

PENGARUH PENDEKATAN EMOSIONAL DAN RASIONALITAS TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FEBI UINSU)

Syukry El Hanif Nasution

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara
elh58803@gmail.com

Atika

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara
atika@uinsu.ac.id

Aqwa Naser Daulay

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara
aqwanaserdaulay@uinsu.ac.id

Abstrak Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pendekatan emosional dan rasionalitas mahasiswa ketika mengambil keputusan menabung di perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner. Sebanyak 154 responden yang dijadikan sampel penelitian dipilih secara acak dengan menggunakan metode proporsional random sampling dan algoritma Slovin. Siswa Febi berpartisipasi dalam penelitian ini, dan analisis regresi berganda adalah metode yang digunakan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa dengan ditolaknya H_0 dan diterimanya H_a , maka terdapat hubungan antara variabel emosional dengan pilihan mahasiswa terhadap bank syariah, sesuai dengan temuan uji t untuk variabel emosional (X_1). Karena variabel rasionalitas (X_2) berpengaruh terhadap variabel rasionalitas dalam pemilihan bank syariah oleh mahasiswa, maka H_0 ditolak dan H_a diperbolehkan. Dengan demikian, keputusan mahasiswa memilih menabung di bank syariah dipengaruhi oleh rasionalitas dan pendekatan emosional.

Kata Kunci *pendekatan emosional, rasionalitas, keputusan menabung.*

I. PENDAHULUAN

Fondasi sistem keuangan suatu negara, baik negara maju maupun berkembang, adalah perbankan. Penulis: Andrea Fokema Secara hukum, bank adalah setiap organisasi atau individu yang menjalankan suatu perusahaan yang mengirimkan atau menerima uang dari pihak luar. Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 1 Ayat 2, bank adalah badan usaha yang menerima sumbangan dari masyarakat umum dalam bentuk simpanan dan pinjaman, kemudian menyalurkan uang tersebut kepada masyarakat umum melalui pinjaman atau cara lain. Menaikkan taraf hidup masyarakat adalah tujuannya (Putri, 2021). Perbankan syariah dan perbankan konvensional adalah dua kategori perbankan yang membedakan bank. Sesuai Undang-undang Nomor 21 Tahun

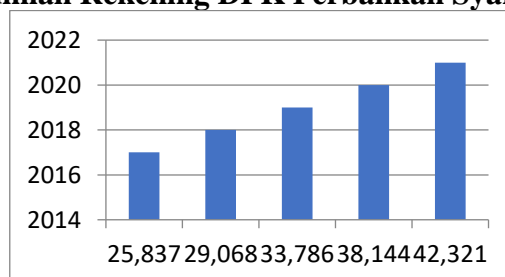
2008, bank konvensional berfungsi berdasarkan prinsip-prinsip yang diakui secara luas, namun bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan Al-Quran dan menekankan juga Sunnah. Bank syariah, atau sekadar bank syariah, adalah lembaga keuangan yang operasionalnya tidak bergantung pada struktur suku bunga dan penawarannya bersumber dari Al-Quran dan Hadits Nabi Muhammad SAW. Sistem operasi ini diciptakan dengan larangan Islam terhadap transaksi berbunga (Riba) sebagai landasannya. Perkembangan perbankan syariah nasional mempunyai landasan hukum yang kuat dan memberikan peluang yang besar untuk memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan perbankan syariah lebih lanjut sehingga akan mendorong pertumbuhan ekonomi syariah khususnya bagi umat Islam dan non-Muslim dan sangat penting dalam pendanaan. Kami ingin dapat menjalankan aktivitas bisnis kami berdasarkan prinsip syariah (Susyanti, 2016).

Perbankan syariah adalah pilihan utama untuk menabung dan menjalankan bisnis di bank syariah bagi sebagian besar nasabah Muslim, dan mengingat Indonesia adalah negara dengan penduduk islam terbanyak di dunia, hal ini merupakan salah satu kekuatan yang mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan pesatnya pertumbuhan bank syariah di Indonesia dan semakin ketatnya perebutan di dunia perbankan. Situasi ini seharusnya mendorong para pelaku pasar perbankan syariah untuk melakukan upaya lebih lanjut dalam meningkatkan, menjaga dan menjaga daya saing bank syariah (Khoir, 2018).

Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan juga diperlukan dukungan internal perusahaan, khususnya dukungan personel menjadi salah satu indikator peningkatan kualitas perusahaan. Kepuasan pelayanan dan kepuasan pelanggan saling berkaitan. Kebahagiaan pelanggan adalah landasan bagi hubungan kerja yang erat antara bisnis dan klien mereka. Bisnis dapat meningkatkan kepuasan klien dengan memberikan pengalaman positif kepada klien, bukan pengalaman negatif. Pelanggan cenderung memilih bank lain untuk investasi masa depan jika perusahaan makanan diizinkan melakukan hal ini.

