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, seseorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternative yang

tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### ***A. Jenis Penelitian***

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan suatu penaksiran. Isi rencana analisis data selalu didasarkan pada rencana penelitian yang telah dirumuskan dan data yang sudah siap diolah.<sup>1</sup>

#### ***B. Waktu dan Tempat Penelitian***

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2017. Penelitian ini dilakukan di Kampus IAIN palopo Jl. Agatis Balandai.

#### ***C. Populasi dan Sampel***

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian.<sup>2</sup>Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Perbankan angkatan 2014 IAIN Palopo yang berjumlah 95.<sup>3</sup>

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>4</sup> Sampel penelitian diambil dari sebagian dari populasi dengan

---

<sup>1</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)* (Cet. I ; Jakarta: Kencana, 2003), h. 28.

<sup>2</sup> *Ibid.*

<sup>3</sup> Wawancara Irsyam, selaku staf Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, tanggal 20 Mei 2017.

<sup>4</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Cet. 23, Bandung : Alfabeta, 2013), h. 62.

jumlah sampel sebanyak 76 orang. Teknik ini menggunakan tabel Krejcie dengan jumlah kesalahan sebanyak 5% (tabel terdapat pada lampiran),<sup>5</sup> yang memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.<sup>6</sup>

#### ***D. Sumber Data***

##### **a. Jenis Data**

Data kuantitatif, yaitu data atau informasi yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung. Data ini diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa perbankan di IAIN Palopo angkatan 2014.

##### **b. Sumber Data**

- 1). Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumbernya. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah penyebaran angket.
- 2). Data sekunder adalah data yang mendukung penelitian ini atau data yang tidak diperoleh langsung dari sumbernya. Data sekunder dalam penelitian ini nantinya diperoleh dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian.

#### ***E. Teknik Pengumpulan Data***

- a. Studi Kepustakaan (*Library Research*) yaitu dilakukan dengan membaca buku-buku dan majalah yang berhubungan dengan masalah yang diteliti,

---

<sup>5</sup> Tesisdisertasi.blogspot.co.id/2009/12/rumus-rumus-pengambilan-sampel.html, diakses 20 Mei 2017.

<sup>6</sup> Sugiyono, *metode penelitian kombinasi (Mixed Methods)*, (Cet. Ke-6, Bandung: ALFABETA, cv, 2011), h.122.

skripsi, jurnal maupun tesis sebagai acuan penelitian terdahulu, dengan cara browsing di internet untuk mencari artikel-artikel serta jurnal-jurnal atau data-data yang dapat membantu hasil penelitian.

b. Studi Lapangan (*Field Research*) yaitu dilakukan dengan cara langsung ke perusahaan, untuk mendapatkan data primer melalui, antara lain;

1) Observasi, yaitu cara pengumpulan data dengan pengamatan langsung objek yang diteliti.

Kuisisioner, yaitu dilakukan dengan membagikan angket berupa daftar pertanyaan kepada responden untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini. Dalam kuisisioner ini, peneliti membagi tiga jenis tabel pertanyaan sesuai dengan variabel dalam penelitian yakni, Motif emosional, motif rasional dan keputusan mahasiswa. Kuisisioner ini diberikan kepada mahasiswa perbankan IAIN Palopo angkatan 2014.

#### **F. Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel yang akan diteliti yaitu:

1. Motif emosional ( $X_2$ ) sebagai variabel independen dengan indikator:
  - a. Faktor status sosial
  - b. Faktor kebanggaan
  - c. Faktor kenyamanan
  - d. Faktor keamanan
2. Motif rasional ( $X_1$ ) sebagai variabel independen dengan indikator:
  - a. Faktor harga
  - b. Faktor kemudahan

c. Faktor keuntungan

3. Pengambilan Keputusan (Y) sebagai variabel independen.

### G. Mengukur Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>7</sup> Sehingga untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini yang mana menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner, penulis menggunakan metode skala likert (*Likert's Summated Ratings*).

Dalam pengukuran jawaban responden, pengukuran kuesioner motif rasional, motif emosional dan keputusan masyarakat memilih produk gadai diukur dengan menggunakan skala likert. Pengukuran jawaban responden menggunakan kriteria pembobotan dengan tingkatan sebagai berikut :

- |                                |                |
|--------------------------------|----------------|
| 1. Jawaban Sangat Setuju       | diberi bobot 5 |
| 2. Jawaban Setuju              | diberi bobot 4 |
| 3. Jawaban Netral (Ragu-ragu)  | diberi bobot 3 |
| 4. Jawaban Tidak Setuju        | diberi bobot 2 |
| 5. Jawaban Sangat Tidak Setuju | diberi bobot 1 |

Pengukuran indikator tersebut menggunakan asumsi skala likert 5,4,3,2,1.

Survey ini menggunakan skala likert dengan skor tertinggi di tiap pertanyaan adalah 5 dan skor terendah 1. Dengan skala jumlah responden sebanyak 100 orang, maka :

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*, (Bandung: Alfabeta, 2012) h, 132.

$$Range = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Range Skor}}$$

Skor tertinggi :  $76 \times 5 = 380$

Skor terendah :  $76 \times 1 = 76$

Sehingga *range* untuk hasil survey, yaitu  $\underline{380-76} = 60$       5

### ***Range Skor***

76-136 : Sangat rendah

136-196 : Rendah

196-256 : Cukup

256-316 : Tinggi

316-376 : Sangat tinggi

### **H. Uji Validitas dan Uji Reliabilis**

Instrumen penelitian (Kuesioner) yang baik harus memenuhi persyaratan yaitu valid dan reliabel. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Oleh karena itu sebelum angket yang telah valid dan reliabel diberikan kepada responden, dilakukan uji validitas dan reliabilitas kepada validator dalam hal ini keputusan mahasiswa perbankan angkatan 2014 IAIN Palopo.

#### **1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Menurut Azwar semua item yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,30 daya perbedaannya dianggap memuaskan. Jadi yang memiliki nilai koefisien korelasi dibawah 0,30 dianggap tidak valid.<sup>8</sup> Hasil uji validitas melalui program SPSS 15 terhadap instrumen penelitian diperoleh angka korelasi yang diuraikan pada tabel berikut.

**Tabel 3.1**  
**Hasil Uji Validitas Pada Variabel Motif Emosional (X<sub>1</sub>)**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1.1	24.1053	15.135	.505	.783
X1.1.2	23.8947	14.175	.658	.760
X1.2.1	24.0000	16.027	.443	.792
X1.2.2	24.0395	15.158	.612	.770
X1.3.1	23.8553	13.992	.649	.760
X1.3.2	23.9342	14.676	.566	.774
X1.4.1	24.3421	15.295	.399	.801
X1.4.2	24.3289	15.850	.341	.809

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa semua item pada variabel Motif Emosional (X<sub>1</sub>) dapat dinyatakan valid karena masing-masing item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar dari 0,3.

