

Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)

Sabariah*, Nur Diana **, Harun Alrasyid ***

sabariahbahar22@gmail.com

Universitas Islam Malang

ABSTRACT:

This research analyzes the influence of emotional and rational factors on student decisions to choose Indonesian Islamic Bank products at the University of Islam Malang students. The sample in this study was 99 students of the Islamic University of Malang. Data was collected by distributing questionnaires. Analysis of the data used in this study using validity test, reliability test, normality test, multicollinearity, heteroscedasticity, simultaneous F test, coefficient of determination, and t-test. The results of this study show that variable emotional factors and rational factors significantly affect the decision to choose a product. While partially 1) the emotional factor variable partially has a significant and positive effect on the decision to choose a product, 2) the rational factor variable partially has a significant and positive effect on the decision to choose a product.

Keywords: emotional factor, rational factor, choice decision, student decision

ABSTRAK:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan mahasiswa memilih produk Bank Umum Syariah Indonesia pada mahasiswa Universitas Islam Malang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasional. Sampel dalam penelitian ini adalah 99 mahasiswa Universitas Islam Malang. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, uji F simultan, koefisien determinasi, dan uji t. Hasil penelitian ini secara simultan variabel faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk. Sedangkan secara parsial 1) variabel faktor emosional secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan memilih produk, 2) variabel faktor rasional secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan memilih produk.

Kata kunci: faktor emosional, faktor rasional, keputusan memilih, keputusan mahasiswa

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, angka penduduk muslim sebanyak 236.530.000 jiwa, sedangkan total penduduk Indonesia adalah 273.230.000 jiwa (Kusnandar 2021). Penduduk Indonesia lebih banyak didominasi oleh agama Islam, akan tetapi yang menggunakan jasa keuangan syariah masih terbilang sedikit. Pada tahun 2021, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa indeks inklusi keuangan syariah Indonesia 9,1% jauh dibawah indeks inklusi keuangan nasional yang mencapai 76,19% (Al Faqir 2021). Dalam dunia perbankan, Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat dibuktikan dengan munculnya banyak bank, bank umum, unit usaha maupun bank perkreditan rakyat.

Bank konvensional dan bank syariah memiliki karakteristik yang jauh berbeda yaitu bank konvensional memperoleh bunga dalam beroperasi serta memegang prinsip meraih keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Bank syariah dalam beroperasi memakai prinsip bagi hasil untuk menghindari riba dan pada bank syariah terdapat Dewan Pengawas Syariah (Khasanah 2009). Perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah terlihat sangat jelas baik dari segi total aset, jumlah kantor maupun dana pihak ketiga (DPK).

Bank konvensional dan bank syariah memiliki perbedaan pada produk keuangan. Produk keuangan berupa tabungan pada perbankan syariah memiliki 2 akad yaitu akad *wadiah* dan akad *mudharabah*. Produk tabungan yang menggunakan akad *wadiah* hanya diperuntukkan untuk menyimpan uang, berbeda halnya dengan akad *mudharabah* yang dapat dipergunakan untuk berinvestasi karena memperoleh keuntungan yang berasal dari bagi hasil yang telah disepakati.

Perbedaan utama produk tabungan konvensional dengan produk tabungan syariah adalah tidak dikenalnya suku bunga tertentu yang dijanjikan, tetapi terdapat *nisbah* atau persentase bagi hasil pada tabungan *mudharabah* dan bonus pada tabungan *wadiah* (Anshori 2018).

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah nasabah bank syariah di Indonesia pada tahun 2019 berjumlah 32.171.464 jiwa dan mengalami peningkatan sebesar 9% pada tahun 2020. Pada tahun 2021, jumlah nasabah bank syariah adalah sebanyak 38.776.568 jiwa mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya (OJK 2021).