Tersebar nya jaringan cabang bank syariah di seluruh Indonesia dan bertambahnya jumlah cabang bank syariah menjadi indikator pesatnya pertumbuhan industri perbankan syariah di negara tersebut. Berdasarkan data yang dihimpun OJK, bank syariah di Indonesia mengalami peningkatan dalam priodenya, dan ekspansi tersebut juga tercermin dari peningkatan aset bank syariah. Seperti yang tertera di bawa ini.

Gambar 1
Jumlah Rekening DPK Perbankan Syariah



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2021

Berdasarkan data di atas, terdapat fluktuasi yang signifikan pada jumlah rekening pihak ketiga (DPK) di perbankan syariah selama beberapa tahun terakhir, yang berarti minat masyarakat terhadap perbankan syariah di Indonesia semakin meningkat. memikirkan situasi saat ini. Masyarakat mempercayai bank syariah untuk menginvestasikan modalnya dan juga menginvestasikan tabungannya dalam bank

syariah. Kemudian untuk, menjaga dan meningkatkan pertumbuhan sistem bank syariah memerlukan manusia yang berpengaruh terhadap bank dan tertarik untuk menabung di perbankan syariah. Minat sendiri menjadi motivator internal sebagai kekuatan pembelajaran yang menggerakkan manusia. Kami akan menjalankan kegiatan kami dengan penuh komitmen dan semangat (Usman, 2022)

Oleh karena itu, untuk mencapai kemajuan dan memperbaiki sistem perbankan, selain melakukan pendekatan logis dan emosional, ada hal lain yang harus dilakukan. Karena keduanya mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi cara konsumen mengambil keputusan, rasionalitas dan emosionalitas sama-sama penting. data faktual. Namun, penggunaan metode emosional dan intelektual dalam penelitian tersebut banyak memiliki siswa dalam menyimpan uangnya di bank syariah berupaya untuk memahami signifikansi keduanya dalam keadaan tertentu, termasuk:

1. Kompleksitas keputusan: Keputusan memilih bank tabungan syariah melibatkan keputusan yang kompleks. Karena emosi dan rasionalitas berinteraksi dalam pengambilan keputusan ini, penting untuk memahami kontribusi kedua faktor tersebut dalam membentuk preferensi siswa.
2. Preferensi pribadi: Pendekatan emosional dapat mempengaruhi preferensi seseorang terhadap bank syariah melalui faktor-faktor seperti keyakinan agama, pandangan moral atau nilai-nilai yang berkaitan dengan prinsip syariah. Sedangkan rasionalitas mencakup pertimbangan finansial, manfaat, layanan, dan fitur produk yang ditawarkan bank syariah. Kedua pilihan ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai preferensi dan pilihan mahasiswa ketika memutuskan untuk menabung di bank syariah.
3. Implikasi interaksi antara pendekatan emosional dan rasionalitas: Dengan mengkaji interaksi antara emosi dan rasionalitas, kita dapat lebih memahami bagaimana keduanya terkait dan saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan. Memahami interaksi ini memberikan wawasan berharga tentang bagaimana pendekatan emosional dan rasionalitas saling mempengaruhi perihal memilih untuk menyimpan uang di bank syariah.

Dengan memasukkan kedua faktor ini dalam penelitian, dapat mengidentifikasi pengaruh relatif dari pendekatan emosional dan rasionalitas dengan keputusan mahasiswa dalam menentukan untuk menyimpan uang dalam bank syariah. Hal ini akan memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam konteks ini dan dapat membantu pengembangan strategi yang lebih baik bagi bank syariah (Sholihin & Aulia, 2022).

Pendekatan rasional mencakup kualitas kinerja yang tercermin dalam pelayanan, kenyamanan dan kepuasan pelanggan, sedangkan pendekatan emosional mencakup tingkat religiusitas, psikologi dan atribut pelanggan berdasarkan prinsip syariah. Berdasarkan kedua faktor tersebut, nasabah mempunyai tujuan yang berbeda-beda dalam mengambil keputusan perbankan syariah. Jika pendekatan emosional sendiri mengedepankan spiritualitas, maka segala bentuk paksaan atau dorongan tidak akan berdampak pada pemasaran perusahaan perbankan karena nasabah memahami agama dan mempunyai ilmu yang baik serta pengharapan terhadap ajaran Allah SWT. Kemampuan menabung melalui perbankan syariah. Memberkati SWT dalam menjalankan operasional transaksi. , khususnya di bank syariah. Rasionalitas, sebaliknya, mengutamakan keuntungan, kemudahan dan keuntungan dari transaksi antara nasabah dan bank serta mempertimbangkan sejauh mana manfaat yang dicapai dalam pengambilan keputusan perbankan syariah.