<sup>8</sup> *Ibid.*, h. 184

**Tabel 3.2****Hasil Uji Validitas Pada Variabel Motif Rasional (X<sub>2</sub>)**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	13.3289	10.384	.422	.869
Y1.2	13.3421	9.161	.800	.779
Y1.3	13.5658	8.382	.673	.807
Y1.4	13.4211	9.687	.729	.799
Y1.5	13.3947	7.949	.715	.796

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa semua item pada variabel Motif Rasional (X<sub>2</sub>) dapat dinyatakan valid karena masing-masing item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar dari 0,3

**Tabel 3.3****Hasil Uji Validitas Pada Pengambilan Keputusan (Y)**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	13.3289	10.384	.422	.869
Y1.2	13.3421	9.161	.800	.779
Y1.3	13.5658	8.382	.673	.807
Y1.4	13.4211	9.687	.729	.799
Y1.5	13.3947	7.949	.715	.796

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa semua item pada variabel Minat menjadi nasabah Bank syariah (Y) dapat dinyatakan valid karena masing-masing item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar dari 0,3.

## 2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas diukur dengan uji statistik *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dengan cara membandingkan nilai *Alpha* dengan standarnya, Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ . Tabel hasil Uji Reliabilitas variabel motif emosional di bawah ini menunjukkan hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan alat bantu SPSS 15.

**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas variabel Motif Emosional (X<sub>1</sub>)**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	8

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Motif emosional (X<sub>1</sub>) di atas, 8 item indikator memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,804 yaitu lebih besar dari 0,8. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 3.5

**Hasil Uji Reliabilitas variabel Motif Rasional (X<sub>2</sub>)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.776	6

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Motif Rasional (X<sub>2</sub>) di atas, 6 item indikator memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,776 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

**Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas variabel Pengambilan Keputusan (Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	5

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Pengambilan Keputusan (Y) di atas, 5 item indikator memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,844 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliable.

Hasil dari uji Validitas dan Reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pada kuesioner yang akan diberikan kepada responden yaitu Mahasiswa Perbankan IAIN Palopo angkatan 2014. dapat dinyatakan Valid dan Reliabel.

## I. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan hal yang penting dalam penelitian karena tanpa menganalisis data masalah yang dirumuskan tidak dapat dipecahkan. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.<sup>9</sup> Mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi ringkas.

### 2. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear dapat disebut sebagai model baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian tersebut dengan asumsi klasik. Adapun asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model analisis regresi linear yaitu :

- a. **Uji Normalitas**, digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak.
- b. **Uji Multikolinearitas**, Multikolinearitas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau

---

<sup>9</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: ALFABETA, 2013), h.206

mendekati sempurna antarvariabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas (korelasi 1 atau mendekati 1).

**c. Uji Heteroskedastisitas**, Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

**d. Uji Autokorelasi**, autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode  $t$  dengan residual pada periode sebelumnya ( $t-1$ ). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-watson (DW test). Pengambilan keputusan pada Uji DW adalah sebagai berikut.

- $DU < DW < 4-DU$  (tidak terjadi Autokorelasi)
- $DW < DL$  atau  $DW > 4-DL$  (terjadi Autokorelasi)
- $DL < DW < DU$  atau  $4-DU < DW < 4-DL$  (Tidak ada kepastian/ kesimpulan yang pasti).<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup>Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta:ANDI, 2012) h.143.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Motif Emosional dan Motif Rasional terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Angk. 2014 IAIN Palopo) digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hubungan sebuah variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen disebut analisis regresi linier berganda (Multiple Linear Regression).<sup>11</sup>

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel Motif Emosional ( $X_1$ ) dan Motif Rasional ( $X_2$ ) Pengambilan Keputusan ( $Y$ ) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

$Y$  = Pengambilan Keputusan

$X_1$  = Motif Emosional

$X_2$  = Motif Rasional

$b$  = Koefisien regresi

$a$  = Konstanta

#### b. Uji-f (simultan)

Priyatno menyatakan uji f digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat berdasarkan nilai signifikansi 0,05. Jika signifikansi < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan jika signifikansi > 0,05 maka

<sup>11</sup>Wasih Sulaiman, Analisis Regresi Menggunakan SPSS, (Yogyakarta : ANDI, 2004), h.

Ho diterima.<sup>12</sup> Dalam hal ini peneliti akan menguji secara simultan antara Motif Emosioanl ( $X_1$ ) dan Motif Rasioanl ( $X_2$ ) Pengambilan Keputusan (Y).

### c. Uji-t (parsial)

Priyatno Menyatakan uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel secara parsial terhadap variabel de penden berdasarkan nilai signifikansi 0,05. Jika signifikansi  $< 0,05$  maka Ho ditolak dan jika signifikansi  $> 0,05$  maka Ho diterima.<sup>13</sup> Dalam hal ini peneliti akan menguji secara parsial antara Motif Emosioanl ( $X_1$ ) dan Motif Rasioanl ( $X_2$ ) Keputusan Mahasiswa (Y).

### d. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pada model regresi linier berganda ini, akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas terhadap variabel terikatnya dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya ( $R^2$ ). R Square ( $R^2$ ) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasi. Angka ini diubah ke bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup>DuwiPriyatno, *Cara Kilat Belajar SPSS analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta; Andi, 2012), h. 101.

<sup>13</sup>*Ibid.* h. 93

<sup>14</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20, op.cit.*, h.123.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### ***A. Gambaran Umum Objek Penelitian***

##### **a. Sejarah Singkat IAIN Palopo**

Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri yang ada di Kota Palopo sebelum berubah nama atau beralih status menjadi STAIN Palopo sebelumnya bernama Fakultas Ushuluddin yang diresmikan pada tanggal 27 maret 1986 dengan status filial dari IAIN Alauddin Makassar. Beberapa bulan kemudian status tersebut di tingkatkan menjadi fakultas cabang, berdasarkan SK Menteri Agama No. 168 tahun 1968, dengan sebutan Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin Cabang Palopo.

Selanjutnya dengan keluarnya surat keputusan Menteri Agama RI No. 65 Tahun 1982, status Fakultas Cabang ditingkatkan lagi menjadi Fakultas Madya dengan sebutan Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin di Palopo. Dalam perkembangan selanjutnya dengan keluarnya PP. No. 33 tahun 1985 tentang pokok-pokok organisasi IAIN Alauddin maka Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin Cabang Palopo telah memiliki kedudukan hukum yang sama dengan fakultas-fakultas Negeri lainnya yang ada di Negara Republik Indonesia. Dengan perkembangan selanjutnya maka berdasarkan keputusan Presiden RI No. XI tahun 1997, mulai tahun akademik 1997/1998 Fakultas ushuluddin di Palopo beralih status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) dan berdiri sendiri. Prihal status memberikan

keuntungan yang sangat strategis terhadap perkembangan lembaga ini pada masa-masa yang akan datang.