Menurut Saeful (2016) & Anwar (2016) ada beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih bank syariah yaitu mengenai ciri khas keislaman, kemudahan mekanisme pembukaan rekening, proses transaksi, keamanan agunan dana, pemahaman masyarakat, dan pemahaman kepuasan produk terhadap pemenuhan lahir dan batin yang dirasakan masyarakat. Selain itu, dalam pengambilan keputusan faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih bank syariah yaitu faktor rasional dan faktor emosional.

Menurut Pollock et al (2019) emosional adalah keadaan perasaan baik sadar maupun tidak sadar secara biologis maupun psikologis dengan kecenderungan untuk bertindak, atau kecenderungan secara sadar atau tidak sadar untuk bertindak baik positif maupun negatif. Faktor emosional lebih cenderung kepada sikap nasabah ketika memutuskan untuk menyimpan uangnya pada suatu bank dengan dua perspektif yaitu perspektif waktu sekarang ketika masih hidup dan perspektif waktu setelah meninggal dunia.

Menurut Djafri (2017) rasional adalah kemampuan untuk berfikir dan mempertimbangkan secara logis atau masuk akal untuk melakukan atau bertindak sehingga mempunyai tingkat daya tahan yang baik. Faktor rasional dalam penelitian ini meliputi kenyamanan, pelayanan dan juga kepuasan seseorang ketika menggunakan jasa.

Universitas Islam Malang memiliki populasi mahasiswa aktif yang cukup besar. Apabila dapat mengetahui perilaku mahasiswa mengenai tanggapan atau ketika menyikapi produk Bank Syariah Indonesia, maka akan cukup berpengaruh bagi Bank Syariah Indonesia dalam menentukan metode pemasarannya terkhusus apabila mahasiswa yang menjadi target pasarnya.

Penelitian ini akan menjawab permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan mahasiswa Universitas Islam Malang memilih produk di Bank Syariah Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh faktor emosional terhadap keputusan mahasiswa Universitas Islam Malang memilih produk di Bank Syariah Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh faktor emosional terhadap keputusan mahasiswa Universitas Islam Malang memilih produk di Bank Syariah Indonesia?

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis Penelitian Terdahulu

Noviasari (2020) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Produk Perbankan Syariah di Tulungagung (Studi pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)”. Hasil penelitian menunjukkan faktor emosional berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan memilih mahasiswa, faktor rasional berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan memilih mahasiswa, faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan memilih mahasiswa.

Kamal (2019) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Mandiri KC. Curup”. Hasil penelitian menunjukkan faktor emosional dan faktor rasional secara simultan mempengaruhi nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri KC. Curup, faktor emosional secara parsial tidak berpengaruh signifikan antara variabel emosional terhadap nasabah memilih Bank Syariah Mandiri KC. Curup, faktor rasional secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nasabah memilih.

Khoir (2018) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional terhadap Keputusan Nasabah memilih Bank Jatim Kantor Cabang Syariah Kediri”. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa secara parsial faktor emosional berpengaruh positif tidak signifikan dan faktor rasional berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Jatim Kantor Cabang Syariah Kediri.

Kartikasari (2017) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional terhadap Keputusan Memilih Produk dan Jasa Perbankan Syariah di Tulungagung (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor emosional berpengaruh signifikan keputusan memilih produk dan jasa perbankan syariah, faktor rasional juga berpengaruh terhadap keputusan memilih produk dan jasa perbankan syariah, faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan memilih produk dan jasa perbankan syariah.

Pengertian Pengambilan Keputusan

Menurut Lupiyoadi (2001) keputusan konsumen diartikan sebagai suatu keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa tertentu yang ditawarkan dengan didasari adanya niat untuk melakukan pembelian/menggunakan jasa. Menurut Suwarman (2011) keputusan adalah pilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif dan nasabah yang akan melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Orang yang mengambil keputusan harus dapat memilih dari beberapa pilihan yang tersedia.