Penelitian “Pengaruh Faktor Emosional dan Rasional terhadap Minat Menabung di BNI Syariah Cabang Medan (Kasus Mahasiswa Perbankan Stambuk Jurusan Syariah 2016)” merupakan salah satu dari beberapa penelitian yang dilakukan oleh guru-guru terdahulu yang mendukung ini. Berdasarkan temuan penelitian, nasabah BNI Syariah mempunyai kecenderungan menyimpan karena alasan emosional dan rasional (Putri, 2021).

Peneliti “Pengaruh Unsur Emosional dan Unsur Rasional Terhadap Pilihan Konsumen Dalam Memilih Lembaga Perekonomian Babel Syariah Cabang Sumatera Selatan Palembang”. Berdasarkan penelitian, keputusan konsumen untuk menggunakan bank Babel Syariah Sumsel cabang Palembang lebih didorong oleh faktor rasional dibandingkan faktor emosional (Khoir, 2018).

Oleh karena itu berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik mengidentifikasi lebih mendalam mengenai pendekatan emosional dan rasionalitas yang menjadi pertimbangan dalam mempengaruhi masyarakat maupun mahasiswa dalam memutuskan memilih bank syariah dari pada bank konvensional lainnya dan akan menimbulkan hal yang positif terhadap bank syariah Indonesia. Dengan demikian penulis tertarik untuk meneliti apakah rasionalitas dan pendekatan emosional berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih menabung di bank syariah dan apakah pendekatan emosional dan rasionalitas bersama sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa memilih menabung di bank syariah.

II. LANDASAN TEORI

1. Keputusan Menabung

Pengambilan keputusan melibatkan pemilihan suatu tindakan di antara dua pilihan atau lebih, dan orang yang ingin memilih harus mempunyai pilihan lain. Akibatnya, pengambilan keputusan merupakan proses integratif yang melibatkan penggabungan pengetahuan untuk menilai dan memilih di antara dua atau lebih kemungkinan tindakan. Pengambil keputusan harus mampu memilih dari berbagai pilihan yang ada. Seseorang dapat mengambil keputusan ketika diberikan suatu kegiatan: membeli atau tidak membeli. Maka memutuskan untuk membeli. Setiap hari atau sepanjang waktu, konsumen sering kali dipaksa untuk mengambil keputusan dalam hidupnya, dan sering kali mereka melakukannya tanpa menyadarinya. Sedangkan yang dimaksud dengan menyimpan uang adalah menyimpannya di celengan, di kantor pos, di bank, dan lain sebagainya. Jadi, ketika konsumen memutuskan untuk menabung, mereka memilih dan menentukan pilihan mana yang mereka yakini akan menghasilkan keuntungan tertinggi di antara berbagai kemungkinan yang tersedia bagi mereka (Ridwan, 2022).

Ada beberapa hal untuk menabung diantaranya adalah:

a. Menentukan pilihan produk tabungan

Untuk mencegah kesalahan formulasi dan memastikan konsumen menerima produk tabungan yang dibutuhkan untuk kebutuhan sehari-hari, nasabah harus mampu menentukan pilihan yang tepat dalam memilih produk tabungan. Penting untuk mempertimbangkan kebutuhan mana yang paling penting ketika memilih produk tabungan. Anda juga harus menentukan dan menerapkan berbagai kriteria untuk memastikan bahwa produk tabungan yang Anda pilih memenuhi kebutuhanmu (Widowati, 2018).

b. Kepercayaan nasabah terhadap produk tabungan

Percaya diri adalah kesediaan seseorang untuk mempercayai orang yang kita percaya. Kepercayaan nasabah terhadap suatu produk tabungan terjadi apabila setelah

menganalisis dan mencari informasi yang sesuai dengan kebutuhannya, nasabah yakin bahwa produk tersebut merupakan tempat menyimpan tabungannya dan kemudian membeli produk tersebut. Produk pilihan Anda. Kepercayaan diri salah satu hal yang mungkin sangat berguna dalam keputusan untuk membuat suatu bentuk atau tidak (Sholihin, 2021).

c. Kesiediaan berkorban demi pelanggan

Keinginan ini muncul ketika nasabah menganalisis informasi, meneliti dan membeli produk tabungan. Ketika nasabah merasa produk tabungan yang dibelinya mempunyai dampak signifikan dan produk tersebut berdampak positif, maka mereka rela berkorban untuk menggunakan produk tersebut. Pengorbanan pelanggan biasanya mencakup waktu, uang, dan usaha untuk menggunakan produk.

d. Penggunaan kembali produk

Penggunaan kembali produk biasanya terjadi ketika pelanggan bersedia berkorban untuk menghemat uang. Tujuan nasabah berulang kali menggunakan produk tabungan adalah keinginan nasabah untuk terus menggunakan produk tabungan tersebut dan menambah saldo tabungannya. Dengan begitu, ketika nasabah ingin kembali lagi ke bank untuk bertransaksi, bisa dipastikan nasabah tersebut akan tetap loyal kepada bank dan menggunakan produk ini berulang kali.