Selanjutnya berdasarkan keputusan Presiden RI No. 141 tahun 2014 tentang perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Palopo menjadi Institut Agama Islam Negeri, maka STAIN Palopo telah beralih menjadi IAIN Palopo pada 14 oktober 2014 dan di resmikan pada 23 mei 2015.

Pasca beralih status menjadi IAIN Palopo, ada beberapa jurusan yang mengalami pemekaran, salah satunya adalah jurusan syariah. Pada awalnya jurusan syariah terdiri atas dua program studi Ekonomi Islam, Perbankan syariah, Hukum Keluarga Islam, dan Hukum Tata Negara Islam. Akan tetapi salah satu syarat agar STAIN beralih status menjadi IAIN adalah jumlah fakultas yang memadai. Sehingga jurusan syariah beralih menjadi Fakultas Syariah yang terdiri dari program studi Hukum Keluarga Islam, Hukum Tata Negara Islam, dan Hukum Ekonomi Islam. Sedangkan program studi Ekonomi syariah dan Perbankan syariah berada dalam naungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

### **b. Visi, Misi, dan Tujuan IAIN Palopo**

#### **a. Visi**

Menjadi Perguruan Tinggi Islam yang unggul dalam mengembangkan ilmu, agama, dan budaya menuju masyarakat sejahtera, berkeadilan, dan berkeadaban.

#### b. Misi

- 1) Menghasilkan alumni yang memiliki kemantapan akidah, kemuliaan akhlak, dan keadilan ilmu.
- 2) Mengembangkan ilmu, agama dan budaya melalui pengkajian dan penelitian.
- 3) Menyiapkan sumber daya manusia yang professional dan budaya saing tinggi dibidangnya.

#### c. Tujuan

- 1) Menyiapkan peserta didik yang memiliki karakteristik akhlakul karimah, kearifan, spiritual, keluasan ilmu, intelektual, profesional, dan mencetak ulama plus.
- 2) Melakukan penelitian dan pengembangan ilmu-ilmu keislaman.
- 3) Menyebarkan ilmu-ilmu lainnya serta mengupayakan penguannya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional.

#### **c. Tokoh-tokoh yang memimpin IAIN Palopo**

Tokoh yang memimpin di STAIN Palopo sejak tahun 1968 bernama Fakultas Ushuluddin dengan status Filial dari IAIN alauddin Makassar sampai sekarang tahun 2017 yang berstatus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yaitu sebagai berikut:

- a. K.H Muh. Rasyad
- b. Dra. Hj. St. Ziarah Makkajareng
- c. Prof. Dr. H. M. Iskandar (1990-1995)
- d. Drs. H. Syarifuddin Daud, MA (1995-2005)
- e. Prof. Dr. H. M. Said Mahmud, Lc.,MA. (2005-2010)
- f. Prof. Dr. H. Nihaya M., M . Hum. (2010-2014)
- g. Dr. Abdul Pirol, M.ag (2014-2018)

**d. Struktur Organisasi IAIN Palopo**

- a) Rektor IAIN Palopo
- b) Senat IAIN Palopo
- c) Wakil Rektor
  - 1) Wakil Rektor Bidang Akademik
  - 2) Wakil Rektor Bidang Administrasi
  - 3) Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan
- d) Dekan Fakultas
  - 1) Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
  - 2) Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
  - 3) Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
  - 4) Dekan Fakultas Syariah
- e. Ketua Prodi
- f. Program Pascasarjana

- g. Lembaga LP2M
- h. Lembaga LPM
- i. Kasubag Administrasi
- j. Kasubag Umum
- k. Kasubag Kepegawaian dan Mutasi
- l. Kasubag Perencanaan dan keuangan

Secara umum tentunya semua jurusan memiliki visi dan misi serta tujuan menghasilkan sarjan muslim yang unggul, berakarakter, dan professional serta kompetitif dalam bidang masing-masing, sehingga mahasiswa memiliki kemampuan akademik dan keterampilan yang berkualitas yang akan memberikan kontribusi terhadap masyarakat.

Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memutuskan visi dan misi serta tujuan sebagai berikut:

a. Visi

Unggul dan terkemuka dalam pengembangan ilmu syariah secara *intergrative-interkonektif* untuk kemajuan peradaban.

b. Misi

- 1) Mengembangkan pendidikan dan pengajaran ilmu syariah yang berwawasan keindonesian dan kemanusiaan.
- 2) Mengembangkan budaya ijtihad dalam penelitian ilmu syariah yang secara *multidiscipliner* yang bermanfaat bagi kepentingan akademik dan masyarakat.

- 3) Meningkatkan peran serta dalam pemberdayaan masyarakat melalui penerapan ilmu syariah bagi terwujudnya masyarakat madani
- 4) Mengembangkan jaringan kerja sama dengan berbagai pihak unruk meningkatkan pelaksanaan tri darma perguruan tinggi.

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan sarjana syariah yang memiliki kemampuan akademik dan professional yang *intergrative-interkonektif*
- 2) Menghasilkan sarjana yang beriman dan berakhlak mulia, memiliki kecakapan sosial yang manajerial, dan berjiwa kewirausahaan serta rasa tanggung jawab sosial.
- 3) Menghasilkan sarjana syariah yang menghargai nilai- nilai keilmuan dan kemanusiaan.
- 4) Menghasilkan sarjana syariah sebagai pusat studi yang unggul dalam bidang kajian dan penelitian ilmu syariah yang *integrative* dan *interkonektif*
- 5) Terbangunya jaringan yang kokoh dan fungsioanal dengan para ilmu alami.

**e. Struktur Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo**

Adapun nama-nama dan jabatan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun 2016/2017**

NO	NAMA	JABATAN
1	Dr. Hj. Ramlah Makkulasee	Dekan
2	DR.Takdir, M. H	Wakil Dekan I
3	Dr. Rahmawati B, M. Ag.	Wakil Dekan II
4	Dr. Muh. Tahmid Nur, S.Ag., M .Ag.	Wakil Dekan III
5	Ilham, S.Ag., M.A	Ket. Program Studi Ekonomi Syariah
6	Dr. Fasiha Kamal, S.E.I., M.E.I	Sek. Program Studi Ekonomi Syariah
7	Zainuddin, M.Ak	Ket. Program Studi Perbankan Syariah
8	Muzayyanah Jabani, M. M	Sek. Program Studi Perbankan Syariah

Sumber Data : Data Primer

### ***B. Analisis Deskriptif***

Penelitian ini kota Palopo menguraikan mengenai Pengaruh Motif Emosional dan Motif Rasional terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Angk. 2014 IAIN Palopo. Hal ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh Motif Emosional dan Motif Rasional terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Angk. 2014 IAIN Palopo, dalam penelitian ini diambil sebanyak 76 mahasiswa IAIN Palopo sebagai sampel penelitian.

Karakteristik responden yaitu menguraikan deksripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan dengan deskripsi karakteristik responden adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Dalam penelitian sampel, karakteristik responden menurut jenis kelamin, umur, dan lama bekerja. Oleh karena itulah uraian mengenai karakteristik responden dapat diuraikan sebagai berikut.

### 1. Karakteristik identitas responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Perbankan angkatan 2014 IAIN Palopo sebanyak 76 orang yang ditemui penulis pada saat penelitian berlangsung. Terdapat beberapa karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian ini, yaitu berdasarkan jenis kelamin dan umur.

#### a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin (*gender*) merupakan salah satu hal yang penting dalam penelitian ini, karena jenis kelamin seseorang akan mempengaruhi pendapat mereka mengenai suatu objek. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**

Jenis Kelamin	Tanggapan Responden	
	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	59	73,6%
Laki-Laki	17	22,4%
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan hasil olahan data mengenai karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin pada tabel 4.2 di atas, maka jumlah responden terbesar adalah berjenis kelamin perempuan yakni 59 orang responden atau sebesar 73,6% dan

responden berjenis kelamin laki-laki yakni 17 orang atau sebesar 22,4% Sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata Mahasiswa Perbankan IAIN Palopo angkatan 2014 didominasi oleh Perempuan.

#### **b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Adapun Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Usia	Tanggapan Responden	
	Orang	Persentase (%)
Umur 20	7	9,2%
Umur 21	56	73,6%
Umur 22	11	14,4%
Umur 23	2	2,6%

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan hasil olahan data mengenai karakteristik responden yang berdasarkan umur, maka jumlah responden terbanyak adalah responden yang berumur 21 tahun yakni sebanyak 56 orang atau sebesar 73,6% Sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata Mahasiswa Perbankan angkatan 2014 IAIN Palopo berumur 21 tahun.

## **2. Analisis dan Pembahasan Deskriptif Variabel**

Untuk melihat tanggapan responden terhadap indikator-indikator dan juga penghitungan skor bagi variabel motif emosional ( $X_1$ ) dan motif rasional ( $X_2$ ) dan pengambilan keputusan ( $Y$ ), mari kita uraikan sebagai berikut.

**a. Analisis dan Pembahasan Variabel Motif Emosional (X<sub>1</sub>)**

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel motif emosional didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan seperti yang terdapat dalam kuesioner yang disebarakan pada responden. Variasi jawaban responden untuk motif emosional dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.4**  
**Tanggapan Responden Mengenai Variabel Motif Emosional (X<sub>1</sub>)**  
**Indikator Faktor Status Sosial (X<sub>1.1</sub>)**

NO	Indikator (Pernyataan)	jawaban Responden										TOTAL		SKOR
		SS		S		N		TS		STS		Σ	%	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%			
1.1	Faktor status sosial (X <sub>1.1</sub> )													
	X1.1.1	5	6.5%	32	42.1%	27	35.5%	12	15.7%	0	0%	76	100%	258
	X1.1.2	8	10.5%	39	51.3%	20	26.3%	8	10.5%	1	1.3%	76	100%	273
	Rata-rata	6.5	8.5%	36	46.7%	23.5	30.9%	10	13.1%	0.5	1%	76	100%	265.5

Berdasarkan data di atas dengan jumlah responden 76, tanggapan responden mengenai indikator faktor sosial yakni, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju yakni sebesar 8,5%,setuju sebesar 46,7%, netral sebesar 30,9%, tidak setuju sebesar 13,1% dan sangat tidak setuju sebesar 1%. Dengan rata-rata skor perolehan sebesar 265,5 hal ini menunjukkan bahwa keadaan faktor status sosial mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo angkatan 2014 tinggi.

**Tabel 4.5**  
**Tanggapan responden mengenai variabel motif emosional (X<sub>1</sub>)**  
**Indikator faktor kebanggaan (X<sub>1.2</sub>)**

NO	Indikator (Pernyataan)	jawaban Responden										TOTAL		SKOR
		SS		S		N		TS		STS		Σ	%	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%			
1.2	Faktor kebanggaan (X <sub>1.2</sub> )													
	X1.2.1	2	2.6%	41	53.9%	27	35.5%	5	6.5%	1	1%	76	100%	266
	X1.2.2	2	2.6%	39	51.3%	27	35.5%	8	10.5%	0	0.0%	76	100%	279
	Rata-rata	2	2.6%	40	52.6%	27	35.5%	6.5	8.5%	0.5	1%	76	100%	272.5

Berdasarkan data di atas dengan jumlah responden 76, tanggapan responden mengenai indikator faktor kebanggaan yakni, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju yakni sebesar 2,6%,setuju sebesar 52,6%, netral sebesar 35,5%, tidak setuju sebesar 8,5% dan sangat tidak setuju sebesar 1%. Dengan rata-rata skor perolehan sebesar 272,5 hal ini menunjukkan bahwa keadaan faktor kebanggaan mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo angkatan 2014 tinggi.

**Tabel 4.6**  
**Tanggapan responden mengenai variabel motif emosional (X<sub>1</sub>)**  
**Indikator faktor kenyamanan (X<sub>1.3</sub>)**

NO	Indikator (Pernyataan)	jawaban Responden										TOTAL		SKOR
		SS		S		N		TS		STS		Σ	%	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%			
1.3	Faktor Kenyamanan (X <sub>1.3</sub> )													
	X1.3.1	10	13.1%	38	50.0%	21	27.6%	5	6.5%	2	3%	76	100%	287
	X1.3.2	6	7.8%	41	53.9%	21	27.6%	6	7.8%	2	2.6%	76	100%	271
	Rata-rata	8	7.8%	40	52.0%	21	27.6%	5.5	7.2%	2	3%	76	100%	279

Berdasarkan data di atas dengan jumlah responden 76, tanggapan responden mengenai indikator faktor kenyamanan yakni, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju yakni sebesar 7,8%,setuju sebesar 52,0%, netral

sebesar 27,6%, tidak setuju sebesar 7,2% dan sangat tidak setuju sebesar 3%. Dengan rata-rata skor perolehan sebesar 279 hal ini menunjukkan bahwa keadaan faktor kenyamanan mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo angkatan 2014 tinggi.

**Tabel 4.7**  
**Tanggapan responden mengenai variabel motif emosional (X<sub>1</sub>)**  
**Indikator faktor keamanan (X<sub>1.4</sub>)**

NO	Indikator (Pernyataan)	jawaban Responden										TOTAL		SKOR
		SS		S		N		TS		STS		Σ	%	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%			
1.4	Faktor Keamanan (X <sub>1.4</sub> )													
	X1.4.1	5	6.5%	25	32.8%	23	30.2%	23	30.2%	-	-	76	100%	225
	X1.4.2	4	5.2%	26	34.2%	25	32.8%	21	27.6%	-	-	76	100%	246
	Rata-rata	4.5	5.9%	26	33.5%	24	31.5%	22	28.9%	-	-	76	100%	235.5

Berdasarkan data di atas dengan jumlah responden 76 tanggapan responden mengenai indikator faktor sosial yakni, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju yakni sebesar 5,9%,setuju sebesar 33,5%, netral sebesar 31,5%, tidak setuju sebesar 28,9% dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Dengan rata-rata skor perolehan sebesar 235,5 hal ini menunjukkan bahwa keadaan faktor keamanan mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo angkatan 2014 cukup.

#### **b. Analisis dan Pembahasan Variabel Motif Rasional (X<sub>2</sub>)**

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel motif rasional didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan seperti yang terdapat dalam kuesioner yang disebarkan pada responden. Variasi jawaban responden untuk variabel motif rasional dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.8**  
**Tanggapan responden mengenai variabel motif rasioanl (X<sub>2</sub>)**  
**Indikator faktor harga (X<sub>2.1</sub>)**

NO	Indikator (Pernyataan)	jawaban Responden										TOTAL		SKOR
		SS		S		N		TS		STS		Σ	%	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%			
2.1	Faktor Harga (X <sub>2.1</sub> )													
	X2.1.1	3	3.9%	24	31.5%	19	25.0%	30	39.4%	-	-	76	100%	228
	X2.1.2	5	6.5%	21	27.6%	22	28.9%	28	36.8%	-	-	76	100%	231
	Rata-rata	4	5.2%	23	29.6%	20.5	27.0%	29	38.1%	-	-	76	100%	229.5

Berdasarkan data di atas dengan jumlah responden 76, tanggapan responden mengenai indikator faktor sosial yakni, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju yakni sebesar 5,2%,setuju sebesar 29,6%, netral sebesar 27,0%, tidak setuju sebesar 38,1% dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Dengan rata-rata skor perolehan sebesar 229,5 hal ini menunjukkan bahwa keadaan faktor harga mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo angkatan 2014 cukup.

**Tabel 4.9**  
**Tanggapan responden mengenai variabel motif rasioanl (X<sub>2</sub>)**  
**Indikator faktor kemudahan (X<sub>2.2</sub>)**

NO	Indikator (Pernyataan)	jawaban Responden										TOTAL		SKOR
		SS		S		N		TS		STS		Σ	%	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%			
2.2	Faktor Kemudahan (X <sub>2.2</sub> )													
	X2.2.1	3	3.9%	23	30,2%	20	26.3%	29	38.1%	1	1.3%	76	100%	226
	X2.2.2	6	7.8%	16	21.0%	40	52.6%	11	14.4%	3	3.9%	76	100%	239
	Rata-rata	4.5	5.9%	20	21.0%	30	39.5%	20	26.3%	2	3%	76	100%	232.5

Berdasarkan data di atas dengan jumlah responden 76, tanggapan responden mengenai indikator faktor sosial yakni, rata-rata responden memberikan

jawaban sangat setuju yakni sebesar 5,9%,setuju sebesar 21,0%, netral sebesar 39,5%, tidak setuju sebesar 26,3% dan sangat tidak setuju sebesar 3%. Dengan rata-rata skor perolehan sebesar 232,5 hal ini menunjukkan bahwa keadaan faktor kemudahan mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo angkatan 2014 cukup.

**Tabel 4.10**  
**Tanggapan responden mengenai variabel motif rasioanl (X2)**  
**Indikator faktor kehandalan (X<sub>2.3</sub>)**

NO	Indikator (Pernyataan)	jawaban Responden										TOTAL		SKOR
		SS		S		N		TS		STS		Σ	%	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%			
Faktor Kehandalan (X <sub>2.3</sub> )														
2.3	X2.3.1	10	13.1%	31	40.7%	26	34.2%	9	11.8%	-	-	76	100%	275
	X2.3.2	8	10.5%	23	30.2%	26	34.2%	19	25.0%	-	-	76	100%	248
	Rata-rata	9	11.8%	27	35.5%	26	34.2%	14	18.4%	-	-	76	100%	261.5

Berdasarkan data di atas dengan jumlah responden 76, tanggapan responden mengenai indikator faktor sosial yakni, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju yakni sebesar 11,8%,setuju sebesar 35,5%, netral sebesar 34,2%, tidak setuju sebesar 18,4% dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Dengan rata-rata skor perolehan sebesar 261,5 hal ini menunjukkan bahwa keadaan faktor kehandalan mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo angkatan 2014 tinggi.

### c. Analisis dan Pembahasan Variabel Pengambilan Keputusan (Y)

**Tabel 4.11**  
**Tanggapan responden mengenai variabel Pengambilan Keputusan (Y)**

NO	Indikator (Pernyataan)	jawaban Responden										TOTAL		SKOR
		SS		S		N		TS		STS		Σ	%	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%			
Faktor Pengambilan Keputusan (Y <sub>1</sub> )														
1.1	Y1.1	6	7.8%	34	44.7%	26	34.2%	7	9.2%	3	3.9%	76	100%	261
	Y1.2	6	7.8%	29	38.8%	32	42.1%	9	11.8%	-	-	76	100%	260
	Y1.3	5	6.5%	32	42.1%	17	22.3%	17	22.3%	5	6.5%	76	100%	243
	Y1.4	3	3.9%	30	39.4%	33	43.4%	10	13.1%	-	-	76	100%	233
	Y1.5	10	13.1%	30	39.4%	19	25.0%	11	14.4%	6	7.80%	76	100%	255
	Rata-rata	6	7.8%	31	40.9%	25.4	33.4%	11	14.2%	4.7	6.1%	76	100%	250.4

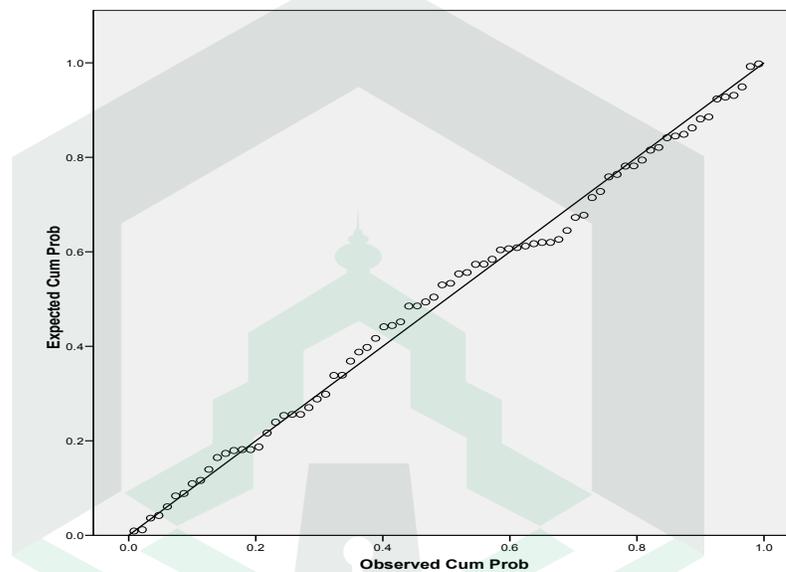
Berdasarkan data di atas dengan jumlah responden 76 tanggapan responden mengenai indikator faktor sosial yakni, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju yakni sebesar 7,8% setuju sebesar 40,9%, netral sebesar 33,4%, tidak setuju sebesar 14,2% dan sangat tidak setuju sebesar 6,1%. Dengan rata-rata skor perolehan sebesar 250,4 hal ini menunjukkan bahwa keadaan faktor pengambilan keputusan mahasiswa perbankan IAIN Palopo angkatan 2014 tinggi.