Faktor Emosional

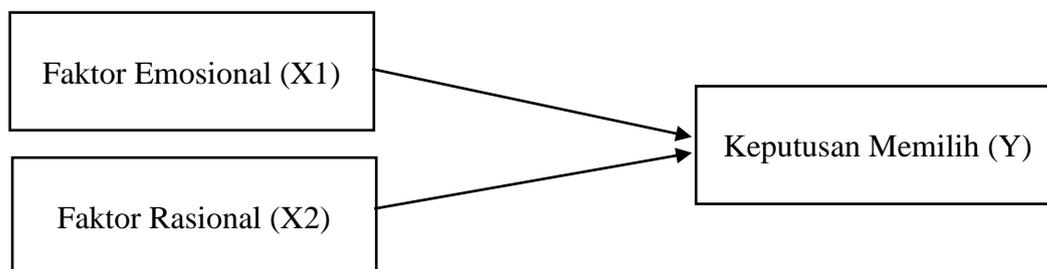
Menurut Agustian (2003) kecerdasan emosional adalah sebuah kemampuan untuk mendengar bisikan emosi dan menjadikan sebagai sumber informasi yang penting untuk memahami diri sendiri dan orang lain demi mencapai tujuan. Emosional adalah suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis, psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak (Goleman 2000). Faktor-faktor emosional meliputi tingkat ketaatan beragama nasabah, psikologis dan atribut produk yang berdasarkan prinsip syariah.

Faktor Rasional

Hanna & Wozniak (2001) mengemukakan bahwa 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. Menurut Setiadi (2003), faktor yang didasarkan pada rasional akan menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan memikirkan secara matang serta mempertimbangkan pembelian produk terlebih dahulu. Kecenderungan yang akan diperoleh konsumen adalah sangat puas.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan tinjauan teori, digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut:



Hipotesis Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan tinjauan teori dirumuskan hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H1 : Faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Universitas Islam Malang memilih produk di Bank Syariah Indonesia

- H1a : Faktor emosional berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa Universitas Islam Malang memilih produk di Bank Syariah Indonesia
- H1b : Faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa Universitas Islam Malang memilih produk di Bank Syariah Indonesia.

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional. Penelitian korelasional diperlakukan sebagai penelitian deskriptif, terutama dikarenakan penelitian korelasional mendeskripsikan sebuah kondisi yang telah ada. Penelitian korelasional melibatkan suatu pengumpulan data untuk menentukan apakah dan untuk tingkatan apa terdapat hubungan di antara dua atau lebih variabel yang dapat dikuantitatifkan. Tujuan studi korelasional adalah untuk menentukan hubungan antara variabel, atau untuk menggunakan hubungan tersebut untuk selanjutnya membuat prediksi (Santoso and Madiistriyatno 2021).

Lokasi penelitian bertempat di Universitas Islam Malang yang beralamat di Jalan Mayjen Haryono No.193, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144.

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Oktober 2021 sampai dengan bulan Mei 2022, dengan sampel sebanyak 99 mahasiswa aktif Universitas Islam Malang.

Definisi Operasi Variabel

Faktor Emosional (X1)

Menurut Hasan (2010) faktor emosional adalah dorongan dari dalam diri seseorang untuk memutuskan sesuatu dalam hal melakukan pembelian terhadap suatu produk berdasarkan pertimbangan-pertimbangan subyektif seperti perasaan, kebanggaan, status, harga diri, dan sebagainya. Adapun indikator pengukuran variabel faktor emosional menurut Siregar (2019) sebagai berikut:

1. Ketaatan beragama, yaitu mematuhi norma-norma Islam dalam bertransaksi dan merasa aman karena terbebas dari riba.
2. Faktor psikologis, yaitu kantor Bank Syariah Indonesia yang bersih dan indah, ruang tunggu yang sejuk dan nyaman.
3. Atribut produk

Faktor Rasional (X2)

Motif rasional adalah suatu dorongan untuk bertindak menurut pikiran yang sehat, patut dan layak (Setiadi, 2010). Adapun indikator pengukuran variabel faktor rasional menurut Hasan (2010) dan Assauri (2013) sebagai berikut:

1. Murah harga pembeliannya, yaitu biaya pembukaan rekening dan biaya administrasi Bank Syariah Indonesia terbilang murah.
2. Kemudahan dan efisiensi dalam penggunaan, yaitu prosedur dan persyaratan pembukaan rekening mudah.
3. Dapat membantu bertumbuhnya pendapatan
4. Kehandalan dalam kualitas dan penggunaan, yaitu fitur layanan BSI sudah berbasis digital, bervariasi dan mudah digunakan.