2. Pendekatan emosional

Pendekatan emosional merupakan upaya untuk membangkitkan perasaan dan emosi serta keyakinan terhadap pengalaman dan pemahaman. Manusia mempunyai unsur jasmani dan rohani dan manusia saling membutuhkan dalam tatanan sosial sehingga tidak dapat hidup sendiri. Ketika memilih untuk menyimpan uang di bank dari dua sudut pandang yang berbeda, sikap nasabah biasanya lebih erat kaitannya dengan pendekatan emosional. Pertama, pandangan saat ini, yaitu pandangan ketika seseorang masih hidup di dunia ini, dan pandangan kedua, yaitu pandangan setelah kematian, yaitu pandangan dari zaman pengakuisisi. meninggal dunia atau hidup dalam kubur sampai orang tersebut meninggal dunia. Hitung perbuatan soleh maupun jahat selagi kita hidup di dunia ini. Adanya perspektif temporal postmortem bagi pelanggan Muslim mungkin menjelaskan mengapa pelanggan yang melek syariah mungkin menerima manfaat yang lebih kecil karena menjadi Halal (Stephen P. Robbins., 2015).

3. Rasionalitas

Rasionalitas memiliki dua arti. Pertama, sebagai tindakan yang tepat untuk dipertimbangkan berdasarkan hasil yang diharapkan yang diukur dengan pencapaian tujuan, dan kedua, ketika keyakinan tersebut didukung oleh bukti terbaik yang ada, yaitu keyakinan yang dianutnya. Menurut teori Jack Hirshleifer dan David, Metode dan hasil adalah dua definisi alasan. Menurut pendekatan ini, perilaku yang dimotivasi oleh alasan dan bukan oleh adat istiadat, bias, atau perasaan dianggap sebagai perilaku rasional. Sebaliknya, perilaku rasional didefinisikan sebagai perilaku yang benar-benar mencapai hasil yang Anda inginkan. Dalam hal ini, nasabah memilih bank syariah karena beberapa alasan. Dalam hal ini, rasionalitas mencakup kenyamanan, kualitas, pelayanan, dan kepuasan.

a. Kualitas

Kualitas adalah keadaan dinamis yang memenuhi atau melampaui harapan konsumen di seluruh produk, orang/pekerjaan, proses dan aktivitas, serta lingkungan, menurut pakar Garvin dan Davis. Tidak mungkin memisahkan kualitas dari barang dan

jasa suatu bisnis ketika membahas kebahagiaan pelanggan. Pemahaman bahwa produk seorang penjual memiliki salah satu hal yang lebih bagus sehingga pesaingnya disebut dengan kualitas produk. Perbaikan sistem perbankan syariah memerlukan produk yang berkualitas.

b. Pelayanan

Menurut AS Moenir A, proses pemenuhan kebutuhan orang lain melalui kegiatannya disebut pelayanan. Dengan kata lain, pelayanan adalah aktivitas apa pun yang berupaya membantu orang lain dalam menyiapkan dan menyelesaikan segala sesuatunya. Memahami apa yang dimaksud dengan kualitas layanan yang sangat baik dan buruk merupakan salah satu yang berguna dalam sektor jasa. Besar kecilnya ditentukan tidak hanya oleh penyedia jasa (bank), tetapi juga khususnya oleh penerima jasa (nasabah), karena banyak nasabah yang menikmati layanan tersebut. Hal ini disediakan oleh bank kepada nasabah sehingga mereka dapat mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan bank berdasarkan harapan mereka dan dengan demikian menentukan tingkat kepuasan mereka (Sari et al., 2023).

c. Kenyamanan

Menurut McCormick yang mempunyai latar belakang ergonomi, ia mengartikan konsep kenyamanan sebagai keadaan emosional, dan keadaan emosi ini sebenarnya bergantung pada orang yang mengalami situasi tersebut. Kenyamanan dan keamanan dalam suatu organisasi sangat bervariasi, Kepuasan pelanggan bukanlah jaminan loyalitas pelanggan atau keramahan pelanggan. Anda perlu mengingat apa yang bernilai bagi pelanggan Anda. Gunakan layanan yang ada atau tersedia.