## C. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Gambar 4.1

#### Uji Normalitas P-P Plot



Berdasarkan gambar grafik diatas dapat disimpulkan hasil normal P-P menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Itu artinya, data yang digunakan baik karena data yang baik adalah data yang bersifat normal. Sehingga dapat di simpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal. Sehingga dapat di simpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas  
Coefficients(a)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1	(Constant)	6.228	2.871		2.169	.033		
	Motifemosional	.206	.094	.243	2.198	.031	.934	1.070
	Motifrasional	.256	.107	.266	2.400	.019	.934	1.070

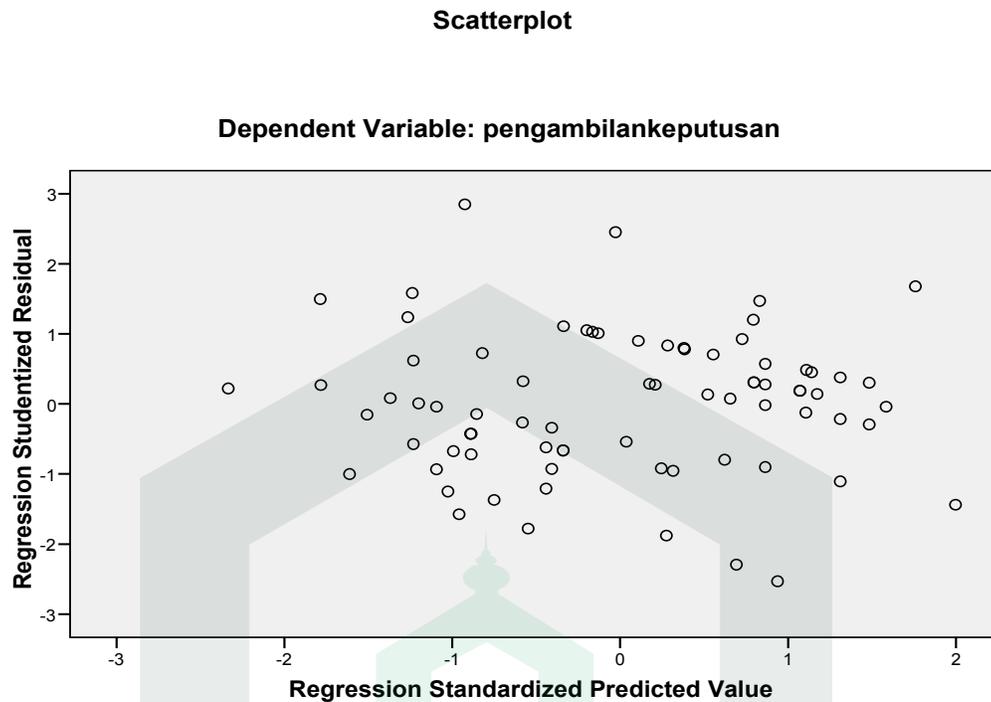
a Dependent Variable: pengambilan keputusan

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai tolerance kedua variabel lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Metode Heteroskedastisitas dengan Melihat pola titik-titik pada Scatterlots Regresi. Metode ini dilakukan dengan cara melihat grafik scatterplot antara standardized predicted value (ZPRED) dengan studentized residual (SRESID), ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPREED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y Prediksi – Y Sesungguhnya). Dasar pengambilan keputusan yaitu :

- Jika Pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, Melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4.2 diatas, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola yang jelas. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

#### 4. Uji Autokorelasi

**Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary(b)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.404(a)	.163	.140	3.43265	1.181

a Predictors: (Constant), motifrasional, motifemosional

b Dependent Variable: pengambilankeputusan

Dari output di atas dapat diketahui nilai Durbin-Watson sebesar 1,181 dimana  $DW = DL =$  dan  $DU =$  (tabel statistik Durbin-Watson terdapat pada lampiran). Dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05  $n=76$  dan  $k=2$ . Maka diperoleh DL sebesar 1,5740 dan DU sebesar 1,6819 sehingga  $DW < DL$  ( $1,181 < 1,5740$ ) maka dapat disimpulkan terjadi autokorelasi

#### D. Uji Hipotesis

##### 1. Analisis Regresi linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel motif emosional ( $X_1$ ) dan motif rasional ( $X_2$ ) secara parsial maupun simultan terhadap pengambilan keputusan ( $Y$ ). Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS 15 *for Windows*. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**  
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	6.228	2.871		2.169	.033
	motifemosional	.206	.094	.243	2.198	.031
	motifrasional	.256	.107	.266	2.400	.019

a. Dependent Variable: pengambilankeputusan

Dari tabel di atas, maka hasil yang diperoleh dimasukkan dalam persamaan sebagai berikut :

Dimana :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 6.228 + 0.206X_1 + 0.256X_2$$

Dari persamaan regresi di atas maka dapat diinterpretasikan beberapa hal, antara lain:

- 1) Nilai Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 6,228 artinya jika variabel X (Motif Emosional dan Motif Rasional) nilainya adalah nol maka hasil penelitian Y (Pengambilan Keputusan) nilainya positif yaitu sebesar 6,228.
- 2) koefisien regresi untuk variabel Motif emosional ( $X_1$ ) bernilai Positif (+) sebesar 0,206. Nilai positif menunjukkan bahwa pengaruh motif emosional terhadap pengambilan keputusan berpengaruh positif dan setiap penambahan motif emosional akan mempengaruhi peningkatan pengambilan keputusan sebesar 0,206.
- 3) koefisien regresi untuk variabel Motif rasional ( $X_2$ ) bernilai Positif (+) sebesar 0,256. Nilai positif menunjukkan bahwa Motif rasional terhadap pengambilan keputusan berpengaruh positif dan setiap penambahan Motif rasional akan mempengaruhi keputusan mahasiswa sebesar 0,256.

Hasil analisis regresi dari tabel diatas menunjukkan bahwa motif emosional dan motif rasional memiliki hubungan yang positif terhadap pengambilan keputusan yang ditunjukkan dengan koefisien variabel dimana motif emosional dan motif rasional (+).

## 2. Uji F (simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara serentak (Simultan) terhadap variabel dependen. Adapun dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi:

- Jika Sig. < 0,05 maka variabel independent secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.
- Jika Sig. > 0,05 maka variabel independent secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

**Tabel 4.15 Uji F (Simultan)**

**ANOVA(b)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	167.573	2	83.786	7.111	.002(a)
	Residual	860.164	73	11.783		
	Total	1027.737	75			

a Predictors: (Constant), motifrasional, motifemosional

b Dependent Variable: pengambilankeputusan

Berdasarkan pada tabel analisis varian (ANOVA) ditampilkan hasil uji F yang dipergunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen (motif emosional dan motif rasional) terhadap variabel dependen (pengambilan keputusan) secara simultan (secara bersama-sama). Dari tabel di atas didapat nilai F hitung sebesar 7,111. Dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05,  $df_1 = 2$  dan  $df_2 = 76$ , diperoleh nilai F tabel sebesar 3,12. Karena nilai F hitung > F tabel ( $7,476 > 3,12$ ) dan signifikan < 0,05 ( $0,002 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dengan kata lain

motif emosional dan motif rasional secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan.

### 3. Uji T (Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel independen (motif emosional dan motif rasional) secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen (pengambilan keputusan).

Adapun dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi:

- Jika Sig. < 0,05 maka variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.
- Jika Sig. > 0,05 maka variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

**Tabel 4.16 Uji T (Parsial)**

**Coefficients(a)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error	
1	(Constant)	6.228	2.871		2.169		.033
	motifemosional	.206	.094	.243	2.198		.031
	motifrasional	.256	.107	.266	2.400		.019

a. Dependent Variable: pengambilankeputusan

Berdasarkan pada tabel *Coefficients* ditampilkan hasil uji t yang digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Dari tabel di atas diperoleh nilai t hitung untuk variabel motif rasional sebesar 2,198 dan nilai t hitung untuk variabel motif emosional sebesar 2,400. Dengan menggunakan tingkat

signifikan 0,5 dan  $df = 76$ , diperoleh nilai  $t$  sebesar 1,66515. Pada variabel motif emosional ( $X_1$ ), karena nilai  $t$  hitung  $>$  nilai  $t$  tabel ( $2,400 > 1,66515$  dan signifikan  $< 0,05$  ( $0,019 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima dengan kata lain motif emosional secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Pada variabel motif rasional ( $X_2$ ), karena nilai  $t$  hitung  $>$  nilai  $t$  tabel ( $2,198 > 1,66515$ ) dan signifikan  $< 0,05$  ( $0,031 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dengan kata lain motif rasional secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah.

#### 4. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi untuk dua variabel bebas digunakan *R Square*.

**Tabel 4.17 Hasil Koefisien determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.404(a)	.163	.140	3.43265

a Predictors: (Constant), motifrasional, motifemosional

Dari hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pada tabel menunjukkan nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,163. Hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni motif emosional dan motif rasional

mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 16,3% terhadap variabel terikat (Y) yaitu pengambilan keputusan sedangkan sisanya sebesar 83,7% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain atau variabel-variabel lain yang tidak di masukkan kedalam penelitian ini.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### ***A. Kesimpulan***

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh motif emosional dan motif rasional terhadap pengambilan keputusan memilih jasa perbankan syariah (studi mahasiswa perbankan syariah angkatan 2014 IAIN Palopo) maka penulis dapat menarik kesimpulan berikut:

Dari hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pada tabel menunjukkan nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,163. Hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni motif emosional dan motif rasional mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 16,3% terhadap variabel terikat (Y) yaitu pengambilan keputusan sedangkan sisanya sebesar 83,7% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain atau variabel-variabel lain yang tidak di masukkan kedalam penelitian ini.

#### ***Saran-saran***

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang menyatakan bahwa motif emosional dan motif rasional berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan memilih jasa perbankan syariah (studi mahasiswa perbankan syariah angkatan 2014 IAIN Palopo)

2. Untuk penelitian selanjutnya, di sarankan untuk menambah variabel indeviden lainnya yang dapat mempengaruhi variabel motif emosional, motif rasional dan pengambilan keputusan agar lebih melengkapi penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Wiwek Rabiatul. *Pertimbangan, Pengetahuan dan Sikap Konsumen Individu terhadap Bank Syariah*. Jurnal Ekonomi Pembangunan. Universitas Jenderal Soedirman, Vol. 11, No. 2, Th. 2010.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, Yogyakarta:ANDI, 2012.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Cet. X; Jakarta:Balai Pustaka,1999.
- Djamarah, Syaiful Bahri dan Aswan Zain. *Strategi Belajar Mengajar*. Cet. II; Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Efendi, Lutfi. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah pada Bank Muamalah Malang*. Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi UIN Malang, 2009.
- Engel, James F, Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard, *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa F.X. Budiyanto, Jakarta: Binarupa Aksara, 1994.
- Fuadi, Miftakhul Yazid. *Faktor Emosional Faktor Rasional,Keputusan*. Bank Syariah Mandiri,15 november.
- Goleman, Daniel. *Kecerdasan Emosional*, Alih Bahasa T. Hermaya, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007, cet. 17.
- Hanna Nessim. dan Richard Wozniak, *Consumen Behavior An Applied Approach*, New Jersey: Prentice Hall, 2001.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Hilman, Imam dkk.. *Perbankan Syaiah diMasa Depan*. Cet. I; Senayan Abadi Publishing ,2003.
- Ika Yaunita dan Nurhayati, *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memilih jasa perbankan syariah*, Jurnal ekonomi STIE Haji Agus Salim, Vol. XIV. No.2, Th. 2013.

- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2011.
- King, A. Laura. *Umum Sebuah Pandangan Apresiatif*, Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Kementrian Agama RI, “*Al-qura’an Dan Terjemahannya* “, Surabaya, Fajar Mulya, hal.47.
- Maski Ghozali, *Analisis Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah*.Jurnal ini menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah.
- Muti’ah, Niswah *Pengaruh Motif Rasional dan Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih jasa Perbankan syariah*, Skripsi Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah, 2015.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. *Prilaku Konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2009.
- Marzoeki, Djohansjah. “*Berfikir Rasional diRanah Publik*”, artikel diakses pada 16 juni 2015 dari [http://www. Djohansjahmarzoeki-rationalthingking.com](http://www.Djohansjahmarzoeki-rationalthingking.com).
- Maski, Ghozali. *Analisis Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah*. Jurnal ini menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah.
- Melayu dan Hamzah “*Jurnal Ekonomi Muamallah* “,Vol. 1 No. 1 ,2009
- Mubarak, E. Saefuddin. *Ekonomi Islam, Pengertian, Prinsip dan Fakta*. In Media 2016.
- Muhammad. *Bank Syariah, Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*.Cet; I, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Muhammad. *Menejemen Bank Syariah*. Yogyakarta:UUP AMPYEK, 2002.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk strategi dan penelitian Pemasaran*, Jakarta; Kencana, 2008, Edisi 1 Cet 3.
- Sangadji Etta Mamang, dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*.

Schiffman, G, Leon. dan Lazar, Kanuk Leslie, *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa Zoelkifli Kasip, Jakarta: PT. Indeks, 2004, Ed. 7.

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

Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Cet. 23, Bandung : Alfabeta, 2013.

Sugiyono, *metode penelitian kombinasi (Mixed Methods)*, Cet. Ke-6, Bandung: ALFABETA, cv, 2011.

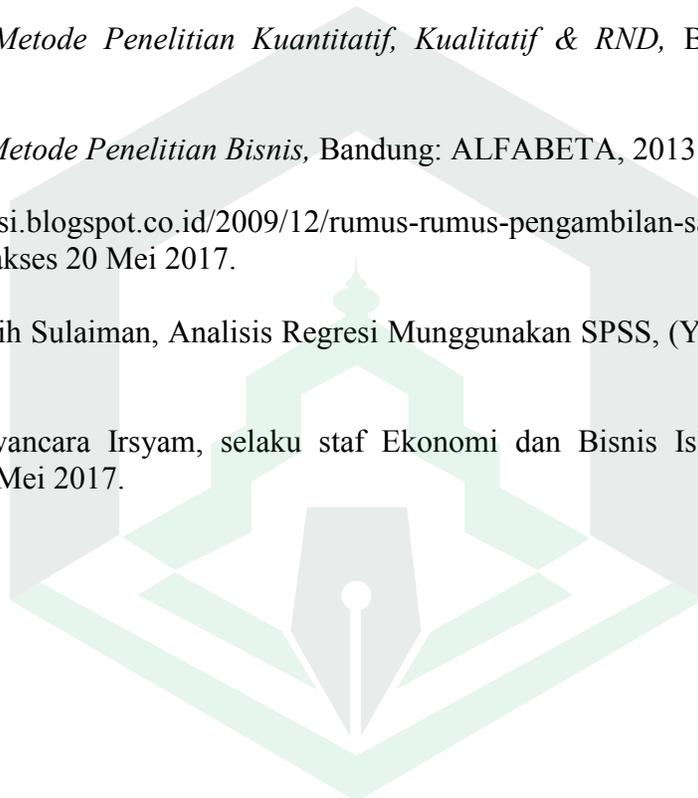
Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: ALFABETA, 2013.

Tesisdisertasi.blogspot.co.id/2009/12/rumus-rumus-pengambilan-sampel.html, diakses 20 Mei 2017.

Wasih Sulaiman, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta : ANDI, 2004.

Wawancara Irsyam, selaku staf Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, tanggal 20 Mei 2017.



**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwi Fitriani.  
NIM : 13.16.15.0120.  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan / karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian skripsi ini adalah karya saya sendiri, kutipan yang ada ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya, bilamana di kemudian hari terbukti saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, Juni 2017

Yang membuat pernyataan

DWI FITRIANI.  
NIM. 13.16.15.0120

## ANGKET PENELITIAN

Penelitian ini berjudul “**Pengaruh Motif Emosional dan Motif Rasional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Perbankan Syariah Angk. 2014 IAIN Palopo)**”.

### 1. PETUNJUK PENGISIAN

- I. Isilah identitas dengan jelas
2. Baca dengan teliti setiap pertanyaan sebelum menjawab
3. Setiap pertanyaan di sediakan lima poin, yaitu: Sangat setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).
4. Berilah Tanda ceklis disetiap jawaban.
5. Jawablah dengan jujur tanpa tekanan dari siapapun sejumlah item yang berkaitan dengan Motif Emosional dan Motif Rasional terhadap pengambilan keputusan memilih jasa perbankan syariah (studi pada mahasiswa perbankan syariah angkatan 2014 IAIN Palopo.

TERIMAKASIH.

### II. IDENTITAS

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

NO	PERTANYAAN	ALTERNATIVE JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
<b>A.</b>	<b>MOTIF EMOSIONAL</b>					
	<b>Faktor status sosial</b>					
1	saya memilih bank syariah karena saya beragama Islam					
2	Produk bank syariah sesuai dengan prinsip syariat Islam.					
	<b>Faktor kebanggaan</b>					
1	Sistem transaksi bank syariah sesuai dengan ajaran Islam.					
2	Produk bank syariah sesuai dengan prinsip syariat Islam					
	<b>Faktor Kenyamanan</b>					
1	Karyawati bank syariah berbusana muslimah					
2	Pegawai bank syariah ramah.					
	<b>Faktor Keamanan</b>					
1	Saya merasa aman bertransaksi di bank syariah.					
2	Saya merasa terbebas dari unsur riba.					
<b>B</b>	<b>MOTIF RASIONAL</b>					
	<b>Faktor Harga</b>					
1	Biaya pembukaan rekening di bank syariah murah.					
2	Biaya administrasi di bank syariah murah.					
	<b>Faktor Kemudahan</b>					
1	Saya menabung di bank syariah karena lokasinya dekat dengan tempat tinggal.					
2	Fasilitas yang tersedia di bank syariah memadai					
	<b>Faktor Keandalan</b>					
1	Pegawai bank syariah melayani nasabah dengan cepat dan tepat					
2	Informasi yang diberikan sangat jelas.					
<b>C</b>	<b>PENGAMBILAN KEPUTUSAN</b>					
1	Saya merasa harus menyimpan uang di bank syariah.					
2	Saya terdorong untuk memenuhi kebutuhan menabung di bank syariah					
3	Saya mencari informasi agar kebutuhan akan keamanan uang saya terjamin					
4	saya memutuskan memilih bank syariah karena manfaat yang sesuai dengan kebutuhan saya					
5	Saya merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah					



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Dwi Fitriani, lahir pada tanggal 22 Februari 1995 di Kota Palopo,. Lahir dari pasangan ayahanda Sunarto dan Ibunda Dewi M, anak ke empat dari tiga bersaudara, dan 1 saudara laki-laki.

Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SDN Negeri 188 Manunggal, kecamatan tomoni timur Kabupaten Luwu Timur dan menamatkan pendidikan sekolah dasar pada tahun 2007. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Kertoraharjo, Desa Kertoraharjo Kecamatan Tomoni Timur Kabupaten Luwu Timur, selesai pada tahun 2010. Pada tahun yang sama (2010) penulis berhasil mengenyam pendidikan di SMA Negeri 1 Tomoni Timur, Kecamatan Tomoni Timur , Kabupaten Luwu Timur dan menamatkan pendidikannya pada tahun 2013.

Atas keinginan yang kuat untuk melanjutkan pendidikan, penulis diterima di salah satu perguruan tinggi negeri yang ada di Tanah Luwu yaitu STAIN Palopo dengan Program Studi Perbankan Syariah.

Pada saat sekarang ini, penulis sementara menyelesaikan karya tulis ilmiah dengan judul *“Pengaruh Motif Emosional dan Motif Rasional Terhadap Pengambilan Keputusan memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2014 IAIN Palopo)*