Pengambilan Keputusan (Y)

Menurut Lupiyoadi (2001) keputusan konsumen diartikan sebagai suatu keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa tertentu yang ditawarkan dengan didasari adanya niat untuk melakukan pembelian/menggunakan jasa. Adapun indikator pengukuran variabel pengambilan keputusan menurut Kotler (2012) sebagai berikut:

1. Pembeli mengenali masalah atau kebutuhan
2. Mencari informasi yang lebih banyak
3. Memutuskan pembelian produk yang paling disukai
4. Mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian karena mengalami ketidaksesuaian.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis linier berganda dengan bantuan SPSS. Adapun persamaan matematis regresi linier berganda menurut Sugiyono (2015) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

- Y = Variabel Keputusan Memilih
- a = Konstanta
- b₁, b₂ = Koefisien regresi variabel independen
- X₁ = Variabel Faktor Emosional
- X₂ = Variabel Faktor Rasional
- ε = standar *error*

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum Penyebaran Kuesioner dan Sampel Penelitian

Tabel 1
Jumlah Populasi Penelitian

Fakultas	Jumlah Mahasiswa
Fakultas Agama Islam	1.928
Fakultas Hukum	679
Fakultas Pertanian	792
Fakultas Peternakan	426
Fakultas Teknik	1.428
Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	282
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	1.345
Fakultas Ekonomi dan Bisnis	2.967
Fakultas Ilmu Administrasi	1.182
Fakultas Kedokteran	546
Total	11.575 Mahasiswa

Sumber: BAAK UNISMA, 2022

Tabel 2
Rincian Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Persentase
Jumlah kuesioner yang disebar	209	100%
Jumlah kuesioner yang kembali	209	100%
Jumlah kuesioner yang diolah	99	47,37%
Jumlah kuesioner yang tidak dapat diolah	110	52,63%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel 2 jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 209 kuesioner dengan persentase 100%, jumlah kuesioner yang kembali sebanyak 209 kuesioner dengan persentase 100%, kuesioner yang diolah sebanyak 99 kuesioner dengan persentase 47,37% dan kuesioner yang tidak dapat diolah karena tidak memenuhi syarat sebanyak 110 kuesioner dengan persentase 52,63%. Maka dengan demikian data yang diolah sebanyak 99 kuesioner.

Tabel 3
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	19	19,2%
Perempuan	80	80,8%
Total	99	100%

Sumber : Data yang diolah, 2022

Data pada tabel 3 menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 19

orang dengan persentase (19,2%). Dan berjenis perempuan sebanyak 80 orang dengan persentase (80,8%). Menurut data di atas disimpulkan bahwa sebagian besar responden dari penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4
Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase
18-19	9	9,09%
20-21	56	56,57%
22-23	30	30,3%
24	4	4,04%
Total	99	100%

Sumber: Data yang diolah, 2022

Data pada tabel 4 menunjukkan bahwa responden dengan usia sekitar 18-19 tahun berjumlah 9 orang dengan persentase (9,09%), responden dengan usia 20-21 tahun berjumlah 56 orang dengan persentase (56,57%), responden dengan usia 22-23 berjumlah 30 orang dengan persentase (30,3%), responden dengan usia 24 tahun berjumlah 4 orang dengan persentase (4,04%). Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa sebagian besar responden dari penelitian ini berusia kisaran 20-21 tahun dengan persentase sebesar (56,57%).