d. Kepuasan

Kepuasan adalah suatu keadaan terpenuhinya keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan serta pelayanan dianggap memuaskan. Kepuasan berasal dari kata Latin “satis” yang berarti “cukup dan memadai” dan “facio” yang berarti “melakukan atau mencapai”. Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya untuk mencapai sesuatu, melakukan sesuatu dengan benar, namun kepuasan biasanya merupakan kebahagiaan yang muncul setelah secara mental membandingkan kinerja produk dengan kinerja hasil yang diharapkan, atau diartikan sebagai perasaan kecewa. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan reaksi seorang pelanggan ketika menilai perbedaan antara produk yang dilihatnya sebelumnya dengan produk yang dirasakannya setelah menggunakannya. Jika produk atau jasa yang diberikan memenuhi kebutuhan pelanggan, maka pelanggan merasa puas dan pelanggan yang puas akan membeli produk tersebut lagi. Kepuasan pelanggan yang tinggi menimbulkan hubungan dengan produk dan menimbulkan loyalitas.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan desain penelitian asosiasif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis (Balaka, 2022). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif di karenakan untuk mendapatkan hasil kesimpulan dari data-data yang di perhitungkan dari hasil kuesioner. Dengan menggunakan rumus Slovin maka ditentukan besar sampel penelitian ini, sehingga diperoleh sampel sebanyak 154 mahasiswa FEBI UINSU. Teknologi proporsional random sampling digunakan sebagai teknik sampel dalam penelitian ini. Proses pemilihan partisipan secara berkala dari suatu populasi menggunakan proporsional random sampling mengabaikan subkelompok populasi yang ada. Jika pendekatan sampel acak proporsional digunakan untuk mengetahui apakah anggota populasi homogen, maka

hal tersebut dapat dilakukan (Garaika, 2019). Dengan kata lain, pendekatan ini memungkinkan orang-orang di setiap departemen dalam Departemen Ekonomi Islam mewakili secara adil masyarakat secara keseluruhan. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini, dan analisis regresi berganda digunakan untuk mengelola data secara statistik. Analisis regresi linier berganda dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan software SPSS 20.

Tabel 1
Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian

NO	Nama Jurusan	Jumlah Populasi	Jumlah Sempel
1	Perbankan Syariah	971	36
2	Akuntansi syariah	931	34
3	Asuransi syariah	397	15
4	Ekonomi Islam	1.044	38
5	Manajemen	845	31
	Jumlah	4.188	154

IV. HASIL PENELITIAN

Pengaruh dua faktor yaitu karakteristik pendekatan emosi serta rasionalitas dalam keputusan mahasiswa menyimpan uang di bank syariah diteliti melalui analisis dan pembahasan data kuesioner. Serangkaian pertanyaan mengenai sikap dan keputusan emosional dan rasional siswa diberikan kepada responden untuk diisi.

Data yang dikumpulkan dari kuesioner dianalisis dan dibahas untuk mengetahui pengaruh dua variabel yaitu variabel pendekatan emosional dan rasionalitas terhadap keputusan mahasiswa menabung di bank syariah. Responden diminta menjawab serangkaian pertanyaan mengenai keputusan mahasiswa memilih bank syariah serta pendekatan rasionalitas dan emosional dengan skala likert. Informasi yang dikumpulkan adalah sebagai berikut berdasarkan jawaban kuesioner.

Tabel 2
Distribusi sampel berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Perempuan	78	50.6	50.6	50.6
Valid Laki-laki	76	49.4	49.4	100.0
Total	154	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah 2023

Sampel responden menunjukkan terdapat 78 responden perempuan (50,6%) dan 76 responden laki-laki (49,4%).

Tabel 3
Distribusi sampel berdasarkan semester

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1-3	42	27.3	27.3	27.3
3-5	9	5.8	5.8	33.1
Valid 5-7	21	13.6	13.6	46.8
7-9	82	53.2	53.2	100.0
Total	154	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah 2023

Dari data di atas menunjukkan bahwa dari 154 responden dimana sebagian besar masuk kelompok semester 7-9 yakni sebesar 82 responden (53.2%), dan proporsi terkecil terletak pada kelompok semester 3-5 yakni sebesar 9 orang (5.8%).