Tabel 5
Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas	Jumlah Mahasiswa	Persentase
Fakultas Agama Islam	10	10,1%
Fakultas Hukum	4	4,04%
Fakultas Pertanian	3	3,03%
Fakultas Peternakan	0	0%
Fakultas Teknik	3	3,03%
Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	2	2,02%
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	10	10,1%
Fakultas Ekonomi dan Bisnis	55	55,56%
Fakultas Ilmu Administrasi	11	11,11%
Fakultas Kedokteran	1	1,01%
Total	99	100%

Sumber: Data yang diolah, 2022

Data pada tabel 5 menunjukkan bahwa responden dengan Fakultas Agama Islam berjumlah 10 orang dengan persentase (10,1%), Fakultas Hukum berjumlah 4 orang dengan persentase (4,04%), Fakultas Pertanian berjumlah 3 orang dengan persentase (3,03%), Fakultas Peternakan berjumlah 0 orang dengan persentase (0%),

Fakultas Teknik berjumlah 3 orang dengan persentase (3,03%), Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam berjumlah 2 orang dengan persentase (2,02%), Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan berjumlah 10 orang dengan persentase (10,1%), Fakultas Ekonomi dan Bisnis berjumlah 55 orang dengan persentase (55,56%), Fakultas Ilmu Administrasi berjumlah 11 orang dengan persentase (11,11%) dan Fakultas Kedokteran berjumlah 1 orang dengan persentase (1,01%).

Sehingga, dengan demikian dapat di simpulkan bahwa sebagian besar responden dari penelitian ini adalah mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang berjumlah 55 orang dengan persentase (55,56%).

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 6
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Faktor Emosional	99	1	5	4.48	.069
Faktor Rasional	99	1	5	4.34	.154

Keputusan Memilih	99	2	5	4.39	.080
Valid N (listwise)	99				

Sumber : *Output SPSS 16, 2022*

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa variabel faktor emosional (X1) memiliki jawaban minimum dari responden 1 dan jawaban maksimumnya adalah 5, dengan rata-rata sebesar 4.48 serta standar deviasinya 0.069. Variabel faktor rasional (X2) memiliki jawaban minimum dari responden 1 dan jawaban maksimumnya 5, dengan rata-rata 4.34 serta standar deviasinya 0.154. Variabel keputusan memilih (Y) memiliki jawaban minimum dari responden 2 dan jawaban maksimumnya 5, dengan rata-rata 4.39 serta standar deviasinya 0.080.

Uji Instrumen

a Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dapat dilihat dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 99, jadi $df = 99 - 2 = 97$ maka r tabel 0,1663. Instrumen dikatakan valid bila r hitung > dari r tabel.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS diperoleh hasil bahwa setiap instrumen penelitian yang digunakan memiliki hasil r hitung > r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian dikatakan valid.

b Uji Reliabilitas

Untuk menguji konsistensi data dalam jangka waktu tertentu, maka digunakan uji reliabilitas, Jadi bisa diketahui sejauh manakah penggunaan alat ukur dapat dikatakan reliabel atau dapat diandalkan. Instrumen dapat dikatakan handal nilai koefisien *alpha* lebih dari 0,60 maka variabel tersebut reliable. Sebaliknya *instrument* dikatakan tidak reliable atau tidak valid apabila nilai koefisien *alpha* kurang dari 0,60.

Hasil uji reliabilitas faktor emosional (X1) menghasilkan nilai Cronbach *Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dikatakan komponen atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini teruji secara reliabel atau dapat diandalkan. hasil uji reliabilitas faktor rasional (X2) menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dikatakan komponen atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini teruji secara reliabel atau dapat diandalkan. hasil uji reliabilitas keputusan memilih (Y) menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dikatakan komponen atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini teruji secara reliabel atau dapat diandalkan.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah poin – poin dari kuesioner yang di teliti terdistribusi normal, salah satu bentuk dari uji normalitas adalah uji *Kolmogorov-smirnov tes*. Dengan nilai probabilitas lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan poin kuesioner tersebut terdistribusi normal, sedangkan data dengan nilai probabilitas lebih dari 0,05 poin kuesioner tersebut dapat dikatakan tidak normal.

Tabel 7

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Faktor Emosional	Faktor Rasional	Keputusan Memilih
N		99	99	99
Normal Parameters ^a	Mean	4.48	4.34	4.39
	Std. Deviation	.069	.154	.080
Most Extreme Differences	Absolute	.127	.132	.130
	Positive	.127	.132	.130
	Negative	-.127	-.131	-.127
Kolmogorov-Smirnov Z		1.268	1.312	1.297
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080	.064	.069

Sumber: *Output SPSS 16, 2022*

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas dapat disimpulkan bahwa variabel faktor emosional memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 1.268 dengan nilai signifikan 0,080. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai sig. $0,080 > 0,05$, sehingga dapat dikatakan data tersebut terdistribusi normal. Variabel faktor rasional memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0.064 dengan nilai signifikan 0,069. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai sig. $0,069 > 0,05$, sehingga dapat dikatakan data tersebut terdistribusi normal. Variabel keputusan memilih memiliki nilai signifikan 0,064. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai sig. $0,064 > 0,05$, sehingga dapat dikatakan data tersebut terdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

a Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Untuk mengetahui gejala multikolinearitas dapat dilihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Apabila nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 maka model regresi terbebas dari problem multikolinearitas.

Tabel 8

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.654	2.994		2.222	.029		
Faktor Emosional	.259	.067	.344	3.858	.000	.751	1.331
Faktor Rasional	.327	.071	.411	4.614	.000	.751	1.331

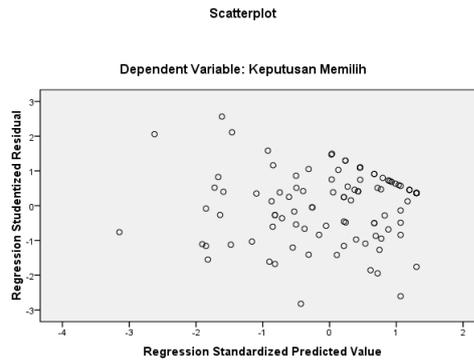
Sumber: *Output SPSS 16, 2022*

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai *Tolerance* faktor emosional adalah sebesar 0,751 di mana nilai tersebut $> 0,10$ dengan nilai *VIF* < 10 sebesar 1,331. Faktor rasional memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,7514 di mana nilai tersebut $> 0,10$ dengan nilai *VIF* < 10 sebesar 1,331. Maka dapat disimpulkan masing-masing variabel independen terbebas dari multikolinearitas, dan tidak adanya korelasi sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen.

b Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah residual memiliki ragam yang *homogeny* atau tidak. Pengujian heterokedastisitas dapat dilihat melalui grafik *scatter plot*. Sebuah model residual dikatakan *homogeny* apabila titik-titik pada grafik *scatter plot* membentuk pola tertentu. Sebaliknya apabila titik- titik tersesar dan tidak terdapat pola yang jelas, serta titik yang menyebar di bawah dan di atas angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Gambar 1



Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar diatas, titik – titik pada grafik *scatter plot* tidak membentuk pola tertentu, dan cenderung menyebar maka dapat dikatakan residual ragam penelitian ini tidak memiliki kesamaan antara residual atau ragam *homogeny* dan bebas dari heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 9

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.654	2.994		2.222	.029
	Faktor Emosional	.259	.067	.344	3.858	.000
	Faktor Rasional	.327	.071	.411	4.614	.000

Sumber: *Output* SPSS 16, 2022

Berdasarkan tabel diatas maka hasil yang diperoleh dari analisis regresi linear berganda yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 6,854 + 0,259X_1 + 0,327 X_2 + e$$

0,000 0,000

Uji Hipotesis

a Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah faktor emosional (X1) dan faktor rasional (X2) secara bersamaan atau simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih (Y) mahasiswa.