Tabel 4
Distribusi sampel berdasarkan program studi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ekonomi Syariah	39	25.3	25.3	25.3
Perbankan Syariah	35	22.7	22.7	48.1
Valid Akuntansi Syariah	34	22.1	22.1	70.1
Asuransi Syariah	15	9.7	9.7	79.9
Manajemen	31	20.1	20.1	100.0
Total	154	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan data di atas, persentase responden terbesar sebanyak 39 orang atau sekitar 25,3% berasal dari program studi ekonomi syariah, sedangkan proporsi terkecil sebanyak 15 orang atau sekitar 9,7% berasal dari program studi asuransi syariah.

Tabel 5
Hasil uji validitas emosional

Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
X1.1	0.607	0.1582	valid
X1.2	0.672	0.1582	valid
X1.3	0.620	0.1582	valid
X1.4	0.683	0.1582	valid
X1.5	0.711	0.1582	valid
X1.6	0.635	0.1582	valid
X1.7	0.770	0.1582	valid
X1.8	0.689	0.1582	valid
X1.9	0.712	0.1582	valid
X1.10	0.685	0.1582	valid
X1.11	0.697	0.1582	valid

Tabel 6

Hasil uji validitas rasionalitas

Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
X2.1	0.591	0.1582	valid
X2.2	0.606	0.1582	valid
X2.3	0.507	0.1582	valid
X2.4	0.620	0.1582	valid
X2.5	0.716	0.1582	valid
X2.6	0.703	0.1582	valid
X2.7	0.590	0.1582	valid
X2.8	0.698	0.1582	valid
X2.9	0.713	0.1582	valid
X2.10	0.783	0.1582	valid
X2.11	0.677	0.1582	valid

Tabel 7

Hasil uji validitas keputusan memilih menabung

Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
Y1	0.585	0.1582	valid
Y2	0.637	0.1582	valid
Y3	0.698	0.1582	valid
Y4	0.690	0.1582	valid
Y5	0.742	0.1582	valid
Y6	0.527	0.1582	valid
Y7	0.634	0.1582	valid
Y8	0.662	0.1582	valid
Y9	0.650	0.1582	valid
Y10	0.547	0.1582	valid

Korelasi Pearson diukur sebagai bagian dari uji validitas untuk memastikan validitas suatu kuesioner. Mengingat terdapat 154 sampel dalam penelitian ini ($n = 154$), maka df dapat dihitung $154 - 2 = 152$, $\alpha = 0,05$, dan nilai R tabel adalah 0,1582. Suatu unsur pernyataan dianggap sah apabila nilai R hitung lebih tinggi dari nilai R tabel dan nilainya positif yang menjadi dasar uji validitas. Karena nilai R hitung lebih besar dari nilai R yang tertera pada tabel, maka dari data di atas terlihat bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 8. Hasil uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	32

Uji reliabilitas statistik menghasilkan skor Cronbach's alpha sebesar 0,927 seperti terlihat pada tabel di atas. Hal ini menunjukkan bahwa uji validitas dan reliabilitas dinyatakan lulus oleh masing-masing 32 item yang dimasukkan dalam kuesioner. Karena skor alpha Cronbach 0,927 lebih tinggi dari 0,06.

Tabel 9 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		1540
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.19350105
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.039
	Negative	-.054
Kolmogorov-Smirnov Z		.665
Asymp. Sig. (2-tailed)		.769

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

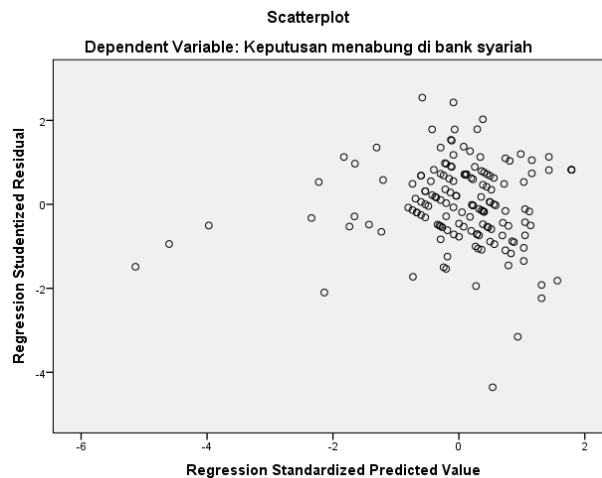
Nilai Asymp, Sig (two-tailed) dari uji normalitas sebesar 0,769 seperti terlihat pada tabel diatas. Karena tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%, maka dilakukan perbandingan dua sisi antara nilai Asymp dan Sig. Untuk menerima hasilnya, gunakan 0,05. Suatu data dikatakan normal jika nilai signifikansinya lebih dari 0,05, dan tidak normal jika kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil normalitas data, asumsi normalitas terpenuhi yang menunjukkan bahwa seluruh data yang diperoleh dengan nilai Asymp, Sig (2-tailed) > 0,05 berdistribusi normal. Oleh karena itu, data tersebut dianggap didistribusikan secara teratur. Ada lebih dari 0,05 dalam tes ini.

Tabel 10. Hasil uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Emosional	.700	1.429
Rasionalitas	.700	1.429

a. Dependent Variable: Keputusan menabung di bank syariah

Koefisien output yang dinyatakan dalam nilai TOL (tolerance) pada variabel faktor emosional dan rasional adalah (0,627), dan nilai VIF (factor inflasi variance) pada variabel faktor emosional dan rasional adalah (1,429), sesuai dengan multikolinieritas tabel hasil tes. Nilai TOL dan VIF kedua variabel dalam contoh ini adalah sama. Hal ini dikarenakan hanya terdapat dua variabel bebas dalam model regresi ini, sehingga R2 XI.X2 dan R2X2.X1 mempunyai nilai yang sama. Data penelitian ini layak digunakan, hal ini ditunjukkan dengan tabel hasil uji multikolinieritas yang menunjukkan bahwa model dianggap tidak mengalami gejala multikolinieritas jika nilai VIF kurang dari 10.



Gambar 2 . Hasil uji Linieritas

Terlihat dari gambar hasil uji linieritas pada Scatterplot bahwa plot menyebar secara acak di atas dan di bawah nol pada sumbu regresi standardisasi sisa. Hasilnya, model regresi yang dibuat dianggap linier berdasarkan uji linieritas yang dilakukan dengan pendekatan analisis grafis.

Tabel 11 Hasil uji analisis regresi linear berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	13.560	2.766		4.902	.000
	Emosional	.187	.060	.231	3.131	.002
	Rasionalitas	.429	.063	.497	6.751	.000

a. Dependent Variable: Keputusan menabung di bank syariah

Hasil uji analisis regresi linier berganda pada tabel 3.11 digunakan sehingga menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 13.560 + 0,187(X_1) + 0,429(X_2) + e$$

Hasil persamaan regresi linier berganda nilai konstanta sebesar 13,560, Pilihan mempunyai pengaruh negatif sebesar 13,560 jika variabel emosional dan rasionalitas dianggap konstan. Variabel emosional (X1) mempunyai nilai sebesar 0,187 artinya mempunyai pengaruh yang sangat baik terhadap pilihan nasabah dalam memutuskan lembaga keuangan syariah. Penambahan variabel X1 menyebabkan kenaikan keputusan sebesar 0,187 jika variabel X2 sama dengan nol. Nilai variabel rasionalitas (X2) sebesar 0,429. Jika X1 bernilai 0, maka variabel tersebut ditambah. Maka variabel rasional mempunyai nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan variabel emosional, hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut lebih berpengaruh.

Tabel 12 Hasil uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

	(Constant)	13.560	2.766		4.902	.000
1	Emosional	.187	.060	.231	3.131	.002
	Rasionalita sw	.429	.063	.497	6.751	.000

a. Dependent Variable: Keputusan menabung di bank syariah

Nilai t_{hitung} emosional (X1) pada Tabel 3.12 sebesar 3,131 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,699 dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Kemudian t_{hitung} rasionalitas (X2) 6.751 Nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Jelas H_0 ditolak dan H_a diterima karena kuatnya pengaruh emosional(X1) dan rasional (X2) terhadap Y.

Berdasarkan temuan penelitian, keputusan pelajar untuk menabung di bank syariah sebagian besar dipengaruhi oleh pendekatan emosional mereka, yang melibatkan menunjukkan sikap memberi. Pendekatan emosional ini dipengaruhi oleh faktor psikologis dan komitmen keagamaan. ciri-ciri yang sejalan dengan hukum syariah. Hal ini menunjukkan bahwa dalam memilih antara menabung di bank standar atau bank syariah, agama menjadi salah satu variabel yang paling krusial. Unsur emosional berperan dalam keputusan konsumen menabung di Bank Syariah Aceh. Temuan penelitian ini konsisten dengan temuan tersebut. Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa dalam memilih tabungan di bank syariah dipengaruhi oleh rasionalitas seperti pelayanan, kenyamanan, dan kebahagiaan, sehingga menunjukkan bahwa rasionalitas berperan besar dalam pilihan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa salah satu unsur yang mempengaruhi keputusan menabung di bank syariah adalah tersedianya kemudahan bertransaksi dan pelayanan nasabah yang prima. Faktor rasional mempunyai peranan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Aceh. Temuan penelitian ini konsisten dengan temuan tersebut.

Tabel 13 Hasil uji f ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1159.975	2	579.987	56.127	.000 ^b
Residual	1560.363	151	10.334		
Total	2720.338	153			

a. Dependent Variable: Keputusan menabung di bank syariah

b. Predictors: (Constant), Rasional, Emosional

Dari tabel 13 menunjukkan bahwa hasil besarnya $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $56,127 > F$ tabel 3.33 menunjukkan bahwa H_0 di tolak dan H_a diterima, atau dengan kata lain variabel emosional dan rasional (X) secara bersamaan (secara kolektif) mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan (Y). Oleh karena itu variabel netral berpengaruh positif terhadap variabel terikat karena besarnya biaya lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan sama seperti jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau peluang lebih kecil dari 0,05.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa mempunyai kemampuan berpikir secara emosional dan rasionalitas, maka pilihan mereka untuk memilih tetap di bank syariah sangat dilator belakangi oleh keduanya. Kesimpulan penelitian ini sangatlah sejalan dengan kamal (2019) yang menyatakan bahwa faktor rasionalitas dan emosional berperan dalam penilaian pembeli tentang bank mana yang akan digunakan.

Tabel 14 Hasil Uji Determinasi (Uji R2) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.655 ^a	.430	.422	3.213

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

b. Dependent Variable: Keputusan Mahasiswa

Nilai Adjusted R Square (R²) yaitu sebesar 0,422 berdasarkan tabel sebelumnya menunjukkan bahwa variabel independen (X) yaitu emosi dan rasionalitas dapat menyumbang 42,2% terhadap variance (Y) atau keputusan menabung. Sementara itu, variabel tambahan yang di duga mempengaruhi keputusan menabung berjumlah 57,8%

V. KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan dapat dibuat berdasarkan temuan pengujian, termasuk yang berikut ini:

1. Dalam mendorong mahasiswa untuk memilih menabung di bank syariah, pendekatan emosional memegang peranan penting dalam proses pengambilan keputusan mereka. Sebab, pendekatan emosional didasarkan pada faktor-faktor seperti sifat psikologis, penafsiran syariah, dan ketaatan beragama hal ini juga di buktikan dari nilai thitung pada hasil emosional adalah 3,131 lebih besar dari Ttabel 1,699 maka hasil signifikan $0,002 < 0,05$.
2. Alasan di balik keputusan pelajar untuk menabung di bank syariah sudah jelas dalam rasionalitas seperti Pelayanan, kenyamanan, dan kepuasan menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan mahasiswa hal ini juga di buktikan dari Hasil thitung sebesar 6,751 nilai signifikan $0,000 < 0,05$.
3. Keputusan pelajar untuk menabung di bank syariah dipengaruhi oleh rasionalitas dan pendekatan emosional yang dilakukan secara bersamaan. Hal ini menunjukkan nilai F hitung sebesar $56,127 > F$ dan hasil signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Tabel 3.33 menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. yaitu variabel emosi&rasional (X) dengan bersamaan, mempengaruhi variabel keputusan (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. In D. Iskandar Ahmaddien (Ed.), *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif* (Vol. 1). CV. Widina Media Utama.
- Garaika, D. (2019). *Metodologi Penelitian* (Tim Hira T). CV. HIRA TECH.
- Khoir, F. I. (2018). *Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Jatim Kantor Cabang Syariah Kediri*. Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Putri, F. F. (2021). *Pengaruh Faktor Emosional Dan Rasional Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Mataram Tahun 2020*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM.
- Ridwan, H. (2022). *Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Aceh Syariah (Studi Pada Mahasiswa S1 UIN Ar-Raniry)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Sari, D. P., Putri, A., & Sholihin, A. (2023). Konversi Pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Menjadi Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dan Pengaruh Terhadap Kinerja Keuangan. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2591–2601.
- Sholihin, A. (2021). Rendahnya minat perbankan syariah terhadap pembiayaan mudharabah. *Jurnal Profita: Akuntansi Dan Bisnis*, 2(November), 150–160.

<https://doi.org/10.47896/ab.v2i2.468>

- Sholihin, A., & Aulia, B. R. (2022). ANALISIS PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI BPRS AMPEK ANGKEK CANDUANG (Studi Kasus Pedagang Pasar Aur Kuning Bukittinggi). *Jesya*, 5(2), 1193–1204. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.584>
- Stephen P. Robbins., T. A. J. (2015). *Perilaku Organisasi*. Jakarta Salemba Empat.
- Susyanti, J. (2016). *Pengelolaan Lembaga Keuangan Syariah*. Malang: Empat Dua Media.
- Usman, A. (2022). Meningkatkan Minat Belajar Fisika Peserta Didik MAS Nurul Jihad Tului Melalui Media Online Berbasis Classroom. *KUANTUM: Jurnal Pembelajaran Dan Sains ...*, 3(1), 1–19.
- Widowati, A. S. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.