Tabel 10
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	591.035	2	295.518	35.908	.000 ^a
	Residual	790.076	96	8.230		
	Total	1381.111	98			

Sumber: *Output* SPSS 16, 2022

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat nilai F sebesar 35,908 dan Sig. $0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini berarti H1 diterima sehingga dapat disimpulkan faktor emosional dan faktor rasional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa.

b Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menilai jauh berpengaruh atau tidaknya kemampuan model ketika menunjukkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah 0

atau 1. Nilai R^2 yang bernilai 0 memiliki arti variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen terbatas. Sedangkan, apabila nilai R^2 mendekati 1 atau 1 maka variabel independen (X) menjelaskan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Y).

Tabel 11
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.654 ^a	.428	.416	2.869

Sumber: *Output SPSS 16, 2022*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwasanya koefisien determinasi sebesar 0,416. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh sebesar 41,6% terhadap keputusan memilih. Sedangkan 58,4% yang lain dipengaruhi oleh variabel- variabel lain yang tidak di uji dalam penelitian ini.

c Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara terpisah atau parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih mahasiswa. Dengan tingkat signifikansi $t > 0,05$ maka model di katakan tidak berpengaruh signifikan. Apabila, $t \leq 0,05$ maka model di katakan berpengaruh signifikan secara parsial atau terpisah.

Tabel 12
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.654	2.994		2.222	.029
	Faktor Emosional	.259	.067	.344	3.858	.000
	Faktor Rasional	.327	.071	.411	4.614	.000

Sumber: *Output SPSS 16, 2022*

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh informasi sebagai berikut:

1. Pengaruh Faktor Emosional Terhadap Keputusan Memilih

Hasil pengujian faktor emosional memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,858 dengan nilai signifikansi 0,000 dengan ini ($0,000 < 0,05$) maka $H1_a$ di terima dan $H0$ ditolak. Hal ini berarti bahwa faktor emosional berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih produk Bank Syariah Indonesia.

Berpengaruhnya faktor emosional ditimbulkan karena nasabah memiliki pengetahuan tentang aturan-aturan Islam terutama perihal riba dan nasabah mematuhi dan menjalankan norma Islam dalam bertransaksi salah satunya ialah merasa aman karena bebas dari riba. Selain itu, faktor emosional juga berpengaruh karena nasabah merasakan kenyamanan ketika berada di ruang tunggu yang sejuk, aman, bersih dan indah serta mendapatkan pelayanan yang sangat ramah dari pegawai Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Kartikasari (2017) dan Noviasari (2020).

2. Pengaruh Faktor Rasional Terhadap Keputusan Memilih

Hasil pengujian faktor rasional memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,614 dengan nilai signifikansi 0,000 dengan ini ($0,000 < 0,05$) maka $H1_b$ di terima dan $H0$ ditolak. Hal ini berarti bahwa faktor rasional berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih produk Bank Syariah Indonesia.

Berpengaruhnya faktor rasional disebabkan karena nasabah mendapatkan biaya pembukaan rekening dan biaya administrasi yang terbilang murah serta persyaratan pembukaan rekening mudah. Selain penyampaian informasi yang jelas dan lengkap, kantor dan mesin ATM Bank Syariah Indonesia juga mudah ditemui serta fitur layanan BSI sudah berbasis digital, bervariasi dan mudah digunakan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Noviasari (2020), Kamal (2019), Khoir (2018).

Simpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Hasil dari uji F (35,908) dengan nilai signifikan (0,000) yang lebih kecil dari α (0,05) dengan demikian maka H_1 diterima. Artinya bahwa secara simultan atau bersama-sama, variabel faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa memilih produk Bank Syariah Indonesia.
2. Berdasarkan perhitungan R^2 didapatkan hasil bahwa sebesar 41,6% variabel faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan memilih produk, sedangkan 58,4% lagi dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
3. Berdasarkan hasil uji t variabel faktor emosional memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_{1a} diterima dan H_0 ditolak. Yang berarti faktor emosional berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih produk. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Kartikasari (2017) dan Noviasari (2020).
4. Berdasarkan hasil uji t variabel faktor rasional memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,002 < 0,05$) maka H_{1b} diterima dan H_0 ditolak. Yang berarti faktor rasional berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih produk Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Khoir (2018), Kamal (2019), dan Noviasari (2020).

Keterbatasan

Walaupun peneliti berusaha untuk meminimalisir kesalahan akan tetapi ada beberapa keterbatasan dari penelitian ini antara lain :

1. Peneliti tidak menjamin responden menjawab jujur atas pernyataan atau pertanyaan yang diberikan, sehingga hasil bisa menjadi kurang proporsional.
2. Pengisian kuesioner pada penelitian ini dilaksanakan secara *online*, peneliti tidak dapat menemui responden secara langsung.
3. Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan 2 variabel independen yaitu faktor emosional dan faktor rasional.

Saran

Berdasarkan keterbatasan yang telah di paparkan di atas maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk peneliti yang akan meneliti lebih lanjut, diharapkan dapat menceritakan lebih rinci terkait dengan faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan memilih produk.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat menggunakan wawancara terbuka.
3. Bagi peneliti selanjutnya dengan topik yang sejenis disarankan untuk melakukan kajian lebih lanjut dengan memasukkan variabel bebas lainnya, seperti menambahkan variabel lainnya, seperti religiusitas (Zuhirsyah, 2021), pengetahuan perbankan syariah (Fadli, 2019), dan motivasi menggunakan jasa keuangan syariah 9Megawati, 2019.

Daftar Pustaka

- Agustian, Ary Ginanjar. 2003. *ESQ Power Sebuah Inner Journey Melalui Ihsan*. Jakarta: Arga.
- Anshori, Abdul Ghofur. 2018. *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Djafri, Novianty. 2017. *Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah: (Pengetahuan Manajemen, Efektivitas, Kemandirian Keunggulan Bersaing Dan Kecerdasan Emosi)*. ed. Arifin Tahir. Yogyakarta: Deepublish.
- Al Faqir, Anisyah. 2021. "OJK: Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah Di Indonesia Masih Rendah." *Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4480107/ojk-literasi-dan-inklusi-keuangan-syariah-di-indonesia-masih-rendah> (November 7, 2021).
- Hanna, Nessim, and Richard Wozniak. 2001. *Consumen Behavior An Applied Approach*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Khasanah, Uswatun. 2009. "Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Antara Bank Konvensional

- Dan Bank Syariah Periode 2005-2007.” <http://eprints.ums.ac.id/3291/> (June 5, 2022).
- Kusnandar, Viva Budy. 2021. “DITJEN DUKCAPIL KEMENDAGRI.” *databoks*. [https://dukcapil.kemendagri.go.id/?keyword=jumlah penduduk](https://dukcapil.kemendagri.go.id/?keyword=jumlah%20penduduk) (December 23, 2021).
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori Dan Praktek*. Pertama. ed. Salemba Empat. Jakarta.
- Munajim, Ahmad, and Saeful Anwar. 2016. “Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah.” *jurnal.syntaxliterate.co.id* 1. <http://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/28> (December 22, 2021).
- OJK. 2021. “Statistik Perbankan Indonesia.” <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/default.aspx> (December 21, 2021).
- Pollock, TG, K Lashley, VP Rindova - ... of Management Annals, and undefined 2019. 2019. “Which of These Things Are Not like the Others? Comparing the Rational, Emotional, and Moral Aspects of Reputation, Status, Celebrity, and Stigma.” *journals.aom.org* 13(2): 444–78. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/annals.2017.0086> (November 1, 2021).
- Santoso, Imam, and Harries Madiistriyatno. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Indigo Media.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suwarman, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

*) **Sabariah** adalah Alumni Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

) **Nur Diana adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang

***) **Harun Alrasyid** adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang