

**SKRIPSI**

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR EMOSIONAL,  
DAN FAKTOR RASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN  
MASYARAKAT DALAM MEMILIH JASA  
PERBANKAN SYARIAH  
(STUDI KASUS DI DESA SEUREUKE KEC. LANGKAHAN  
KAB. ACEH UTARA)**



**Disusun Oleh :**

**Nesya Kholiviana  
NIM. 180603244**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2022 M/1444 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Nesya Kholiviana

NIM : 180603244

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

A R - R A Banda Aceh, 29 Desember 2022

Yang menyatakan,



Nesya Kholiviana

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

### SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-raniry  
Sebagai Sala Satu Beban Studi  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah  
Dengan Judul :

### **PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR EMOSIONAL, DAN FAKTOR RASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM MEMILIH JASA PERBANKAN SYARIAH (STUDI KASUS DI DESA SEUREUKE KEC.LANGKAHAN KAB.ACEH UTARA)**

Disusun Oleh:

Nesya Kholiviana

NIM : 180603244

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Pembimbing I

Pembimbing II

T.Syifa F. Nanda, SE.,Ak.,M.Acc

NIDN. 2022118501

Ismuadi, SE.,S.Pd.I.,M.Si.

NIP. 198601282019031005

Mengetahui,  
Ketua Prodi,

Dr. Nevi Hasnita S.Ag.,M.Ag

NIP. 197711052006042003

## LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Nesya Kholiviana  
NIM . 180603244

### **PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR EMOSIONAL, DAN FAKTOR RASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM MEMILIH JASA PERBANKAN SYARIAH (STUDI KASUS DI DESA SEUREUKE KEC.LANGKAHAN KAB.ACEH UTARA)**

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi S1 dalam Bidang Perbankan Syariah Pada Hari/Tanggal:

Kamis, 29 Desember 2022  
5 Jumadil Akhir 1444 H

Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Inayatillah, MA., Ek  
NIP. 198208042014032002

Penguji I,

Jalaluddin, ST., MA  
NIDN. 2030126502

Sekretaris,

Ismuadi, SE., S.Pd.I., M.Si.  
NIP. 198601282019031005

Penguji II,

Rika Mulia M.B.A  
NIP. 198906032020122013

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dr. Hafas Furqani, M.Ed.  
NIP: 1980062520090110



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id) Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nesya Kholiviana  
NIM : 180603244  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
E-mail : [nkholiviana@gmail.com](mailto:nkholiviana@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir  KKU  Skripsi

Yang berjudul :

**Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Emosional, Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Desa Seureuke Kec.Langkahan Kab.Aceh Utara)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 13 Desember 2022

Penulis

Nesya Kholiviana  
180603244

Mengetahui,

Pembimbing I

T.Syifa F.Nanda, SE., Ak., M.Acc  
NIDN. 2022118501

Pembimbing II

Ismuadi, SE., S.Pd.I., M.Si.  
NIP. 198601282019031005

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamin puji beserta syukur selalu tercurahkan kepada Ilahi Rabbi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Emosional, Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Desa Seureuke Kec.Langkahan Kab.Aceh Utara)”. Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. A R - R A N I R Y

Adapun peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala dan kesilapan. Namun berkat bantuan, bimbingan dan berkah pertolongan dari Allah SWT peneliti mampu menghadapi kendala tersebut. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati, peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Inayatillah, MA., Ek selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah serta Mukhlis, S.HI, S.E. M.H.
3. Hafiizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu banyak dalam penulisan skripsi ini.
4. T. Syifa F. Nanda, SE.,Ak.,M.Acc selaku Pembimbing I yang telah memberikan kemudahan, bantuan serta dukungan sehingga terselesainya skripsi ini dan Ismuadi, SE.,S.Pd.I.,M.Si. selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, kemudahan serta dukungan yang penuh sehingga terselesainya skripsi ini.
5. Evriyenni, SE.,M.Si.,CTT selaku penasehat akademik yang telah banyak membantu, memberikan waktu, pemikiran serta pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staff Pengajar Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti.
7. Terimakasih untuk diri sendiri yang sudah bertahan sejauh ini dan mampu menghadapi rintangan-rintangan yang telah terjadi.

8. Teristimewa dan tak terhingga peneliti ucapkan ribuan terima kasih kepada Ayahanda tercinta Ismail dan Ibunda tercinta Siti Kholifah yang selalu mendoakan, menyayangi dan terus memberikan dukungan spiritual dan materil tanpa henti buat saya dalam menyusun dan dapat menyelesaikan skripsi ini, terima kasih yang tiada tara buat kalian berdua. Terima kasih yang tak terhingga kepada kakek tersayang Pakwo Wandu dan nenek yang tiada henti. Kemudian adik saya Ramadhan Nayla Aulfatunisa. Tak lupa pula kepada Sepupu-sepupu, Paman, Bibi dan semuanya yang telah memberikan banyak dukungan dan semangat. Mohon maaf tidak bisa disebutkan satu persatu.
9. Seluruh teman-teman terbaik dan sahabatku Ainun, Mauliza, Edby, Riska, Bella, Adam, Hamdan, Akmal, Willy, Uja, Khanavi yang telah mendoakan, memberikan motivasi serta dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Teman-teman seperjuangan Program Studi Perbankan Syariah yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan serta motivasi yang diberikan, sehingga dapat meningkatkan semangat peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Jazakumullah khayr.

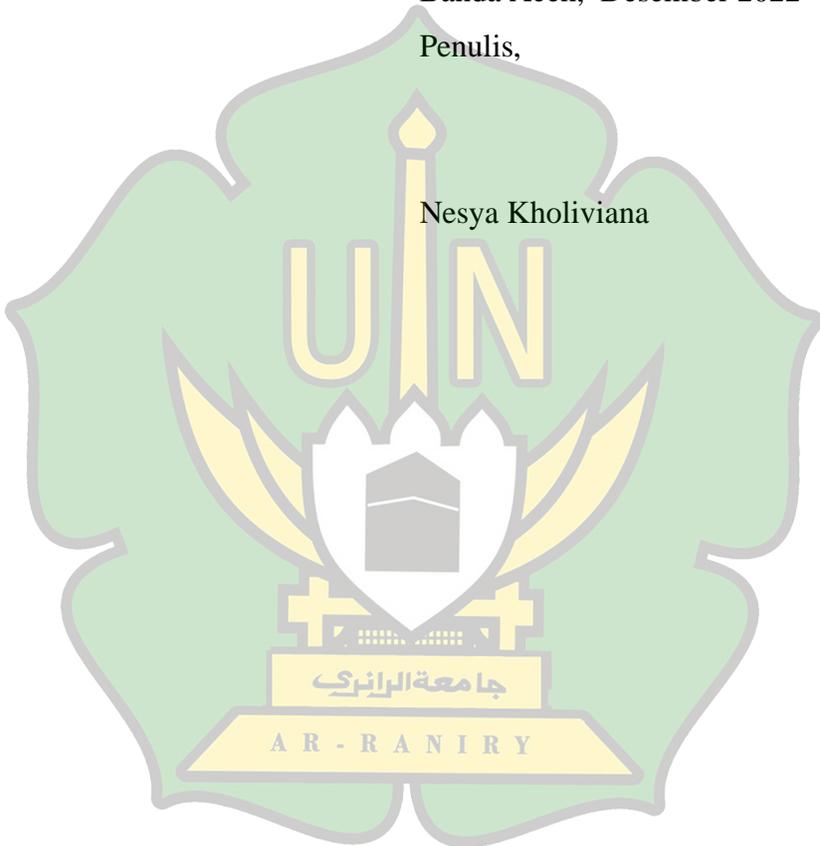
Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Untuk itu peneliti meminta maaf yang sedalam-dalamnya atas kesalahan yang peneliti lakukan. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para

pembaca. Kesalahan datangnya dari diri peneliti dan yang benar datangnya dari Allah SWT. Semoga Allah senantiasa meridhoi dan memberikan Rahmat kepada kita semua.

Banda Aceh, Desember 2022

Penulis,

Nesya Kholiviana



## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Materi P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor:0543b/u/1987

### 1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Š	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Š	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

### 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

#### a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara hakikat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

*Kaifa* : كَيْفَ

*Haula* : هَوْلٌ

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
آيَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ā
يِ	<i>Fathah dan wau</i>	Ī
يُ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

qala: قَالَ  
rama: رَمَى  
qila: قِيلَ  
yaqulu: يَقُولُ

#### 4. Ta Marbutah (ة)

Trasliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta *Marbutah* (ة) hidup  
Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.
- b. Ta *marbutah* (ة) mati  
Ta *marbutah* (ة) yang mati atas mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

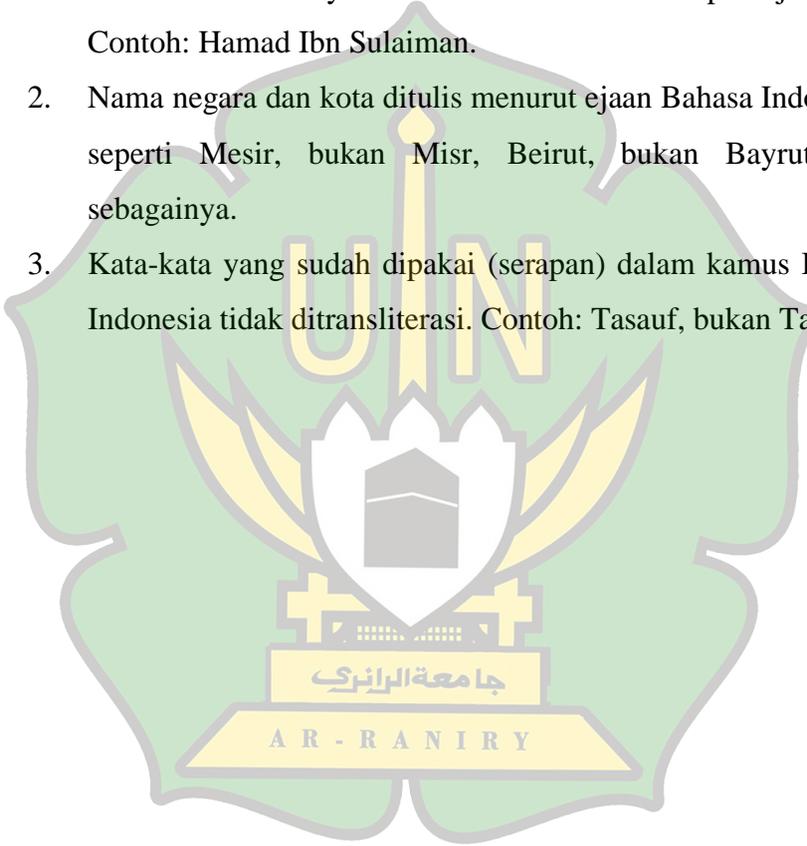
Contoh:

*raudah al-atfal/raudatul atfal* : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ  
*al-madinah al-munawwarah/* : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ  
*al-madinatul munawwarah*  
*talhah* : طَلْحَةَ

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi. Seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf



## ABSTRAK

Nama : Nesya Kholiviana  
NIM : 180603244  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Emosional, Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Desa Seureuke Kec.Langkahan Kab.Aceh Utara)  
Pembimbing I : T. Syifa F. Nanda, SE.,Ak.,M.Acc  
Pembimbing II : Ismuadi, SE.,S.Pd.I.,M.Si.

Sebelum pengambilan keputusan, konsumen akan terlebih dahulu memahami kebutuhannya. Secara eksternal salah satunya karakteristik budaya dan secara internal salah satunya karakteristik psikologis, dalam faktor psikologis konsumen terdapat beberapa tolak ukur, diantaranya adalah faktor emosional dan faktor rasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor budaya, faktor emosional, dan faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Seureuke. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* sebanyak 322 responden. Penelitian ini menggunakan data primer dan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan pengujian secara parsial menunjukkan bahwa faktor budaya dan faktor emosional berpengaruh negatif terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah sedangkan faktor rasional berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah. Secara simultan menunjukkan bahwa faktor budaya, faktor emosional, dan faktor rasional berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah.

**Kata Kunci : *Faktor Budaya, Faktor Emosional, Faktor Rasional, Keputusan, Bank Syariah***

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
1.4.3 Manfaat Kebijakan .....	10
1.5 Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
2.1 Faktor Budaya .....	13
2.1.1 Definisi Faktor Budaya .....	13
2.1.2 Indikator Budaya .....	14
2.2 Faktor Emosional.....	16
2.2.1 Definisi Faktor Emosional .....	16
2.2.2 Indikator Emosional .....	18
2.3 Faktor Rasional.....	22
2.3.1 Definisi Faktor Rasional.....	22
2.3.2 Indikator Rasional.....	24
2.4 Pengambilan Keputusan .....	30
2.4.1 Pengertian Pengambilan Keputusan .....	30
2.4.2 Model Keputusan Konsumen .....	31
2.4.3 Indikator Keputusan .....	32

2.5 Penelitian Terdahulu.....	34
2.6 Kerangka Pemikiran .....	39
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	40
2.7.1 Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Jasa Perbankan Syariah .....	40
2.7.2 Pengaruh Faktor Emosional Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Jasa Perbankan Syariah .....	41
2.7.3 Pengaruh Faktor Rasional Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Jasa Perbankan Syariah .....	41
2.7.4 Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Jasa Perbankan Syariah .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
3.1 Desain Penelitian.....	44
3.2 Populasi dan Sampel.....	45
3.2.1 Populasi .....	45
3.2.2 Sampel.....	45
3.3 Sumber Data .....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.5 Metode Analisis Deskriptif.....	48
3.6 Skala Pengukuran .....	49
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	49
3.8 Analisis Data .....	50
3.8.1 Uji Kuesioner Penelitian .....	50
3.8.2 Uji Asumsi Klasik .....	51
3.8.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	53
3.8.4 Uji Hipotesis.....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1 Gambaran Umum Desa Seureuke Kec.Langkahan Kab.Aceh Utara .....	57
4.2 Deskripsi Responden .....	58
4.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	58
4.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
4.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.3 Metode Analisis Deskriptif.....	61

4.4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	64
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	66
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	69
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4.7 Uji Pembuktian Hipotesis.....	71
4.7.2 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	73
4.7.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	74
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
4.8.1 Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah .....	74
4.8.2 Pengaruh Faktor Emosional Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah .....	76
4.8.3 Pengaruh Faktor Rasional Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah .....	78
4.8.4 Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah .....	79
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>91</b>
<b>BIODATA.....</b>	<b>134</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel 3.1	Skala Likert.....	48
Tabel 3.2	Operasional Variabel .....	50
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia .....	59
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	59
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 4.5	Hasil deskriptif jawaban responden terhadap variabel Faktor Budaya (X1) .....	61
Tabel 4.6	Hasil deskriptif jawaban responden terhadap variabel Faktor Emosional (X2) .....	62
Tabel 4.7	Hasil deskriptif jawaban responden terhadap variabel Faktor Rasional (X3) .....	62
Tabel 4.8	Hasil deskriptif jawaban responden terhadap variabel Pengambilan Keputusan (Y).....	63
Tabel 4.9	Hasil uji validitas terhadap variabel faktor budaya.....	64
Tabel 4.10	Hasil uji validitas terhadap variabel faktor emosional.....	65
Tabel 4.11	Hasil uji validitas terhadap variabel faktor rasional.....	65
Tabel 4.12	Hasil uji validitas terhadap variabel pengambilan keputusan .....	66
Tabel 4.13	Hasil uji reliabilitas terhadap variabel uji reliabilitas .....	66
Tabel 4.14	Hasil uji multikolonieritas .....	69
Tabel 4.15	Hasil uji analisis regresi linear berganda .....	70
Tabel 4.16	Hasil uji parsial (Uji T).....	72
Tabel 4.17	Hasil uji simultan.....	73
Tabel 4.18	Hasil uji koefisien determinasi .....	74

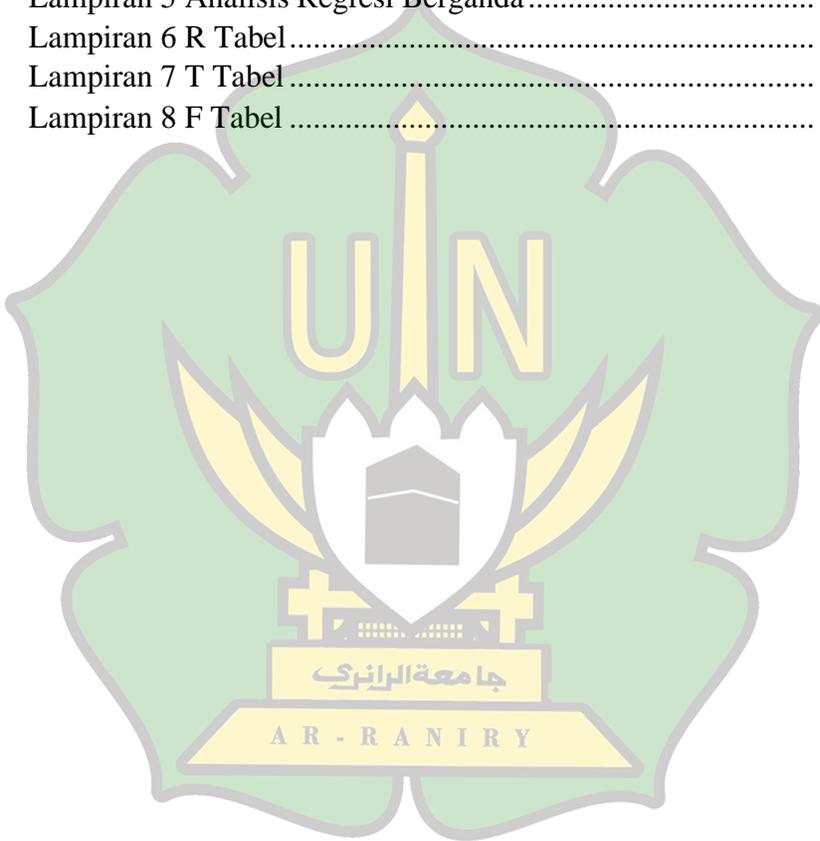
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran .....	39
Gambar 4.1 Maps Desa Seureuke.....	57
Gambar 4.2 Hasil uji normalitas P-Plot.....	67
Gambar 4 3 Histogram .....	68
Gambar 4.4 Hasil uji heteroskedastisitas.....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	91
Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Pernyataan Responden ....	98
Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	123
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	128
Lampiran 5 Analisis Regresi Berganda .....	130
Lampiran 6 R Tabel.....	131
Lampiran 7 T Tabel.....	132
Lampiran 8 F Tabel .....	133



# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kegiatan ekonomi adalah kegiatan yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan umat manusia. Salah satu organisasi yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia adalah perbankan. Perbankan syariah merupakan sistem perbankan yang menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah. Dengan prinsip utama kemitraan dan kebersamaan dalam sistem syariah baik pihak bank maupun nasabah mendapatkan keuntungan, karena kegiatan yang dilakukannya tidak menggunakan sistem bunga melainkan dengan sistem bagi hasil. Bagi perbankan yang beroperasi menggunakan sistem syariah, memahami konsumen sangat penting karena apa yang dibeli, dimana membeli, kapan membeli, dan berapa banyak yang dibeli akan tergantung kepada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut. Pengetahuan konsumen tentang informasi perbankan syariah akan memberikan dampak terhadap perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mengenali, mencari, mengevaluasi, membeli dan bertindak pasca konsumsi produk/jasa maupun ide yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhannya (Yuliawan, 2011).

Sesuai dengan Qanun Aceh Nomor 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah. Sebagai peraturan perundang-undangan, qanun ini mengatur kegiatan lembaga keuangan dalam

rangka mewujudkan ekonomi masyarakat Aceh yang adil dan sejahtera dalam naungan syariat Islam. Pengaplikasian Qanun Aceh Nomor 11 ditujukan bagi beberapa pihak sebagaimana tertulis pada pasal 6, di antaranya: Setiap orang beragama Islam yang bertempat tinggal di Aceh atau badan hukum yang melakukan transaksi keuangan di Aceh, setiap orang yang beragama bukan Islam melakukan transaksi di Aceh dapat menundukan diri pada Qanun ini, Setiap orang beragama bukan Islam, badan usaha dan/atau badan hukum yang melakukan transaksi keuangan dengan Pemerintah Aceh dan Pemerintah Kabupaten/Kota, LKS yang menjalankan usaha di Aceh, LKS di luar Aceh yang berkantor pusat di Aceh. Penerapan qanun LKS telah memberi dampak bagi perekonomian di Aceh, salah satunya dengan mengalihkan seluruh aktivitas, produk, dan lembaga keuangan, termasuk perbankan, pada syariat Islam dalam kurun waktu paling lama tiga tahun setelah qanun diundangkan. Maka dari itu, seluruh layanan keuangan konvensional dan kegiatan usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah tidak dapat diberlakukan. Sementara itu, apabila masyarakat tetap berkeinginan untuk menggunakan layanan bank konvensional, maka transaksinya harus dilakukan di luar Aceh (Blog Nicepay, 2021)

Upaya pengembangan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan, tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen) lembaga perbankan

dalam rangka meningkatkan sosialisasi dan pemahaman masyarakat. 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 seorang tersebut memilih dan membeli produk tersebut (Khoir, 2018)

Sebelum pengambilan keputusan, konsumen akan terlebih dahulu memahami kebutuhannya. Dalam suatu proses pengambilan keputusan terdapat dua faktor yang mempengaruhinya, antara lain faktor eksternal dan faktor internal. Secara eksternal salah satunya karakteristik budaya dan secara internal salah satunya karakteristik psikologis, dalam faktor psikologis konsumen terdapat beberapa tolak ukur, diantaranya adalah faktor emosional dan faktor rasional (Handayani, 2019).

Budaya (*culture*) adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sekelompok dan diwariskan dari generasi ke generasi. Terbentuk dari unsur yang rumit, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, dan lain-lain. Budaya merupakan penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seorang konsumen. Perilaku seorang konsumen dipelajari secara luas. Setiap kelompok atau masyarakat memiliki budaya dan pengaruh budaya pada perilaku pembelian anggotanya yang sangat beraneka ragam. Perilaku manusia sangat ditentukan oleh kebudayaan yang melingkupinya dan pengaruhnya akan selalu

berubah setiap waktu sesuai dengan kemajuan atau perkembangan jaman dari masyarakat tersebut. Dan perilaku manusia tersebut cenderung untuk menyerap adat dan kebiasaan pada kebudayaan (Macmud, 2017; Supiani, 2021)

Kebudayaan masyarakat Desa Seureuke dapat dilihat dari kebiasaan pada jaman dahulu, menabung di bawah bantal kerap dilakukan oleh masyarakat kelas menengah ke bawah karena sebagian masyarakat menilai bahwa menabung di bawah bantal lebih aman dibandingkan bank yang terkesan modern. Ada lagi masyarakat lebih percaya menyimpan uangnya dengan membeli emas atau membeli lahan. Cara menabung seperti ini lumrah bagi masyarakat pedesaan. Menabung dengan cara seperti itu terjadi dikarenakan masyarakat belum secara penuh memahami edukasi pengelolaan keuangan dengan baik.

Dengan memahami beberapa budaya dari masyarakat dapat membantu pemasar dalam memprediksi penerimaan konsumen terhadap suatu produk. Pengaruh budaya dapat mempengaruhi masyarakat secara tidak sadar. Pengaruh budaya sangat alami dan otomatis sehingga pengaruhnya terhadap perilaku sering diterima begitu saja (Rahmawati et al., 2019).

Goleman (dikutip dalam Kesuma, 2021) menyatakan bahwa emosi merujuk pada suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis dan psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak. Emosi pada dasarnya adalah dorongan untuk bertindak. Biasanya emosi merupakan reaksi

terhadap rangsangan dari luar dan dalam individu. Anaroga (dikutip dalam Niagawan, 2012) mendefinisikan faktor emosional sebagai suatu keadaan yang mampu mempengaruhi tindakan seseorang untuk melakukan suatu rencana yang dikehendakinya. Tindakan emosional juga merupakan dorongan pribadi seseorang untuk melakukan suatu kegiatan. Dengan dorongan emosi maka orang dapat bertindak sesuai keinginannya. Berdasarkan faktor emosional, konsumen terkesan terburu-buru untuk membeli suatu produk dengan tidak mempertimbangkan kemungkinan yang akan terjadi untuk jangka panjang. Dalam proses pengambilan keputusan, faktor emosional sering menjadi bahan pertimbangan yang sangat berpengaruh. Pada penelitian ini, keadaan emosional yang penulis maksud berhubungan dengan metode berfikir nasabah saat mengambil keputusan untuk memilih jasa perbankan syariah.

Emosional masyarakat Desa Seureuke dapat dilihat pada saat mereka sedang membutuhkan uang dalam jumlah besar mereka akan meminjam pada bank syariah tanpa memikirkan bagaimana nanti pada saat membayar angsuran bulanan jika pendapatan yang mereka dapatkan perbulan tidak sesuai dengan kebutuhannya tentu saja akan menjadi berat tanggungannya.

Faktor emosional di pengaruhi oleh beberapa hal yakni, ketaatan beragama dan psikologis. Fungsi paling mendasar dari semua agama adalah bahwa agama memberikan orientasi dan motivasi serta membantu manusia mengenal sesuatu yang bersifat sakral. Lewat pengalaman beragama (*religious experience*) yakni

penghayatan terhadap Tuhan atau agama yang diyakininya, maka manusia yang memiliki religiusitas yang tinggi akan memutuskan apa yang akan nasabah lakukan sesuai dengan ajarannya, misalnya seorang muslim yang memilih menyimpan uangnya di bank syariah karena menganggap bahwa bunga itu haram. Satu perangkat proses psikologis berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu untuk menghasilkan proses keputusan pembelian. Tugas pemasaran adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran konsumen antara datangnya rangsangan pemasaran luar dan keputusan pembelian akhir.

Faktor rasional dimana konsumen akan mempertimbangkan harga yang dapat diperoleh konsumen, kemudahan, dan juga keuntungan konsumen tersebut. Dalam penelitian ini meliputi pelayanan, kenyamanan dan kepuasan. Pelayanan adalah apa yang menghasilkan atau mencegah suatu penjualan. Pelayanan yang baik akan menumbuhkan minat nasabah untuk menabung di bank tersebut. Nilai nasabah dapat di ciptakan melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabahnya. Semakin baik kualitas pelayanannya, akan semakin tinggi pula nilai nasabah terhadap bank tersebut. Tingginya kualitas pelayanan juga tidak lepas dari dukungan internal bank, terutama dukungan dari sumber daya manusianya (Noviasari, 2020). Kenyamanan adalah hal yang meliputi kebutuhan pokok dan bukan kebutuhan tepat guna, tetapi yang memberikan kesenangan dan nyaman kepada nasabah. Kepuasan nasabah merupakan perasaan seseorang setelah

membandingkan antara hasil yang dirasakan dengan harapannya (Kartika, 2017). Kepuasan pelayanan dan keputusan pelanggaran sangat berkaitan, kepuasan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank, dengan demikian bank tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana bank memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Hal itu dilakukan agar nasabah memutuskan untuk tidak memilih bank lain.

Rasional masyarakat Desa Seureuke dapat dilihat bagaimana pihak bank dalam memperlakukan mereka. Jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan nyaman maka mereka akan senang pada bank tersebut. Apabila produk-produk yang ada pada bank syariah tersebut sesuai maka mereka akan mencoba untuk berhubungan dengan bank syariah tersebut.

Penelitian tentang faktor budaya, faktor emosional dan faktor rasional terhadap pengambilan keputusan dilakukan seperti penelitian oleh Handayani (2019), menyatakan bahwa faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Dan penelitian yang dilakukan Wahyulkarimah et.al(2018), menyatakan bahwa variabel budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Mengidentifikasi lebih mendalam mengenai faktor budaya, faktor emosional, dan faktor rasional yang menjadi pertimbangan nasabah sehingga dapat mempengaruhi masyarakat

untuk memutuskan memilih bank syariah dan dapat berdampak positif terhadap perkembangan bank syariah

Maka dari itu melihat latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Emosional, Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus di Desa Seureuke Kec.Langkahan Kab.Aceh Utara)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Seureuke ?
2. Apakah faktor emosional berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Seureuke ?
3. Apakah faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Seureuke ?
4. Apakah Faktor budaya, faktor emosional, dan faktor rasional berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Seureuke ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Seureuke.
2. Untuk mengetahui apakah faktor emosional berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Seureuke.
3. Untuk mengetahui apakah faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Seureuke.
4. Untuk mengetahui apakah faktor budaya, faktor emosional, dan faktor rasional berpengaruh bersama-sama berpengaruh terhadap masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Seureuke.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran, pemecahan masalah sesuai dengan teori yang telah dipakai di bangku kuliah, menambah pengalaman, wawasan dan pengetahuan.

2. Dapat menjadi referensi, bahan rujukan dan menginspirasi pihak lain dalam mengembangkan penelitian dengan isu yang sama.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan penulis mengenai berpengaruh signifikan atau tidak faktor emosional, rasional dan spiritual terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber referensi dan rujukan dalam menunjang penulisan-penulisan ilmiah serta dapat menjadi perbandingan bagi penulis lain dalam karya ilmiah nya.

#### **1.4.3 Manfaat Kebijakan**

Penelitian ini secara empiris diharapkan dapat membantu industri perbankan terkait untuk memahami bagaimana pengaruh dari faktor budaya, emosional dan rasional masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah. Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi sebagai salah satu dasar untuk menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih jasa perbankan.

## **1.5 Sistematika Pembahasan**

Untuk memberikan gambaran yang sistematis dan berurutan, maka dalam hal ini peneliti membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari beberapa bab, yang meliputi :

### **BAB I : Pendahuluan**

Pada bab ini menjelaskan tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

### **BAB II : Landasan Teori**

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori, penelitian terkait dan hasil penelitian yang sesuai dengan kerangka berpikir.

### **BAB III : Metodologi Penelitian**

Pada bab ini akan membahas tentang metode-metode apa saja yang digunakan dalam penelitian, yang meliputi jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik penarikan sampel, operasional variabel serta analisis data dan rencana penelitian.

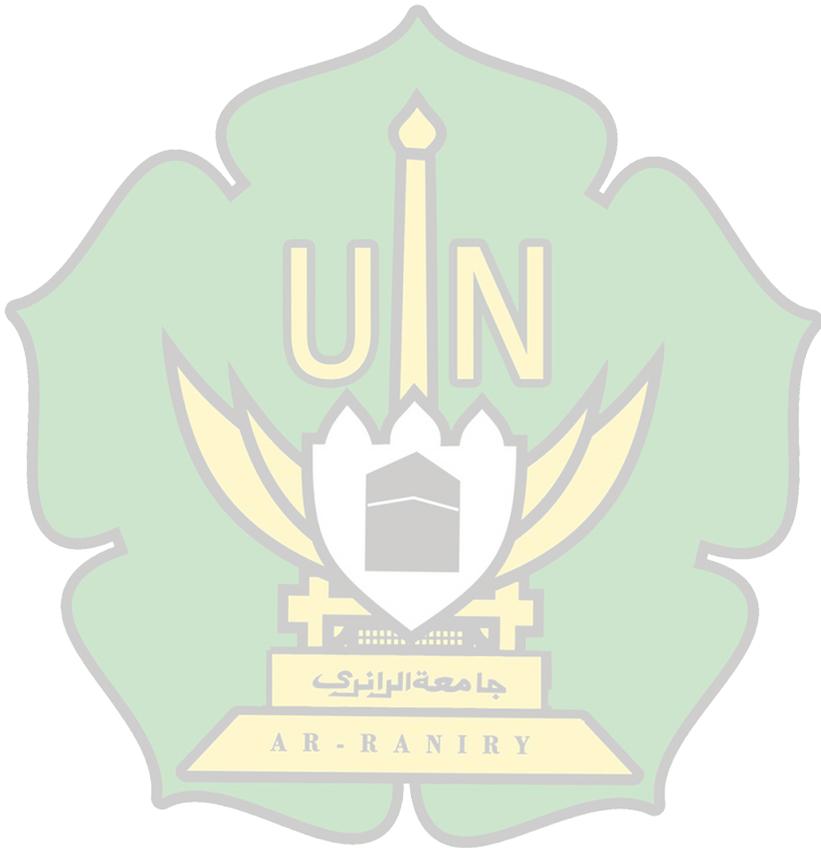
### **BAB IV : Hasil dan Pembahasan**

Pada bab ini akan menyajikan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan serta jawaban dari persoalan yang ada pada perumusan masalah.

### **BAB V : Penutup**

Pada bab ini akan menyajikan mengenai kesimpulan-kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan dan hipotesis

yang telah diuji. Bab ini juga akan memberikan saran-saran mengenai solusi dari permasalahan yang ada.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Faktor Budaya**

##### **2.1.1 Definisi Faktor Budaya**

Kata kebudayaan berasal dari sansekerta *buddhayah*, yaitu bentuk jamak dari *buddhi* yang artinya akal. Dengan demikian kebudayaan dapat diartikan sebagai “hal-hal yang bersangkutan paut dengan akal”. E.B.Taylor, Bapak dan pakar dunia Antropologi Dunia, mendefinisikan budaya sebagai keseluruhan kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan atau kebiasaan-kebiasaan lain yang diperoleh anggota-anggota suatu masyarakat (Martodirjo 2004: 20)

Budaya menurut Kotler dan Armstrong (2011), merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Menurut Lamb Hair dan McDaniel (2011) budaya adalah karakter yang penting dari suatu sosial yang membedakannya dari kelompok kultur yang lainnya. Dalam (Widagdho, 2010) kebudayaan adalah segala sesuatu yang dilakukan dan dihasilkan manusia meliputi kebudayaan material, yang meliputi benda-benda ciptaan manusia, misalnya : alat-alat perlengkapan hidup. Kebudayaan non material, yaitu semua hal yang tidak dapat dilihat dan diraba, misalnya : religi, bahasa, dan ilmu pengetahuan.

Budaya (*culture*) adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seorang konsumen. Perilaku seorang

konsumen dipelajari secara luas. Setiap kelompok atau masyarakat memiliki budaya dan pengaruh budaya pada perilaku pembelian anggotanya yang sangat beraneka ragam. Perilaku manusia sangat ditentukan oleh kebudayaan yang melingkupinya dan pengaruhnya akan selalu berubah setiap waktu sesuai dengan kemajuan atau perkembangan jaman dari masyarakat tersebut. Ketika nasabah menggunakan jasa perbankan harapan mereka jasa tersebut berjalan sesuai fungsinya dan nasabah terus menggunakannya bila harapan mereka dapat dipenuhi dengan baik. Namun, bukan hanya fungsi yang menentukan keberhasilan produk perbankan. Dimana produk perbankan juga harus memenuhi harapan nasabah tentang norma-norma yang mereka anut. Strategi pemasaran bisa dilakukan berkenaan dengan pemahaman budaya suatu masyarakat. Dengan memahami budaya suatu masyarakat, pihak manajemen perbankan dapat merencanakan strategi pemasaran pada penciptaan produk jasa, segmentasi dan promosi serta menciptakan minat nasabah (Andespa, 2017).

### **2.1.2 Indikator Budaya**

Faktor budaya mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah berdasarkan lingkungan masyarakat dan memiliki pengaruh yang paling luas untuk mempengaruhi perilaku konsumen. Dalam hal ini menurut (Suprayitno, 2015) ada beberapa indikator, yaitu : kebudayaan, sub-budaya dan kelas sosial.

## 1. Kebudayaan

Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar dan wujud sebuah kreativitas manusia secara bersamaan yang berkumpul dalam suatu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk kesamaan hasrat, ekspektasi, kebutuhan dan keinginan, dalam kehidupan sebagai anggota masyarakat. Keanekaragaman budaya suatu daerah akan membentuk perilaku konsumen yang beragam pula.

## 2. Sub-budaya

Sub-budaya yaitu yang lebih menampakkan identifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya. Sub-budaya merupakan sebuah kebudayaan yang memiliki sedikit perbedaan dalam hal perilaku dan kepercayaan dari kebudayaan induknya. Sub-budaya mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Munculnya sub kebudayaan disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya karena perbedaan umur, etnisitas, kelas, aesthetic, agama, pekerjaan, pandangan politik dan gendre. Pada dasarnya, semua manusia memiliki stratifikasi sosial. Stratifikasi tersebut kadang-kadang berbentuk sistem kasta dimana para anggota kasta yang berbeda diasuh dengan mendapatkan peran tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kastanya.

## 3. Kelas sosial

Kelas sosial, hampir setiap masyarakat memiliki beberapa bentuk struktur kelas sosial. Kelas sosial adalah bagian-bagian masyarakat yang relative permanen dan tersusun rapi yang

anggota-anggotanya mempunyai nilai-nilai, kepentingan, dan perilaku yang sama. Kelas sosial mengacu pada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku berdasarkan posisi ekonomi mereka di pasar. Kelompok status mencerminkan suatu harapan komunitas akan gaya hidup di kalangan masing-masing kelas dan juga estimasi sosial yang diberikan secara positif maupun negatif. Kelas sosial tidak ditentukan hanya oleh satu faktor seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi pekerjaan, pendidikan, pendapatan, kekayaan, dan variabel lainnya. Dalam beberapa sistem sosial, anggota kelas pasti ada yang berbeda dalam memegang peran tertentu dan tidak dapat mengubah posisi mereka.

## **2.2 Faktor Emosional**

### **2.2.1 Definisi Faktor Emosional**

Emosi berasal dari kata “*movere*” Bahasa latin yang berarti “menggerakkan, bergerak” dan ditambah dengan awalan “e-” untuk memberi arti “bergerak menjauh”, mengisyaratkan bahwasannya kecenderungan bertindak merupakan hal mutlak dalam emosi. Pada dasarnya emosi merupakan dorongan untuk bertindak, rencana seketika mengatasi masalah yang telah ditanamkan secara berangsur-angsur (Goleman, 2007). Dalam makna paling harfiah, *Oxford English Dictionary* mendefinisikan emosi sebagai “setiap kegiatan atau pergolakan pikiran, perasaan, nafsu, setiap keadaan mental hebat atau meluap-luap”. Emosi merujuk ada perasaan dan

pikiran-pikiran khasnya, suatu keadaan biologis dan psikologis, dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak (Goleman, 2015).

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008), motif emosional mengandung arti bahwa pemilihan sasaran menurut kriteria pribadi atau subjektif, seperti kebanggaan, ketakutan, perasaan atau status. Menurut Nugroho J Setiadi (2003), motif yang berdasarkan pada emosional, konsumen terkesan terburu-buru untuk membeli produk tersebut dengan tidak mempertimbangkan kemungkinan yang akan terjadi untuk jangka panjang.

Sejumlah Teoretikus mengelompokkan emosi dalam golongan-golongan besar. Beberapa anggota golongan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Amarah: beringas, mengamuk, benci, marah besar, jengkel, kesal hati, terganggu, rasa pahit, berang, tersinggung, bermusuhan, dan barang kali yang paling hebat, tindak kekerasan dan kebencian yang patologis.
- b. Kesedihan: pedih, sedih, muram, suram, melankolis, mengasihani diri, kesepian, ditolak, putus asa, dan kalau menjadi patologis; depresi berat.
- c. Rasa takut: cemas, takut, gugup, khawatir, was-was, perasaan takut sekali, waspada, sedih, tidak tenang, ngeri, kecut; sebagai patologi, fobia dan panik.
- d. Kenikmatan: bahagia gembira, riang, puas, ringan, senang, terhibur, bangga, kenikmatan indrawi, takjub, rasa terpesona,

- rasa puas, rasa terpenuhi, kegirangan luar biasa, senang, senang sekali, dan batas ujungnya; mania.
- e. Cinta: penerimaan, persahabatan, kepercayaan, kebaikan hati, rasa dekat, bakti, hormat, kasmaran, kasih.
  - f. Terkejut: terkejut, terkesiap, takjub, terpana.
  - g. Jengkel: hina, jijik, muak, mual, benci, tidak suka, mau muntah.
  - h. Malu: rasa salah, malu hati, kesal hati, sesal, hina, aib, dan hati hancur lebur (Robbins, 2015).

Dapat disimpulkan bahwa faktor emosional adalah dorongan dalam diri seseorang untuk memutuskan sesuatu dalam hal ini untuk memilih suatu produk atau jasa berdasarkan pertimbangan-pertimbangan subjektif seperti melihat dari sisi dimana sesuai dengan perasaan, kebanggaan, status, harga diri dan sebagainya (Handayani, 2019).

### **2.2.2 Indikator Emosional**

Dalam hal ini menurut (Muhammad Fauzi, 2010) ada beberapa indikator faktor emosional, yaitu : ketaatan beragama dan psikologis.

#### **1. Ketaatan Beragama**

Menurut Al-Maududi (1984:107) ketaatan beragama adalah suatu konsep yang menggambarkan keadaan seseorang yang melaksanakan perintah dari Allah SWT dan menjauhi segala larangan dari Allah SWT dengan cara yang telah dicontohkan oleh

baginda Nabi Muhammad SAW yang dalam agama disebut ketaqwaan dan orangnya disebut dengan istilah muttaqin.

Islam menyuruh umatnya untuk beragama (berIslam) secara menyeluruh. Sebagaimana dalam Al-quran surah Al-Baqarah ayat 208 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً ۖ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ  
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.

Kebutuhan manusia terhadap agama karena manusia disebut sebagai makhluk yang beragama. Manusia selalu membutuhkan pegangan hidup yang disebut agama karena manusia merasa bahwa dalam jiwanya ada suatu perasaan yang mengakui adanya yang maha kuasa tempat mereka berlindung dan memohon pertolongan. Kesadaran beragama meliputi rasa keagamaan, pengalaman ketuhanan, keimanan, sikap dan tingkah laku keagamaan yang terorganisasi dalam sistem mental dari kepribadian (Mustafa, 2016).

Ketaatan beragama yaitu memenuhi kewajiban agama, menginginkan untuk melaksanakan kewajiban yang belum ditunaikan untuk melaksanakan berbagai anjuran agama sekalipun tidak wajib. Lewat pengalaman beragama (*religious experience*)

yakni penghayatan terhadap Tuhan atau agama yang diyakininya, maka manusia yang memiliki religiusitas yang tinggi akan memutuskan apa yang akan nasabah lakukan sesuai dengan ajarannya, misalnya nasabah muslim memilih menabung di bank syariah karena mereka menganggap bahwa bunga itu haram.

Menurut Sunaryo, mengatakan bahwa dalam pelaksanaan ajaran agama islam dikenal lima aspek religiusitas, yakni (Zuhirsyan, 2018):

1. Aspek iman yang menyangkut keyakinan dan hubungan manusia dengan tuhan, malaikat, para nabi, dan sebagainya.
2. Aspek islam, yaitu menyangkut frekuensi, intensitas pelaksanaan ibadah yang diterapkan , misalnya shalat, zakat, puasa, dan haji.
3. Aspek ihsan, yaitu menyangkut pengalaman dan perasaan tentang kehadiran Tuhan, takut larangan dan sebagainya.
4. Aspek ilmu, yaitu menyangkut pengetahuan seseorang tentang ajaran agamanya, misalnya pengetahuan tentang fiqih, tauhid dan sebagainya.
5. Aspek amal, yaitu menyangkut bagaimana tingkah laku seseorang dalam kehidupan bermasyarakat. Misalnya menolong orang lain, membela orang lemah, dan sebagainya.

Hal diatas diperkuat dengan pendapat Nurcholis Madjid, dkk menemukan lima faktor keberagamaan :

1. Iman, yaitu keyakinan hubungan dengan Tuhan beserta perkara ghaib dalam ajaran agama
2. Islam, yaitu frekuensi dan intensitas pelaksanaan ibadah.
3. Ihsan, yaitu pengalaman, perasaan, dan penghayatan seseorang.
4. Ilmu, pengetahuan seseorang tentang ajaran agamanya
5. Amal, perilaku seseorang dalam kehidupan sosial.

## 2. Psikologis

Satu perangkat proses psikologis berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu untuk menghasilkan proses keputusan pembelian.

Dikutip dari Aldi Jenis Tiawan (2021) faktor psikologis yang terdiri dari :

### a. Motivasi

Motivasi yaitu proses menjelaskan mengenai kekuatan, arah, dan ketekunan seseorang dalam upaya untuk mencapai tujuan. Jadi motivasi adalah suatu dorongan yang menekan seseorang sehingga mengarahkan seseorang untuk bertindak.

### b. Persepsi

Orang yang sudah mempunyai motivasi untuk bertindak akan dipengaruhi persepsinya pada situasi dan kondisi yang sedang dihadapi. Persepsi memiliki arti yaitu suatu proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti.

c. Proses belajar

Dalam melakukan tindakan seorang individu tidak lepas dari pembelajaran, perubahan perilaku individu dalam pembelian juga dipengaruhi oleh pengalaman dan pembelajaran dari pembelian sebelumnya. Pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan pembelian.

d. Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan akan membentuk citra produk dan merek, serta orang akan bertindak berdasarkan citra tersebut. Sedangkan sikap akan mengarahkan seseorang untuk berperilaku yang relatif konsisten terhadap objek-objek yang sama.

## **2.3 Faktor Rasional**

### **2.3.1 Definisi Faktor Rasional**

Menurut Kamus Besar Indonesia Rasional yaitu menurut pikiran dan pertimbangan yang logis; menurut pikiran yang sehat; cocok dengan akal. 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 (Setiadi, 2008).

Rasional adalah menurut pikiran dan pertimbangan yang logis, menurut pikiran yang sehat dan cocok dengan akal. Rasional

adalah berpikir menggunakan nalar atas data yang ada untuk mencari kebenaran faktual, kegunaan, dan derajat kebenarannya (Marzoeki, 2018). Menurut Coleman rasionalitas merupakan sebuah tindakan manusia dalam memaksimalkan tujuan atau kepuasan yang ingin didapatkan. Metode yang digunakan untuk mengetahui rasional atau tidaknya tindakan tersebut perlu dengan mengetahui nantinya apa yang akan menjadi atau didapati keuntungannya.

Rasional didasarkan pada pengetahuan seseorang tentang informasi dan situasi. Faktor rasional dapat mempengaruhi pemikiran dan pengetahuan nasabah yang misalnya sangat mempertimbangkan keuntungan, bagi hasil, bonus yang didapatkan, kemudahan fasilitas yang didapatkan, jika mengajukan kredit sangat mempertimbangkan bunga atau margin berdasarkan mahal dan murahnya serta besar dan kecilnya (Kotler & Keller, 2009).

Dapat dipahami bahwa faktor rasional adalah dorongan dalam diri seseorang untuk memutuskan sesuatu untuk 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.

### 2.3.2 Indikator Rasional

Dalam hal ini menurut (Muhammad Fauzi, 2010) ada beberapa indikator faktor rasional, yaitu : pelayanan, kenyamanan dan kepuasan.

#### 1. Pelayanan

Wykof (dikutip dalam Tjiptono, 2011) kualitas pelayanan adalah tingkatan keunggulan yang diharapkan memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, baik buruknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan secara konsisten. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atau pelayanan yang dapat diperoleh dengan pelayanan yang sesungguhnya masyarakat harapkan terhadap petunjuk pelayanan perusahaan.

Hermawan (2018), menyimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dalam hal ini, perusahaan yang menyediakan layanan, membutuhkan interaksi secara langsung antara pelanggan dan pelaku usaha, faktor dari perilaku karyawan seperti sikap serta keahlian dalam menyampaikan informasi merupakan hal terpenting yang menjadi perbedaan cara melayani yang baik (Lovelock & Wirtz, 2011).

Pelayanan bukan sebatas melayani, melainkan mengerti, memahami, dan merasakan. Dengan demikian, penyampaian dalam

pelayanan akan mengenai *heart share* pelanggan atau nasabah, yang kemudian dapat memperkokoh posisi dalam *mind share* nasabah. *Heart share* dan *mind share* tersebut dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau perusahaan (Zainal, 2017).

Parasuraman menggunakan 5 dimensi untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan, yaitu :

- a. Berwujud (tangible) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana, sarana fisik perubahan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan, serta penampilan pegawainya.
- b. Keandalan (reability) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberi pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan, berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akurasi yang tinggi.
- c. Ketanggapan (Responsive) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dan penyampaian informasi yang jelas. Memberikan pelanggan menunggu tanpa alasan

yang jelas, menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas jasa.

1. Selalu memberitahukan mengenai jadwal pelayanan
  2. Memberikan layanan dengan cepat dan tepat waktu
  3. Karyawan mau membantu pelanggan dalam kelengkapan administrasi
  4. Karyawan tidak pernah merasa sibuk dalam menanggapi permintaan nasabah
- d. Jaminan dan kepastian (assurance) yaitu pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.
1. Karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada nasabah
  2. Karyawan memberikan rasa aman dalam memberikan layanan terhadap nasabah
  3. Karyawan senantiasa bersikap sopan dan ramah
  4. Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan nasabah
  5. Karyawan dapat dipercaya
- e. Empati (Emphaty) yaitu perhatian yang tulus dari bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami kegiatan pelanggan (Haris, 2012).

## 2. Kenyamanan

Secara harfiah pengertian kenyamanan dapat kita lihat dari Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah suatu keadaan yang nyaman. Untuk memenuhi suatu keadaan yang nyaman maka harus mampu memenuhi minimal kebutuhan dasar dari manusia itu sendiri. Seperti kebutuhan akan makan, minum, tempat tinggal harus mampu memberikan rasa nyaman (Amsyar, 2015). Pengertian kenyamanan yang diungkapkan oleh *Wordnet dictionary* (2003), sebuah ketenangan dan perasaan tidak memiliki kegelisahan dan rasa sakit. Jadi kenyamanan adalah perasaan tenang dan tidak gelisah saat berada dalam suatu situasi atau lingkungan (Pelindung et al., 2015).

Kenyamanan dan perasaan nyaman adalah penilaian komprehensif seseorang terhadap lingkungannya. Kenyamanan tidak dapat diwakili oleh satu angka tunggal. Manusia menilai kondisi lingkungan berdasarkan rangsangan yang masuk ke dalam dirinya melalui keenam indra melalui syaraf dan dicerna otak untuk dinilai (Satwiko, 2009).

(Sharma, 2015) mengatakan terdapat empat jenis indikator kenyamanan layanan, yaitu:

1. kenyamanan keputusan, merupakan persepsi konsumen terhadap informasi yang diterima jelas dan mudah dimengerti untuk membuat keputusan layanan pembelian atau konsumsi.

2. kenyamanan transaksi, merupakan persepsi pengeluaran waktu dan upaya konsumen yang mudah selama transaksi.
  3. kenyamanan manfaat, merupakan mengacu pada persepsi pengeluaran waktu dan upaya konsumen yang mudah menggunakan produk bank.
  4. kenyamanan pascamanfaat, merupakan kecepatan penyelesaian masalah nasabah yang berkaitan dengan layanan bank.
3. Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil produk dan harapan-harapannya (Sumarni, 2014). Selanjutnya, Rangkuti (2002) menjelaskan bahwa kepuasan nasabah terhadap suatu produk atau jasa, merupakan sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kepuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap ketidaksesuaian yang dirasakannya setelah pemakaian (Marlina & Bimo, 2018).

Di era globalisasi ini, persaingan bisnis menjadi sangat tajam baik dalam tingkat nasional maupun global. Begitu pula

dalam dunia perbankan. Untuk memenangkan persaingan perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para nasabah (Supranto, 2011).

Indikator kepuasan dalam penelitian ini adalah :

1. Kesesuaian harapan merupakan tingkat antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :
  - a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
  - b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
  - c. Fasilitas penunjang yang di dapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
2. Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali karena melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :
  - a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan
  - b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk
  - c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai
3. Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :

- a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan
- b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa (Siregar, 2019).

## **2.4 Pengambilan Keputusan**

### **2.4.1 Pengertian Pengambilan Keputusan**

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 alternative (Sumarwan, 2011).

Menurut Hadari Nawawi (dikutip dalam Salim, 2022) mendefinisikan bahwa keputusan pada dasarnya hasil akhir dalam mempertimbangkan sesuatu yang akan dilaksanakan secara nyata. Keputusan juga dapat diartikan sebagai hasil terbaik dalam memilih satu diantara dua atau beberapa alternative yang dihadapi. Sadeli dan Ukas menyatakan bahwa keputusan merupakan dorongan serta keinginan yang merupakan tenaga penggerak yang berasal dari dalam diri seseorang. Jadi keputusan adalah pembangkit daya gerak

untuk berbuat sesuatu dalam rangka mencapai kepuasan dan tujuan. Keputusan merupakan kunci untuk mengerti tingkah laku pembeli (Subianto, 2007).

Menurut Sumarwan menyatakan bahwa pengambilan keputusan konsumen adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Jadi pengambilan keputusan adalah suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah yang dikumpulkan oleh seorang konsumen. Keputusan yang dipilih oleh seorang konsumen akan dilanjutkan dengan aksi. Setelah tahap tersebut barulah konsumen dapat mengevaluasi pilihannya dan menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

#### **2.4.2 Model Keputusan Konsumen**

Schiffman dan Kanuk (dikutip dalam Fitriani, 2017) mengemukakan empat macam perspektif dari model konsumen dengan istilah model manusia (*model of man*). Model manusia yang dimaksud adalah suatu model tingkah laku keputusan dari seorang individu berdasarkan empat perspektif, yaitu :

##### **1. Manusia Ekonomi (*Economic Man*)**

Manusia dipandang sebagai seorang individu yang melakukan keputusan secara rasional. Agar seorang individu berpikir rasional, maka ia harus menyadari berbagai alternatif produk yang tersedia. Ia juga harus mampu merangking berbagai alternatif tersebut berdasarkan kebaikan dan keburukan produk

alternatif tersebut. Manusia ekonomi berusaha mengambil keputusan yang memberikan kepuasan maksimum. Keputusan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan ekonomi, seperti harga, jumlah barang, utilitas marjinal, dan kurva *indifferent*.

## 2. 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 implusif. Model tersebut bertolak belakang dengan model manusia ekonomi.

## 3. Manusia Kognitif (*Cognitive Man*)

Model ini menggambarkan konsumen sebagai individu yang berpikir untuk memecahkan masalah. Konsumen sering kali bisa pasif dalam menerima produk dan jasa apa adanya, tetapi sering kali sangat aktif dalam mencari alternatif produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasannya.

## 4. 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.

### **2.4.3 Indikator Keputusan**

Menurut Kotler dan Keller (2009) proses pengambilan keputusan pembelian memiliki lima tahapan, yaitu :

## 1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika konsumen mengenali kebutuhannya. Konsumen merasakan adanya kebutuhan dan keinginan konsumen yang belum terpenuhi dan terpuaskan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal. Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen.

## 2. Mencari Informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Konsumen mencari lebih banyak informasi untuk dipelajari dan mendapatkan informasi yang relevan dengan kepuasannya.

## 3. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merek, dan memilihnya sesuai dengan kegiatan konsumen. Pada proses ini konsumen membandingkan berbagai merek pilihan yang dapat memberikan manfaat kepadanya serta masalah yang dihadapinya. Konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang di harapkan dengan menyempitkan pilihan alternative yang di pilih.

## 4. Keputusan Membeli

Beberapa konsep dasar akan membantu kita memahami proses evaluasi konsumen. Pertama, konsumen berusaha memahami kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat

tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan dengan kemampuan yang berbeda-beda. Konsumen memilih alternative yang di pilih dan memutuskan pembelian. Dalam hal ini yang dilihat adalah apa, dimana, kapan, berapa banyak suatu produk di beli.

#### 5. Perilaku Pasca Pembelian

Konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang di pilih telah memenuhi kebutuhan dan harapan setelah digunakan. Tugas pemasar tidak berakhir saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian. Pemasar harus memantau kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, dan pemakaian produk pasca pembelian. Jadi perilaku pasca pembelian memiliki implikasi yang sangat luas baik bagi konsumen maupun bagi produsen.

### 2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan. Dalam studi literatur ini peneliti mencantumkan beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya sebagai bahan rujukan dalam memperkuat teori penelitian yang sekarang, dikemukakan untuk memperjelas perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Berikut

merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian ini :

Pertama, penelitian oleh Depita Nasution (2021), dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama melihat seberapa besar pengaruh budaya terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Adapun perbedaannya terletak pada tempat, waktu dan metode penelitian serta pada variabel sosial, pribadi dan psikologis.

Kedua, penelitian oleh Muhammad Rizalun Nashoha (2019), dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah di Kota Yogyakarta (Studi pada Masyarakat Non Muslim Kota Yogyakarta)”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama melihat seberapa besar pengaruh budaya terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Adapun perbedaannya terletak pada tempat, waktu dan metode penelitian serta pada variabel sosial, pribadi dan psikologis.

Ketiga, penelitian oleh Sherly Handayani (2019), dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec.Cibitung Kab.Bekasi)”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama melihat seberapa besar pengaruh faktor emosional

dan faktor rasional yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Adapun perbedaannya terletak pada tempat, waktu dan metode penelitian serta pada variabel budaya.

Keempat, penelitian oleh Deypa Prasetya Wira Magda (2019), dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh Faktor Emosional Dan 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)”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama melihat seberapa besar pengaruh faktor emosional dan faktor rasional yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Adapun perbedaannya terletak pada tempat, waktu dan metode penelitian serta pada variabel budaya.

Kelima, penelitian oleh Faricha Ihdhawatul Khoir (2018), dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Jatim Kantor Cabang Syariah Kediri”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama melihat seberapa besar pengaruh faktor emosional dan faktor rasional yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Adapun perbedaannya terletak pada tempat, waktu dan metode penelitian serta pada variabel budaya.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti & Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Depita Nasution (2021), “Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah”.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metode :</li> <li>• Kuantitatif</li> <li>• Data : Data Primer &amp; Data Sekunder</li> <li>• Teknik Penelitian : Sampel Jenuh</li> </ul>	Faktor budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah, namun secara simultan budaya, sosial, pribadi, dan psikologi berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah.
2	Muhammad Rizalun Nashoha (2019), “Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah di Kota Yogyakarta (Studi pada Masyarakat Non Muslim Kota Yogyakarta)”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metode :</li> <li>• Kuantitatif</li> <li>• Data : Data Primer &amp; Data Sekunder</li> <li>• Teknik Penelitian : Metode Korelasi Berganda</li> </ul>	Faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Bila dibandingkan dengan ketiga variabel lainnya yaitu budaya, sosial, psikologis. Pada faktor pribadi menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan.
3	Sherly Handayani (2019), “Pengaruh Faktor Emosional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metode :</li> <li>• Kuantitatif</li> <li>• Data : Data</li> </ul>	Faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh

Tabel 2.1 -Lanjutan

No	Nama Peneliti & Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec.Cibitung Kab.Bekasi)".	Primer & Data Sekunder • Teknik Penelitian : Metode Insidental Sampling	terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. faktor emosional dan faktor rasional secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.
4	Deypa Prasetya Wira Magda (2019), "Pengaruh Faktor Emosional Dan 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)"	• Metode : Kuantitatif • Data : Data Primer • Teknik Penelitian : Metode Simple Random Sampling	Faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih bank syariah. Faktor emosional dan rasional berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa memilih bank syariah.
5	Faricha Ihdhawatul Khoir (2018), "Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Jatim Kantor	• Metode : Kuantitatif • Data : Data Primer • Teknik Penelitian : Metode Simple Random	Secara parsial faktor emosional tidak berpengaruh dan faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Bank Jatim Kantor Cabang Syariah

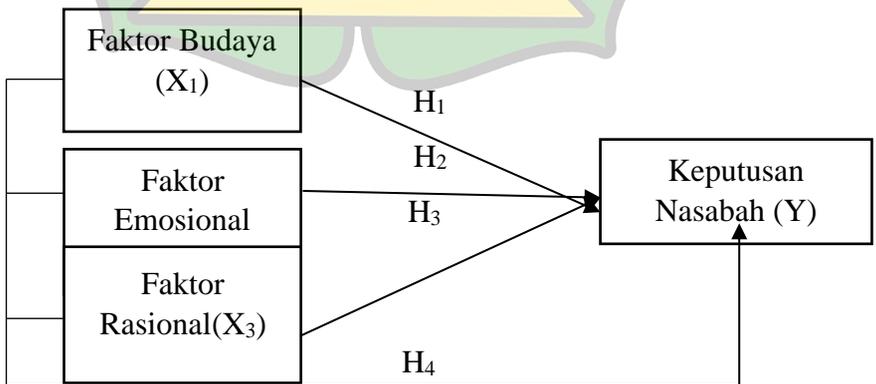
**Tabel 2.1 -Lanjutan**

No	Nama Peneliti & Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Cabang Syariah Kediri”.	Sampling	Kediri. Namun dilihat secara simultan menunjukkan bahwa faktor emosional dan faktor rasional secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih Bank Jatim Kantor Cabang Syariah Kediri.

## 2.6 Kerangka Pemikiran

Untuk mengetahui permasalahan yang akan dibahas, maka di perlukan kerangka penelitian untuk mempermudah menggambarkan konsep dari penelitian secara menyeluruh. Berikut merupakan kerangka penelitian dari penelitian ini :

**Gambar 2.1**  
**Skema Kerangka Pemikiran**



## **2.7 Pengembangan Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang masih harus di uji secara empirik. Dalam langkah-langkah penelitian, hipotesis merupakan rangkuman dari kesimpulan-kesimpulan teoritik yang diperoleh dari kajian kepustakaan supaya mudah diuji harus dirumuskan secara operasional (Narbuko & Achmadi, 2013).

### **2.7.1 Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Jasa Perbankan Syariah**

Budaya merupakan penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seorang konsumen. Perilaku seorang konsumen dipelajari secara luas. Setiap kelompok atau masyarakat memiliki budaya dan pengaruh budaya pada saat pengambilan keputusan dalam memilih jasa perbankan syariah. Perilaku manusia sangat ditentukan oleh kebudayaan yang melingkupinya dan pengaruhnya akan selalu berubah setiap waktu sesuai dengan kemajuan atau perkembangan jaman dari masyarakat tersebut (Andespa, 2017).

Penelitian oleh Wibowo & Hariyati (2020), menunjukkan bahwa secara parsial variabel budaya berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan. Nashoha (2019), menunjukkan bahwa variabel budaya berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan. Nurlaeli (2017), menunjukkan bahwa secara parsial variabel budaya tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan.

H<sub>1</sub> : Faktor budaya berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah

### **2.7.2 Pengaruh Faktor Emosional Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Jasa Perbankan Syariah**

Faktor emosional adalah dorongan dalam diri seseorang untuk memutuskan sesuatu dalam hal ini untuk memilih suatu produk atau jasa berdasarkan pertimbangan-pertimbangan subjektif. Emosi merupakan mekanisme utama untuk membatasi dan mengarahkan perhatian agar dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih fokus. Jadi, faktor emosional berhubungan dengan perilaku masyarakat dalam memutuskan untuk memilih jasa perbankan syariah.

Penelitian oleh Noviasari (2020), menunjukkan bahwa faktor emosional berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan memilih. Mutia'ah (2015), menunjukkan motif emosional berpengaruh positif terhadap keputusan. Imtihan (2022), menunjukkan bahwa emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan.

H<sub>2</sub> : Faktor emosional berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah

### **2.7.3 Pengaruh Faktor Rasional Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Jasa Perbankan Syariah**

Faktor rasional adalah dorongan dalam diri seseorang untuk memutuskan sesuatu untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk berdasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang matang

dan objektif. Biasanya dalam memutuskan membeli suatu produk konsumen cenderung mempertimbangkan manfaat terbesar bagi dirinya. Agar konsumen merasakan kepuasan terhadap produk (Setiadi, 2008).

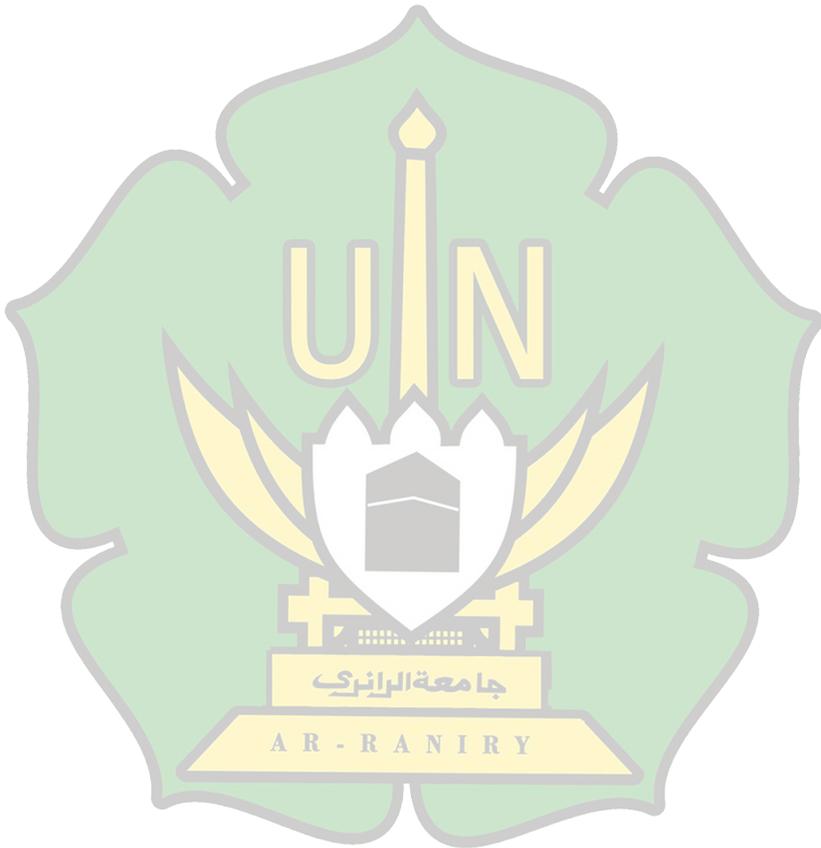
Penelitian oleh Irwana (2021), menunjukkan bahwa motif rasional berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan. Irfan (2021), menunjukkan bahwa rasionalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan. Hasanah (2021), menunjukkan bahwa variabel motif rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan.

H<sub>3</sub> : Faktor rasional berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah.

#### **2.7.4 Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Jasa Perbankan Syariah**

Penelitian oleh Ulfayanti (2019), menunjukkan bahwa variabel budaya berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Anggraini (2019), menunjukkan bahwa variabel kebudayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan. Kamal (2019), menunjukkan bahwa faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan. Nurzain (2018), menunjukkan bahwa motif emosional dan motif rasional menemukan pengaruh secara parsial terhadap keputusan.

H<sub>4</sub> : Faktor budaya, faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Desain Penelitian**

Berdasarkan jenisnya metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif. Menurut Arikunto (2019) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu strategi penelitian asosiatif. Menurut Sujarweni (2015), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor budaya ( $X_1$ ), faktor emosional ( $X_2$ ), dan faktor rasional ( $X_3$ ) terhadap keputusan masyarakat ( $Y$ ).

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu dengan melakukan pengamatan langsung ke lokasi untuk mendapatkan data-data yang relevan dengan penelitian, sehingga peneliti terjun langsung kelapangan untuk memperoleh data dari masyarakat Desa Seureuke Kec.Langkahan Kab.Aceh Utara.

## **3.2 Populasi dan Sampel**

### **3.2.1 Populasi**

Handayani (2020) mendefinisikan Populasi sebagai totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan di teliti. Dalam penelitian ini , populasi yang menjadi target penelitian ini masyarakat Desa Seureuke Kec.Langkahan Kab.Aceh Utara yang berjumlah sebanyak 1.658 jiwa (Kantor Desa Seureuke, 2018).

### **3.2.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel juga merupakan bagian dari suatu objek atau subjek yang mewakili populasi. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2012). Oleh karena itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili.

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah masyarakat Desa Seureuke Kec.Langkahan Kab.Aceh Utara. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, pemakaian rumus Slovin mempunyai asumsi bahwa populasi berdistribusi normal (Arikunto, 2006)

Adapun teknik untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin :

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

e = persentase kelonggaran ketidakterikatan

karena kesalahan

1 = bilangan konstan

Masyarakat Desa Seureuke Kec.Langkahan Kab.Aceh Utara yang populasinya berjumlah 1.658 jiwa dan untuk tingkat kesalahan yang diambil sebesar 5% sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel dapat dihitung dan ditentukan dengan cara :

$$n = \frac{1.658}{1+(1.658.(0,5)^2)}$$

$$n = \frac{1.658}{1+(1.658.0,0025)}$$

$$n = \frac{1.658}{5,145}$$

$$n = 322$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dengan jumlah populasi sebanyak 1.658 jiwa masyarakat Desa Seureuke Kec.Langkahan Kab.Aceh Utara maka dapat diperoleh sampel sebanyak 322 jiwa.

Teknik pengambilan sampel (teknik sampling) dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling* yaitu teknik

pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *Purposive Sampling*. Menurut Kriyantono (2020) *Purposive Sampling* adalah orang-orang yang telah lolos pada tahap seleksi karena telah memenuhi kriteria tertentu yang sudah ditentukan oleh peneliti. Dalam kriteria pemilihan sampel pada penelitian ini adalah masyarakat Desa Seureuke Kec.Langkahan Kab.Aceh Utara yang menggunakan jasa perbankan syariah dan berumur 18-50 tahun.

### **3.3 Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer. Data primer merupakan sumber-sumber dasar yang merupakan bukti atau saksi utama dari kejadian yang lalu (Nazir, 2013:50). Data dalam penelitian ini dikumpulkan sendiri oleh peneliti dari sumbernya yaitu masyarakat Desa Seureuke Kec.Langkahan Kab.Aceh Utara.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini cara yang digunakan untuk teknik pengumpulan data, adalah kuesioner (Angket). Menurut Sugiyono (2015), kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden. Jumlah pertanyaan atau pernyataan yang ada diambil dari masing-masing item variabel, baik variabel independen atau variabel dependen. Dalam hal ini peneliti

menyebarkan kuesioner secara manual dengan membagikan secara langsung kepada masyarakat dan secara online menggunakan *Google Form* yang dibagikan melalui aplikasi *Whatsapp* secara personal maupun Grup *Whatsapp* kepada responden yang telah ditentukan.

Pada penelitian ini kuesioner (angket) yang digunakan untuk mengukur nilai dari setiap variabel, yang terdiri dari variabel bebas faktor budaya ( $X_1$ ), faktor emosional ( $X_2$ ), faktor rasional ( $X_3$ ) dan variabel terikat yaitu keputusan masyarakat ( $Y$ ). Untuk pengukuran variabel yang dilakukan yaitu dengan memberikan bobot nilai dari setiap pertanyaan atau pernyataan dan jawaban dengan menggunakan skala likert, yaitu :

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

No	Kriteria	Skor
1	Sangat tidak setuju (STS)	1
2	Tidak setuju (TS)	2
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat setuju (SS)	5

Sumber : Sugiyono (2015)

### 3.5 Metode Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui jawaban dari responden terhadap masing-masing variabel faktor budaya ( $X_1$ ), faktor emosional ( $X_2$ ), dan faktor rasional ( $X_3$ ), terhadap pengambilan keputusan ( $Y$ ). Menurut Sugiyono (2017) hasil dapat diperoleh dari jawaban masing-masing indikator yang dijawab oleh responden pada setiap variabel.

### 3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran data diartikan sebagai prosedur pemberian angka pada suatu objek agar dapat menyatakan karakteristik dari objek tersebut. Berdasarkan jenis skala pengukuran data, data kuantitatif dikelompokkan dalam empat jenis yang berbeda dalam jenis dan sifatnya yaitu skala nominal, skala ordinal, skala interval dan skala rasio (Siregar, 2014)

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala interval. Menurut Irianto (2015), skala interval adalah skala yang menunjukkan jarak antara satu data dengan data yang lain dan mempunyai bobot yang sama. Skala interval juga dikatakan sebagai suatu skala yang mempunyai rentangan konstan antara tingkat satu dengan yang aslinya, tidak mempunyai angka 0 mutlak.

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel. Operasional variabel juga dapat diartikan sebagai suatu cara untuk menemukan dan mengukur variabel dengan singkat dan jelas. Dalam penelitian ini terdiri atas variabel bebas (*independent*) yaitu faktor budaya ( $X_1$ ), faktor emosional ( $X_2$ ) dan faktor rasional ( $X_3$ ), sedangkan variabel terikat (*dependent*) yaitu keputusan masyarakat ( $Y$ ). Adapun tabel operasional variabel yaitu:

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel**

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Faktor Budaya( $X_1$ )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebudayaan</li> <li>• Sub-budaya</li> <li>• Kelas sosial</li> </ul>	Interval
2	Faktor Emosional( $X_2$ )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketaatan beragama</li> <li>• Psikologis</li> </ul>	Interval
3	Faktor Rasional( $X_3$ )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelayanan</li> <li>• Kenyamanan</li> <li>• kepuasan</li> </ul>	Interval
4	Pengambilan Keputusan( $Y$ )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengenalan masalah</li> <li>• Mencari informasi</li> <li>• Evaluasi alternatif</li> <li>• Keputusan membeli</li> <li>• Perilaku pasca pembelian</li> </ul>	Interval

### 3.8 Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Kuesioner Penelitian

Untuk menentukan sebuah data konsisten dan akurat sesuai dengan angket atau kuesioner maka perlu dilakukan uji validasi dan uji reliabilitas, sebagai berikut:

##### a. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujiannya dilakukan secara statistik, yang dapat dilakukan secara manual atau dukungan komputer, misalnya melalui bantuan paket komputer SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Data dikatakan valid apabila pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut, jika dinyatakan tidak valid maka

butir pertanyaan tersebut akan disingkirkan dari kuesioner yang diperbaiki. Data dikatakan valid apabila nilai korelasi data tersebut melebihi nilai korelasi tabelnya. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya bila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

#### **b. Uji Realibilitas**

Uji reabilitas adalah uji yang digunakan untuk melihat sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliable akan dilakukan pengujian reabilitas kuesioner dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Metode pengambilan keputusan pada uji reabilitas yaitu dengan menggunakan batasan 0,60 yang artinya suatu variabel dikatakan reliable jika nilai menunjukkan *alpha cronbach* lebih besar dari 0,60.

#### **3.8.2 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik juga dapat mengetahui penyimpangan yang terjadi pada data yang dipergunakan pada saat penelitian. Model analisis regresi penelitian mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi:

##### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen, variabel dependen atau keduanya

mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, untuk menguji apakah distribusi normal atau tidak dilakukan dengan cara melihat *Normal Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data akan membandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali & Imam, 2011). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram yang tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variable bebas (independen). Hasil yang diharapkan pada pengujian ini adaah tidak terjadinya kolerasi antar variabel independen. Dalam penelitian ini menggunakan analisa matrik kolerasi antar variabel

independen dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2006).

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan satu ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2006). Jika varians dari residu satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah data yang bersifat homokedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini digunakan grafik *Scatterplot* sebagai dasar pengambilan keputusan yaitu jika variabel independen signifikan lebih kecil dari 0,05 atau 5% secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka terjadi heteroskedastisitas. Jika variabel independen signifikan lebih besar dari 0,05 atau 5% secara statistik tidak mempengaruhi variabel dependen, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.8.3 Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda adalah metode analisis yang digunakan untuk memodelkan efek simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen, yang bertujuan untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel independen dan

variabel dependen. Sebelum melakukan analisis regresi linier terlebih dahulu untuk melakukan uji asumsi klasik (Sugiyono, 2015). Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen

a : Konstanta

$b_{1,2,3}$  : Koefisien regresi pada variabel  $X_1, X_2, X_3$

$X_1, X_2, X_3$  : Variabel Independen

e : *Error Term*

### 3.8.4 Uji Hipotesis

#### a. Uji Parsial (Uji T)

Uji secara parsial digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu faktor budaya, faktor emosional dan faktor rasional secara parsial terhadap variabel dependennya yaitu keputusan masyarakat. Caranya dengan melihat nilai  $t_{hitung}$  dan nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen dengan tingkat signifikansi 0,05. Apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$  maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### b. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2006) uji simultan digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai

pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Caranya dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$ . jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan tingkat signifikan  $< 0,05$  atau 5% maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan tingkat signifikan  $> 0,05$  atau 5% maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

### c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis  $R^2$  (*Adjusted R Square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen dalam penelitian. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol sampai dengan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Kemampuan variabel independen yang hanya dapat menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas akan ditunjukkan dengan *Adjusted R Square* atau nilai  $R^2$  yang kecil. Sedangkan variabel independen yang hampir semua memberikan informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel dependen akan menunjukkan *Adjusted R Square* atau nilai  $R^2$  yang mendekati satu. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur persentase total varian variabel dependen  $Y$  yang dijelaskan oleh variabel independen pada garis regresi. Semakin baik hasil untuk model regresi tersebut maka semakin mendekati 1 dan sebaliknya jika semakin mendekati 0 maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel

dependen.



## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum Desa Seureuke Kec.Langkahan Kab.Aceh Utara

Gambar 4.1  
Maps Desa Seureuke



Desa Seureuke yaitu desa yang terletak di Kecamatan Langkahan Kabupaten Aceh Utara. Desa Seureuke merupakan desa yang diawali dengan penempatan Unit Pemukiman Transmigrasi (UPT IV) yang terdiri dari SPA, SPB, SPC pada tahun 1980 hingga 1981 dengan jumlah penduduk awal penempatan sebanyak 700 KK. Sejak tahun 1983 UPT IV Seureuke menjadi nama Desa Seureuke, bagian dari wilayah kerja Kecamatan Tanah Jambo Aye, sejak adanya pemekaran Kecamatan Langkahan Kabupaten Aceh Utara. Desa Seureuke terdiri dari 7 Dusun, yaitu : Dusun I Mutia, Dusun II Minang, Dusun III Marga Tunggal, Dusun IV Muara Batu, Dusun V Manunggal dan Dusun VII Mihra Istimewa. Perbankan syariah terdekat yang dapat diakses oleh masyarakat Desa Seureuke terletak di Gampong Batu XII, Kecamatan Cot

Girek, Kabupaten Aceh Utara dengan jarak tempuh  $\pm$  10 km.

## 4.2 Deskripsi Responden

Responden penelitian ini berjumlah 322 masyarakat pada Desa Seureuke Kecamatan Langkahan Kabupaten Aceh Utara, dengan membagikan kuesioner secara langsung dan melalui google formulir kepada masyarakat. Deskripsi profil responden dapat dilihat pada tabel berikut :

### 4.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut data jenis kelamin responden masyarakat Desa Seureuke Kecamatan Langkahan Kabupaten Aceh Utara :

**Tabel 4.1**  
**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin		Frequency	Percent
Valid	Laki-laki	155	48,1%
	Perempuan	167	51,9%
	<b>Total</b>	<b>322</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.1, jumlah responden terbesar dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan yakni 167 orang responden atau sebesar 51,9% dan responden berjenis kelamin laki-laki yakni 155 orang responden atau sebesar 48,1%.

### 4.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Berikut data usia responden masyarakat Desa Seureuke Kecamatan Langkahan Kabupaten Aceh Utara :

**Tabel 4.2**  
**Responden Berdasarkan Usia**

	Usia	Frequency	Percent
<b>Valid</b>	18-25 tahun	121	37,6%
	26-33 tahun	89	27,6%
	34-41 tahun	68	21,1%
	42-50 tahun	44	13,7%
	<b>Total</b>	322	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.2 jumlah responden terbanyak adalah responden yang berumur 18-25 tahun yakni sebanyak 121 responden atau 37,6%, 26-33 tahun yakni sebanyak 89 responden atau 27,6%, 34-41 tahun yakni sebanyak 68 responden atau 21,1%, dan terakhir responden yang berumur 42-50 tahun yakni sebanyak 44 responden atau 13,7%.

#### **4.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Berikut data tingkatan pendidikan terakhir responden masyarakat Desa Seureuke Kecamatan Langkahan Kabupaten Aceh Utara :

**Tabel 4.3**  
**Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

	Pendidikan	frequency	percent
<b>Valid</b>	SD	20	6,2%
	SMP	27	8,4%
	SMA	214	66,5%
	Diploma	13	4,0%
	S1	48	14,9%
	<b>Total</b>	322	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.3 jumlah responden terbanyak adalah responden yang pendidikan terakhir SMA yakni sebanyak 214 responden atau 66,5%, S1 yakni sebanyak 48 responden atau

14,9%, SMP yakni sebanyak 27 responden atau 8,4%, SD yakni sebanyak 20 responden atau 6,2%, dan terakhir responden yang berpendidikan terakhir Diploma yakni sebanyak 13 responden atau 4,0%.

#### 4.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut data pekerjaan responden masyarakat Desa Seureuke Kecamatan Langkahan Kabupaten Aceh Utara :

**Tabel 4.4**  
**Responden Berdasarkan Pekerjaan**

	Pekerjaan	Frequency	Percent
<b>Valid</b>	PNS	18	5,6%
	TNI/POLRI	6	1,9%
	Wiraswasta	70	21,7%
	Petani	90	28,0%
	Mahasiswa/i	52	16,1%
	Lainnya	86	26,7%
	<b>Total</b>		322

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.4 jumlah responden terbanyak adalah responden yang pekerjaan sebagai Petani yakni sebanyak 90 responden atau 28,0%, Lainnya yakni sebanyak 86 responden atau 26,7%, Wiraswasta yakni sebanyak 70 responden atau 21,7%, Mahasiswa/I yakni sebanyak 52 responden atau 16,1%, PNS yakni sebanyak 18 responden atau 5,6%, dan terakhir responden yang pekerjaan sebagai TNI/POLRI yakni sebanyak 6 responden atau 1,9%.

### 4.3 Metode Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara generalisasi. Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai jawaban responden terhadap indikator-indikator yang digunakan. Adapun hasil dari uji analisis deskriptif tersebut sesuai dengan tabel dibawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Hasil deskriptif jawaban responden terhadap variabel Faktor Budaya (X1)**

No	Indikator	Skor					Jumlah Sampel	Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS		
1	X <sub>1.1</sub>	2	8	34	159	119	322	4,19
2	X <sub>1.2</sub>	24	50	79	128	41		3,34
3	X <sub>1.3</sub>	4	8	36	123	151		4,27
4	X <sub>1.4</sub>	8	27	88	114	85		3,74
Rata-rata Angka Indeks								3,88

Sumber: Data diolah SPSS(2022)

Dari Tabel 4.5 nilai rata-rata 3,88 dengan kategori baik. Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa rata-rata tertinggi diperoleh pada item pernyataan ke-3 yaitu “Saya memilih bank syariah karena bank syariah merupakan bank yang umum digunakan dilingkungan saya” dengan nilai sebesar 4,27. Sedangkan nilai rata-rata terendah diperoleh pada item pernyataan ke-2 yaitu “Saya memilih bank syariah dipengaruhi lingkungan keluarga” dengan nilai sebesar 3,34.

**Tabel 4.6**  
**Hasil deskriptif jawaban responden terhadap variabel Faktor Emosional (X2)**

No	Indikator	Skor					Jumlah Sampel	Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS		
1	X <sub>2,1</sub>	6	2	14	85	215	322	4,55
2	X <sub>2,2</sub>	2	5	57	146	112		4,12
3	X <sub>2,3</sub>	4	7	47	168	96		4,07
4	X <sub>2,4</sub>	4	3	104	126	85		3,88
5	X <sub>2,5</sub>	2	7	43	178	92		4,09
6	X <sub>2,6</sub>	4	2	49	162	105		4,12
Rata-rata Angka Indeks								4,13

Sumber: Data diolah SPSS(2022)

Dari Tabel 4.6 nilai rata-rata 4,13 dengan kategori baik. Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa rata-rata tertinggi diperoleh pada item pernyataan ke-1 yaitu “Saya meyakini bahwa Allah SWT mengutus rasul dan nabi untuk membimbing manusia untuk menyembah Allah dan juga melaksanakan perintah Allah seperti shalat dan menjauhi larangannya” dengan nilai sebesar 4,55. Sedangkan nilai rata-rata terendah diperoleh pada item pernyataan ke-4 yaitu “Saya menyadari bahwa sistem operasional pada Bank Konvensional yang tidak sesuai dengan syariah itu haram dan saya langsung beralih ke Bank Syariah” dengan nilai sebesar 3,88.

**Tabel 4.7**  
**Hasil deskriptif jawaban responden terhadap variabel Faktor Rasional (X3)**

No	Indikator	Skor					Jumlah Sampel	Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS		
1	X <sub>3,1</sub>	2	4	34	176	106	322	4,18
2	X <sub>3,2</sub>	2	3	40	196	81		4,09
3	X <sub>3,3</sub>	2	9	81	154	76		3,90
4	X <sub>3,4</sub>	0	9	48	194	71		4,01
5	X <sub>3,5</sub>	7	58	106	95	56		3,41
6	X <sub>3,6</sub>	4	5	33	197	83		4,08

7	X <sub>3,7</sub>	2	2	37	165	116		4,21
8	X <sub>3,8</sub>	3	6	50	184	79		4,02
9	X <sub>3,9</sub>	0	12	57	177	76		3,98
10	X <sub>3,10</sub>	9	8	75	156	74		3,86
11	X <sub>3,11</sub>	2	9	47	176	88		4,05
Rata-rata Angka Indeks								3,98

Sumber: Data diolah SPSS(2022)

Dari Tabel 4.7 nilai rata-rata 3,98 dengan kategori baik. Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa rata-rata tertinggi diperoleh pada item pernyataan ke-7 yaitu “Bank Syariah memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan menggunakan jasa bank” dengan nilai sebesar 4,21. Sedangkan nilai rata-rata terendah diperoleh pada item pernyataan ke-5 yaitu “Bank syariah sangat memperhatikan hal-hal kecil untuk nasabahnya seperti menyediakan air mineral dan juga permen” dengan nilai sebesar 3,41.

**Tabel 4.8**  
**Hasil deskriptif jawaban responden terhadap variabel**  
**Pengambilan Keputusan (Y)**

No	Indikator	Skor					Jumlah Sampel	Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS		
1	Y1	2	9	41	180	90	322	4,07
2	Y2	2	21	79	144	76		3,84
3	Y3	0	16	34	177	95		4,09
4	Y4	2	7	37	191	85		4,08
5	Y5	2	11	70	162	77		3,93
Rata-rata Angka Indeks								4,00

Sumber: Data diolah SPSS(2022)

Dari tabel 4.8 nilai rata-rata 4,00 dengan kategori baik. Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa rata-rata tertinggi diperoleh pada item pernyataan ke-3 yaitu “Saya menggunakan informasi yang didapat untuk memutuskan memilih jasa bank

syariah” dengan nilai sebesar 4,09. Sedangkan nilai rata-rata terendah diperoleh pada item pernyataan ke-2 yaitu “Saya mencari informasi secara langsung melalui teman atau keluarga yang menggunakan jasa bank syariah” dengan nilai 3,84.

#### 4.4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

##### 4.4.1 Hasil Uji Validitas

Tingkat kevalidan suatu instrument diukur dengan menggunakan uji validitas. Dinyatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka dianggap tidak valid. Berdasarkan uji validitas yang dilakukan melalui program SPSS menghasilkan bahwa semua item pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid. Untuk mencari nilai  $r$  tabel menggunakan tingkat signifikan 5% yaitu pada  $df$  (derajat kebebasan) sejumlah 322 nasabah,  $r$  tabel yang diperoleh pada penelitian ini adalah . Berikut tabel hasil uji validitas :

1. Faktor Budaya ( $X_1$ )

**Tabel 4.9**

##### **Hasil uji validitas terhadap variabel faktor budaya**

Variabel	Pernyataan	Person Correlation ( $r$ hitung)	$r$ tabel	Keterangan
Faktor Budaya ( $X_1$ )	P1	0,562	0,108	Valid
	P2	0,689		Valid
	P3	0,684		Valid
	P4	0,770		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.9 variabel faktor budaya ( $X_1$ ) memperoleh hasil valid dari pernyataan 1-4 dikarenakan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel adalah 0,108.

## 2. Faktor Emosional ( $X_2$ )

**Tabel 4.10**

**Hasil uji validitas terhadap variabel faktor emosional**

Variabel	Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Faktor Emosional ( $X_2$ )	P1	0,665	0,108	Valid
	P2	0,817		Valid
	P3	0,737		Valid
	P4	0,806		Valid
	P5	0,812		Valid
	P6	0,848		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.10 variabel faktor emosional ( $X_2$ ) memperoleh hasil valid dari pernyataan 1-6 dikarenakan r hitung > r tabel adalah 0,108.

## 3. Faktor Rasional ( $X_3$ )

**Tabel 4.11**

**Hasil uji validitas terhadap variabel faktor rasional**

Variabel	Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Faktor Rasional ( $X_3$ )	P1	0,710	0,108	Valid
	P2	0,826		Valid
	P3	0,810		Valid
	P4	0,851		Valid
	P5	0,600		Valid
	P6	0,774		Valid
	P7	0,763		Valid
	P8	0,794		Valid
	P9	0,815		Valid
	P10	0,748		Valid
	P11	0,717		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.11 variabel faktor rasional ( $X_3$ ) memperoleh hasil valid dari pernyataan 1-11 dikarenakan r hitung > r tabel adalah 0,108.

#### 4. Pengambilan Keputusan (Y)

**Tabel 4.12**

**Hasil uji validitas terhadap variabel pengambilan keputusan**

Variabel	Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Pengambilan Keputusan (Y)	P1	0,745	0,108	Valid
	P2	0,848		Valid
	P3	0,823		Valid
	P4	0,856		Valid
	P5	0,840		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.12 variabel pengambilan keputusan (Y) memperoleh hasil valid dari pernyataan 1-5 dikarenakan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel adalah 0,108.

#### 4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Untuk menguji seberapa andal hasil dari suatu pengukuran itu dapat dipercaya maka diperlukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*), jika nilai Cronbach's alpha yang diperoleh lebih besar dari 0,60 maka hasil yang diperoleh reliabel. Uji reliabilitas untuk pengukuran ini adalah :

**Tabel 4.13**

**Hasil uji reliabilitas terhadap variabel uji reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Batas Cronbach Alpha	Keterangan
X <sub>1</sub>	0,767	0,60	Reliable
X <sub>2</sub>	0,795		Reliable
X <sub>3</sub>	0,774		Reliable
Y	0,811		Reliable

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Tabel 4.13 menjelaskan bahwa variabel faktor budaya (X<sub>1</sub>) memperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,767, faktor emosional (X<sub>2</sub>) 0,795, faktor rasional (X<sub>3</sub>) 0,774, dan pengambilan keputusan

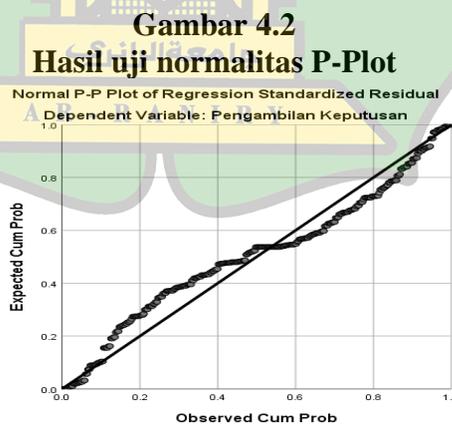
(Y) 0,811. Jika nilai Cronbach Alpha yang diperoleh lebih besar dari batas Cronbach Alpha yaitu 0,60, maka disimpulkan variabel faktor budaya ( $X_1$ ), faktor emosional ( $X_2$ ), faktor rasional ( $X_3$ ), dan pengambilan keputusan (Y) dapat dikatakan reliable.

#### 4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian yang bertujuan menemukan penyimpangan yang terjadi selama penelitian. Terdapat 3 macam uji yang termasuk dalam uji asumsi klasik yaitu: uji normalitas, multikolonieritas dan heterokedastisitas.

##### 4.5.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas data ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel penelitian. Data yang baik dan layak digunakan adalah data yang memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dengan menggunakan pengolahan SPSS versi 26. Menghasilkan grafik sebagai berikut :

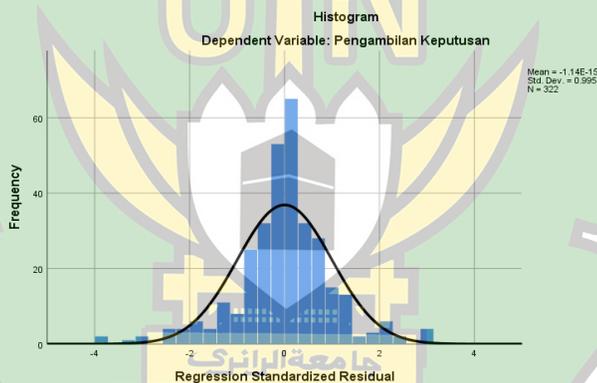


Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Uji normalitas p-plot pada Gambar 4.2 dapat disimpulkan butir data berada di sepanjang arah diagonal atau titik-titik tersebar disekitar diagonal, artinya data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas atau berdistribusi normal sehingga dapat digunakan dalam sebuah penelitian.

Peneliti juga menggunakan grafik histogram untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak. Dari gambar 4.3 dapat dilihat bahwa distribusi data membentuk lonceng (*bell shaped*), tidak condong ke kiri atau ke kanan sehingga data berdistribusi normal.

**Gambar 4.3**  
**Histogram**



Sumber: Data diolah SPSS (2022)

#### 4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat kolerasi antar variabel maka dilakukan uji multikolinearitas. Hasil yang diharapkan tidak adanya kolerasi antar variabel. Tidak terjadi multikolinieritas jika nilai *tolerance*  $>0,10$  dan *VIF*  $<10$ .

**Tabel 4.14**  
**Hasil uji multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF
Faktor Budaya ( $X_1$ )	0,614	1,629
Faktor Emosional ( $X_2$ )	0,338	2,958
Faktor Rasional ( $X_3$ )	0,326	3,071

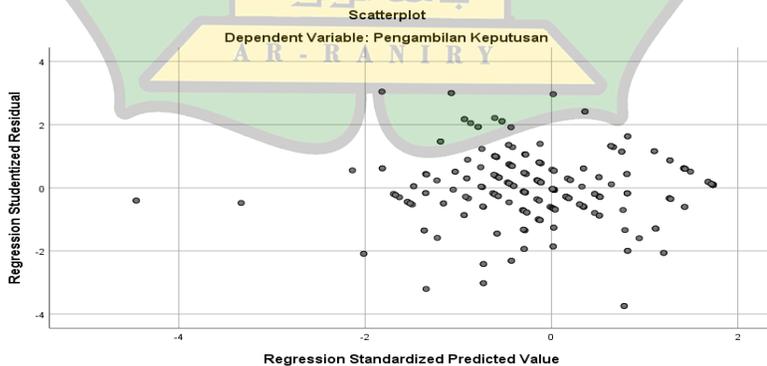
Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Tabel 4.14 diketahui setiap variabel independen memiliki nilai *tolerance* faktor budaya ( $X_1$ ) 0,614, faktor emosional ( $X_2$ ) 0,338 dan faktor rasional ( $X_3$ ) 0,326, yang berarti nilai *tolerance*  $>0,10$  dan nilai VIF lebih  $<10$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel independen tidak terjadi multikolinieritas.

#### 4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan variabel dari satu residual pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi maka dilakukan uji heteroskedastisitas. Hasil yang diperoleh tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan metode *scatterplot*:

**Gambar 4.4**  
**Hasil uji heteroskedastisitas**



Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Gambar 4.4 menunjukkan titik-titik terdistribusi merata dan tidak membentuk suatu pola, seperti terlihat pada scatterplot. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0, maka sumbu Y dikatakan tidak terjadinya heteroskedastisitas.

#### 4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel bebas dan terikat. Faktor budaya, faktor emosional dan faktor rasional adalah variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini, sedangkan variabel terikat adalah pengambilan keputusan. Hasil pengujian dilakukan dengan program SPSS:

**Tabel 4.15**  
**Hasil uji analisis regresi linear berganda**

Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.034	.694		1.490	.137
	Faktor Budaya	.012	.046	.009	.259	.796
	Faktor Emosional	.023	.043	.026	.529	.597
	Faktor Rasional	.416	.025	.832	16.548	.000

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan analisis dari regresi Tabel 4.15, maka diperoleh hasil persamaan sebagai berikut :

$$Y = 1,034 + 0,012X_1 + 0,023X_2 + 0,416X_3 + e$$

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa :

1. Nilai konstan sebesar 1,034. Hal tersebut menunjukkan bahwa besarnya nilai keputusan yang diberikan jika

variabel faktor budaya, faktor emosional dan faktor rasional sama-sama bernilai 0.

2. Nilai koefisien regresi faktor budaya sebesar 0,012. Artinya jika nilai variabel faktor budaya ditingkatkan atau diturunkan satu-satuan angka maka akan meningkatkan atau menurunkan nilai variabel pengambilan keputusan sebesar 0,012 sehingga dapat dinyatakan terjadi hubungan positif.
3. Variabel faktor emosional memiliki koefisien sebesar 0,023. Artinya jika nilai variabel faktor emosional ditingkatkan atau diturunkan satu-satuan angka maka akan meningkatkan atau menurunkan nilai variabel pengambilan keputusan sebesar 0,023 sehingga dapat dinyatakan terjadi hubungan positif.
4. Variabel faktor rasional memiliki koefisien sebesar 0,416. Artinya jika nilai variabel faktor rasional ditingkatkan atau diturunkan satu-satuan angka maka akan meningkatkan atau menurunkan nilai variabel pengambilan keputusan sebesar 0,416, sehingga dapat dinyatakan terjadi hubungan positif.

## **4.7 Uji Pembuktian Hipotesis**

### **4.7.1 Hasil Uji Parsial (Uji T)**

Uji parsial digunakan untuk menggambarkan bagaimana hubungan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Suatu

variabel independen mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap variabel dependen jika nilai probabilitas signifikansinya adalah 0,05 atau 5%. Jika ambang batas signifikansinya lebih kecil dari 0,05 atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka hipotesis ini diterima. Dengan nilai  $n = 322$  dan  $\alpha 5\%$ , maka  $t \text{ tabel}$  dalam penelitian ini menghasilkan  $t \text{ tabel}$  sebesar 1,967. Uji statistic parsial menghasilkan temuan berikut :

**Tabel 4.16**  
**Hasil uji parsial (Uji T)**

Variabel	T	Sig.
Faktor Budaya (X <sub>1</sub> )	0,259	0,796
Faktor Emosional (X <sub>2</sub> )	0,529	0,597
Faktor Rasional (X <sub>3</sub> )	16,548	0,000

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Dari tabel 4.16 maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pada variabel faktor budaya memperoleh nilai  $t \text{ hitung}$  sebesar 0,259 sementara  $t \text{ tabel}$  sebesar 1,967 artinya  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  ( $0,259 < 1,967$ ) dengan nilai tingkat signifikan sebesar  $0,796 > 0,05$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel faktor budaya tidak berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan masyarakat, maka  $H_1$  ditolak.
2. Pada variabel faktor emosional memperoleh nilai  $t \text{ hitung}$  sebesar 0,529 sementara  $t \text{ tabel}$  sebesar 1,967 artinya  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  ( $0,529 < 1,967$ ) dengan nilai tingkat signifikan sebesar  $0,597 > 0,05$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel faktor emosional tidak

berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan masyarakat, maka  $H_2$  ditolak.

3. Pada variabel faktor rasional memperoleh nilai t hitung sebesar 16,548 sementara t tabel sebesar 1,967 artinya t hitung  $>$  t tabel ( $16,548 > 1,967$ ) dengan nilai tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel faktor rasional berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan masyarakat, maka  $H_3$  diterima.

#### 4.7.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk melihat pengaruh semua faktor independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Berikut ini adalah hasil dari pengujian yang telah dilakukan :

**Tabel 4.17**  
**Hasil uji simultan**

Model	F	Sig.
Regression	298,720	0,000

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 4.17 dinyatakan f hitung 298,720 dan signifikansi 0,000. Karena nilai f hitung yaitu 298,720 lebih besar dari f tabel yaitu 2,63 yang dihitung dengan rumus  $(N1) df = k-1 = 4-1 = 3$  dan  $(N2) df2 = n-k = 322-4 = 318$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  diterima, artinya secara simultan variabel faktor budaya, faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh terhadap pengambilan keputusan.

### 4.7.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi atau uji R Square bertujuan menguji seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Jika nilai R Square mendekati 1 maka memiliki pengaruh yang besar terhadap kemampuan variabel bebas untuk mempengaruhi variabel terikat. Sebaliknya, jika variabel independen mendekati 0 maka tidak dapat mempengaruhi variabel dependen.

**Tabel 4.18**  
**Hasil uji koefisien determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,859 <sup>a</sup>	0,738	0,736	1,663

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 4.18 Nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,736 atau 73,6%. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) memiliki besaran sebesar 73,6 persen. Variabel lain seperti motivasi, lokasi, promosi, pribadi, dan sosial yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini mempengaruhi sisanya sebesar 26,4 persen.

## 4.8 Pembahasan Hasil Penelitian

### 4.8.1 Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil uji statistik parsial, menunjukkan pengujian hipotesis digunakan untuk membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel, dimana variabel faktor budaya ( $X_1$ ),

memperoleh nilai t hitung sebesar 0,259 sedangkan t tabel sebesar 1,967. Jadi variabel faktor budaya tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan. Hal ini dibuktikan dengan  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  ( $0,259 < 1,967$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,796 > 0,05$ . Oleh karena itu,  $H_1$  ditolak bahwasannya dinyatakan faktor budaya ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan (Y).

Berdasarkan hasil penelitian, faktor budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah, dapat dilihat dari hasil data dalam penelitian ini dengan menggunakan angket kuesioner. Hasil statistik deskriptif pada jawaban responden untuk indikator sub-budaya menunjukkan nilai rata-rata yang paling rendah diantara indikator lainnya yaitu sebesar 3,34 dan jika dilihat dari nilai koefisien regresi linear berganda pada variabel faktor budaya menunjukkan nilai koefisien yang paling rendah yaitu sebesar 12%. Hasil pengujian menunjukkan bahwa masyarakat dalam memutuskan memilih jasa perbankan syariah tidak ditentukan oleh budaya menabung, lingkungan keluarga dan sesuai dengan peran dan status sebagai orang yang berpendidikan. Sehingga mereka memilih bank syariah sesuai dengan keinginan masing-masing. Oleh karena itu faktor budaya tidak berpengaruh dalam memilih jasa perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurlaeli (2017) dan Ramawati et al. (2020) dengan hasil penelitian variabel budaya secara parsial tidak berpengaruh

nyata terhadap keputusan nasabah memilih perbankan syariah. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nashoha (2019) yang menyatakan bahwa faktor budaya berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan memilih perbankan syariah

#### **4.8.2 Pengaruh Faktor Emosional Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah**

Berdasarkan hasil uji statistik parsial, menunjukkan pengujian hipotesis digunakan untuk membandingkan antara nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel, dimana variabel faktor emosional ( $X_2$ ), memperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 0,529 sedangkan  $t$  tabel sebesar 1,967. Jadi variabel faktor emosional tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan. Hal ini dibuktikan dengan  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel ( $0,529 < 1,967$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,597 > 0,05$ . Oleh karena itu,  $H_2$  ditolak bahwasannya dinyatakan faktor emosional ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan ( $Y$ ).

Berdasarkan hasil penelitian, faktor emosional tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah, dapat dilihat dari hasil data dalam penelitian ini dengan menggunakan angket kuesioner. Hasil statistik deskriptif pada jawaban responden untuk indikator psikologis menunjukkan adanya nilai rata-rata yang paling rendah diantara indikator lainnya yaitu sebesar 3,88 dan jika dilihat dari nilai koefisien regresi linear berganda pada variabel faktor emosional menunjukkan nilai

koefisien yang rendah yaitu sebesar 23%. Hasil pengujian menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat sangat setuju dengan pernyataan pada indikator ketaatan beragama seperti meyakini bahwa Allah SWT mengutus rasul dan nabi untuk membimbing manusia untuk menyembah Allah, mereka juga percaya bahwa riba itu haram. Sedangkan pada pernyataan indikator psikologis masih belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka sehingga belum memberikan kepuasan dan belum meyakinkan mereka untuk tetap menjadi nasabah pada bank syariah.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor emosional tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah. Secara psikologis masyarakat saat memutuskan memilih perbankan syariah secara emosional mereka memiliki perasaan yang tidak sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka sehingga mereka merasa kurang yakin dengan bank syariah tetapi secara keagamaan mereka meyakini bahwa riba itu haram.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kamal (2019), dengan hasil penelitian secara parsial tidak ada pengaruh signifikan, antara variabel faktor emosional terhadap nasabah memilih bank syariah mandiri Kc.Curup. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sherly (2019), Magda (2019), dan Noviasari (2020) yang menyatakan bahwa faktor emosional berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan memilih perbankan syariah.

### **4.8.3 Pengaruh Faktor Rasional Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah**

Berdasarkan hasil uji statistik parsial, menunjukkan pengujian hipotesis digunakan untuk membandingkan antara nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel, dimana variabel faktor rasional ( $X_3$ ), memperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 16,548 sedangkan  $t$  tabel sebesar 1,967. Jadi variabel faktor rasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan. Hal ini dibuktikan dengan  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel ( $16,548 < 1,967$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu,  $H_3$  diterima dan dinyatakan faktor rasional ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan ( $Y$ ).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara faktor rasional dan keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Seureuke. Hal tersebut berarti masyarakat merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh bank syariah seperti gedung, ruang ATM, pelayanan yang cepat dan tepat, pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan masyarakat serta karyawan mampu membangun kepercayaan masyarakat agar tetap menggunakan jasa mereka, masyarakat merasa nyaman terhadap bank tersebut karena mereka mendapatkan informasi yang jelas dan mudah dimengerti serta merasakan kemudahan dalam bertransaksi, masyarakat juga merasakan kepuasan terhadap bank syariah sehingga mereka tetap menggunakan jasa perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irwana (2021), Irfan (2021), dan Hasanah (2021) yang menyatakan bahwa faktor rasional berpengaruh positif terhadap keputusan memilih bank syariah.

#### **4.8.4 Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah**

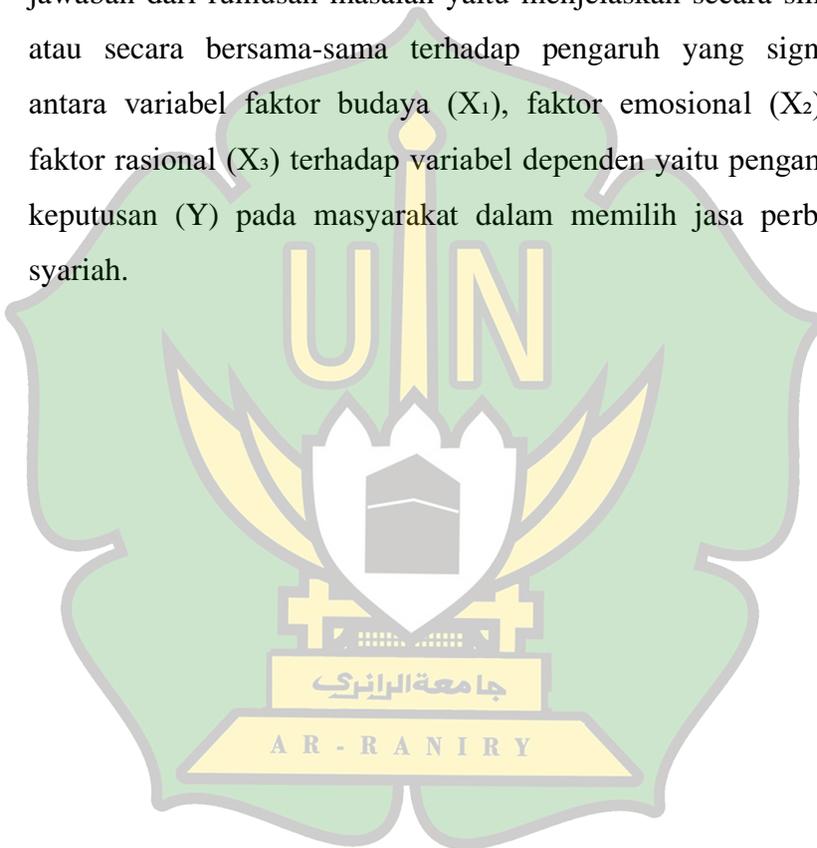
Berdasarkan hasil uji statistik simultan menunjukkan bahwa nilai  $f$  hitung sebesar 298,720 dan signifikansi 0,000. Hasil diatas menunjukkan bahwa  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel yaitu  $298,720 > 2,63$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  diterima. Artinya karakteristik faktor budaya, faktor emosional dan faktor rasional secara bersamaan mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah.

Hal ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah secara bersama-sama mempertimbangkan budaya, emosional, dan rasional untuk menggunakan jasa pada perbankan syariah.

Jika dilihat dari koefisien determinasi  $R$  (*Adjust R Square*) yang dihasilkan dari uji penelitian ini sebesar 73,6% dari variabel independen faktor budaya ( $X_1$ ), faktor emosional ( $X_2$ ), dan faktor rasional ( $X_3$ ) dapat mempengaruhi variabel dependen pengambilan keputusan ( $Y$ ). Artinya, memiliki koefisien tingkat keeratan yang kuat menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi antara variabel bebas ( $X$ ) dan variabel terikat ( $Y$ ) memiliki besaran sebesar 73,6%.

Variabel lain seperti motivasi, lokasi, promosi, pribadi, dan sosial yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini mempengaruhi sisanya sebesar 26,4%.

Dengan demikian sesuai dengan hipotesis keempat menjadi jawaban dari rumusan masalah yaitu menjelaskan secara simultan atau secara bersama-sama terhadap pengaruh yang signifikan antara variabel faktor budaya ( $X_1$ ), faktor emosional ( $X_2$ ), dan faktor rasional ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen yaitu pengambilan keputusan ( $Y$ ) pada masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah.



## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan yang diperoleh diatas mengenai faktor budaya, faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah (Studi kasus di Desa Seureuke Kec.Langkahan Kab.Aceh Utara). Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor budaya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Seureuke. Hal ini dibuktikan dengan  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $0,259 < 1,967$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,796 > 0,05$  dan dilihat dari nilai koefisien regresi linear berganda pada variabel faktor budaya menunjukkan nilai koefisien yang paling rendah yaitu sebesar 12%. Hasil pengujian menunjukkan bahwa masyarakat dalam memutuskan memilih jasa perbankan syariah tidak ditentukan oleh budaya menabung, lingkungan keluarga dan sesuai dengan peran dan status sebagai orang yang berpendidikan. Sehingga mereka memilih bank syariah sesuai dengan keinginan masing-masing.
2. Faktor emosional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Seureuke. Hal ini dibuktikan

dengan  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $0,529 < 1,967$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,597 > 0,05$  dan dilihat dari nilai koefisien regresi linear berganda pada variabel faktor emosional menunjukkan nilai koefisien yang rendah yaitu sebesar 23%. Hasil pengujian menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat sangat setuju dengan pernyataan pada indikator ketaatan beragama seperti meyakini bahwa Allah SWT mengutus rasul dan nabi untuk membimbing manusia untuk menyembah Allah, mereka juga percaya bahwa riba itu haram. Sedangkan pada pernyataan indikator psikologis masih belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka sehingga belum memberikan kepuasan dan belum meyakinkan mereka untuk tetap menjadi nasabah pada bank syariah.

3. Faktor rasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Seureuke. Hal ini dibuktikan dengan  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $16,548 < 1,967$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan dilihat dari nilai koefisien regresi linear berganda pada variabel faktor budaya menunjukkan nilai koefisien yang tinggi yaitu sebesar 41,6%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara faktor rasional dan keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Seureuke.

4. Faktor budaya, faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Seureuke. Hal ini dibuktikan dengan  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel yaitu  $298,720 > 2,63$  dan dilihat dari koefisien determinasi  $R$  (*Adjust R Square*) yang dihasilkan dari uji penelitian ini sebesar  $73,6\%$  dari variabel independen faktor budaya ( $X_1$ ), faktor emosional ( $X_2$ ), dan faktor rasional ( $X_3$ ) dapat mempengaruhi variabel dependen pengambilan keputusan ( $Y$ ).

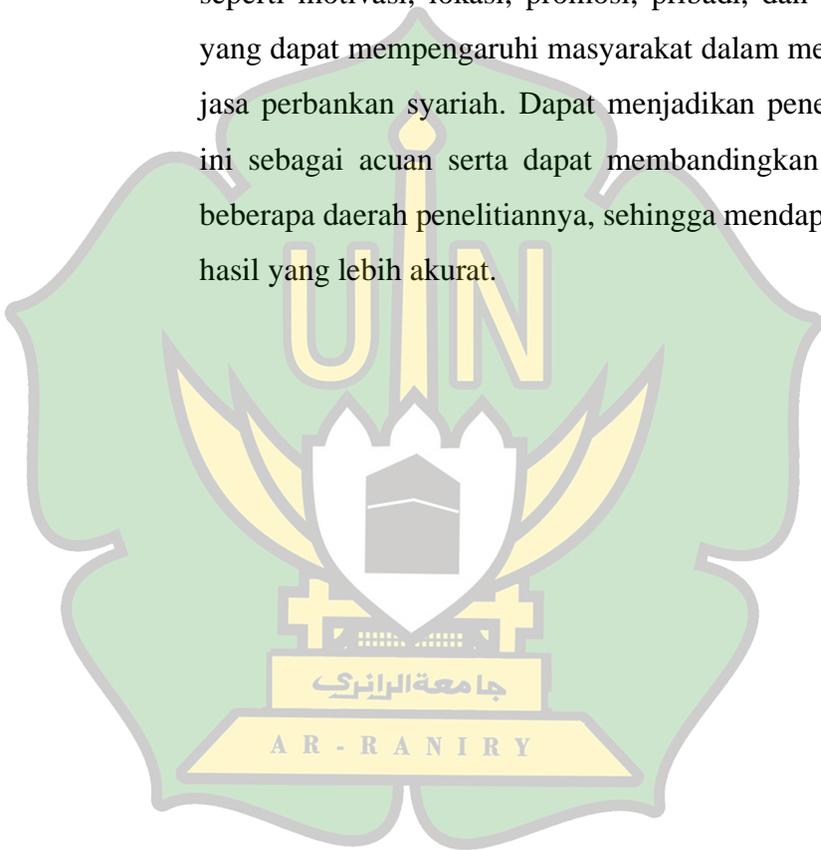
## 5.2 Saran

Adapun saran pada penelitian ini adalah :

1. Bagi pihak bank, jika dilihat temuan pada penelitian ini faktor rasional yang paling berpengaruh maka disarankan untuk pihak perbankan diharapkan untuk lebih memahami karakteristik yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga memberikan keunggulan dari para pesaing untuk dapat mempengaruhi masyarakat dalam memutuskan memilih jasa pada perbankan syariah. Dengan memahami apa yang dibutuhkan masyarakat, pihak perbankan dapat merencanakan strategi pemasaran pada penciptaan produk jasa, segmentasi dan promosi untuk mendorong masyarakat

dalam pengambilan keputusan memilih jasa pada perbankan syariah.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu menambah wawasan dan menggunakan variabel lain seperti motivasi, lokasi, promosi, pribadi, dan sosial yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah. Dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan serta dapat membandingkan pada beberapa daerah penelitiannya, sehingga mendapatkan hasil yang lebih akurat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abul Ala al Maududi, *Dasar-dasar Islam*, (Bandung: Pustaka, 1984), h. 107
- Agung Suprayitno, Dkk, *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Gado-Gado Boplo*, *Jurnal Agribisnis*, Vol. 9, No. 2, 2015, H. 201.
- Aldi, J. T. (2021). *Analisis Faktor Kebudayaan, Faktor Sosial, Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Memilih Bank Konvensional Dibandingkan Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2018, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Andespa, R. (2017). *Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah*. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1), 35-49.
- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aulia Yualiasih, “ *Pengaruh Atribut Produk dan Motif Belanja Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Karita Surabaya*”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, No. 4 (2016): 3

- Fauzi, Muhammad. (2010). *Pengaruh Faktor Rasional Dan Emosional Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bitul Mal Wat Tamwil*. Jurnal Economica Volume 1/ Edisi I/ Mei.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (4 ed)*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haris, Helmi, Nur said irham T. (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan terhadap keputusan nasabah dalam menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada BTN Syariah Surakarta)*, Jurnal Muqtasi, Vol 3 Nomor , 1 Juli.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada 2014, hlm.47-48.
- Irianto, Agus. 2015. *Statistik (Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangannya)*. Jakarta : Kencana.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/rasional>
- Kartika, T. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan SDI Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPRS Al Washliyah Medan* (Doctoral dissertation).
- Kesuma, M. Y. (2021). *Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pt. Bank Syariah Indonesia (Bsi) Cabang Palembang* (doctoral dissertation, 021008 universitas tridinanti palembang).

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). *Essentials of Marketing*. Boston: Cengage Learning.
- Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). *Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. Inovator*, 7(1), 14-34.
- Martodirjdo, Haryo S. 2004. *Pemahaman Lintas Budaya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Mustafa, M. (2016). *Perkembangan Jiwa Beragama Pada Masa Dewasa. Jurnal Edukasi: Jurnal Bimbingan Konseling*, 2(1), 77-90.
- Niagawan, *Volume I Edisi I, Juni 2012*, hlm.47.
- Nicepay. (2021) Dampak Penerapan Qanun Aceh No. 11 Tahun 2018 Tentang Lembaga Keuangan Syariah. Diambil pada 03 Januari 2023, dari <https://blog.nicepay.co.id/dampak-penerapan-qanun-aceh-no-11-tahun-2018-tentang-lembaga-keuangan-syariah/>
- Noviasari, H. (2020). *Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Produk Perbankan Syariah Di Tulungagung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Febi Iain Tulungagung)*.

- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta : Kencana, 2003) ed. 1 cet.2.hal. 104
- Prastiwi, I. E. (2018). *Pengaruh Persepsi Anggota Pada Sharia Compliance, Komitmen Agama dan Atribut Produk Islam Terhadap Customer's Trust Yang Berdampak Pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada BMT Amanah Ummah Sukoharjo)*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(01), 28-40.
- Rahmawati, S., Supriyatna, R. K., Junaedi, D., & Arsyad, M. R. (2020). *Pengaruh Faktor Budaya dan Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri KCP Tajur*. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 89-110.
- Rosadiyah, N. I. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Atribut Produk Islam, Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Kudus* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(2), 226-244.

- Schiffman , Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Alih bahasa oleh Drs.Zoelkifli Kasip. Edisi ketujuh. Jakarta: PT.indeks
- Setiadi, Edy. “*Jumlah Rekening Bank Syariah Masih Minim*”  
<http://bisnis.liputan6.com/read/2019035/jumlah-rekening-bank-syariahmasih-minim>
- Siregar, Sandi Amaldi. (2019). *Pengaruh Faktor Emosional dan Rasional Terhadap Minat Menabung di BNI Syariah Cabang Medan (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Stambuk 2016)*. Sumatera Utara: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Sofyan Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hal 57.
- Stephen P. Robbins., Timothy A. Judge. (2015). *Perilaku Organisasi Edisi 16*. Jakarta: Salemba Empat.
- Subianto, T. (2007). *Studi tentang perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165-182.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Supiani, S., Rahmat, F., & Budiman, F. (2021). *Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah*. Al-bank: Journal of Islamic Banking and Finance, 1(1), 49-58.

- Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Suprayitno, A., Rochaeni, S., & Purnomowati, R. (2015). *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Gado-Gado Boplo (Studi kasus : restoran gado-gado Boplo Panglima Polim Jakarta Selatan)*. *Agribusiness Journal*, 9(2), 177-214.
- Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), hal.46
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor Ghalia Indonesia, 2011), h. 357.
- Widagdo, Djoko. 2010. *"Ilmu Budaya Dasar"*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yuliawan, E. (2011). *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung*. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil: JWEM*, 1(1).
- Zuhirsyan, Muhammad. (2018). *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah*, *Al-Amwal Vol 10 No. 1*.

**LAMPIRAN**  
**Lampiran 1 Kuesioner Penelitian**

**KUESIONER PENELITIAN**

PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR EMOSIONAL,  
DAN FAKTOR RASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN  
MASYARAKAT DALAM MEMILIH JASA PERBANKAN  
SYARIAH  
(STUDI KASUS DI DESA SEUREUKE KEC.LANGKAHAN  
KAB.ACEH UTARA)

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu,

Bapak/Ibu Saudara/i yang saya hormati, Saya Nesya Kholiviana mahasiswi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, yang sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir (Skripsi). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor budaya, faktor emosional, dan faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan masyarakat Desa Seureuke Kec.Langkahan Kab.Aceh Utara dalam memilih jasa perbankan syariah.

Peneliti mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu Saudara/i agar sudi kiranya menjadi responden dalam penelitian ini. Anda dapat memberi *check list* (√) pada jawaban yang dianggap paling tepat. Data yang peneliti peroleh nantinya hanya akan peneliti gunakan untuk menyusun tugas akhir atau skripsi dan tidak akan dipublikasikan.

Atas partisipasi dan kesediaannya peneliti mengucapkan terima kasih.

Peneliti,

Nesya Kholiviana



## Petunjuk Pengisian

- a. Bacalah pernyataan satu persatu.
- b. Isilah pernyataan tersebut dengan jawaban yang sesuai dan isilah pernyataan pada identitas responden dengan cara memberikan tanda *chek list* (√) pada kolom jawaban Anda.
- c. Jika ada pernyataan yang tidak dimengerti atau ragu, silahkan tanyakan langsung dengan yang menyebarkan kuesioner.
- d. Setelah selesai menjawab, silahkan baca kembali apakah jawaban yang Anda berikan sudah sesuai atau belum.

### A. Identitas Responden

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
3. Usia :  18-25  34-41  
 26-33  42-50
4. Alamat :
5. Pendidikan Terakhir :  SD  Diploma  
 SMP  S1  
 SMA
6. Pekerjaan :  PNS  Petani  
 TNI/POLRI  Mahasiswa/i  
 Wiraswasta  Lainnya...

### B. Pengisian Kuesioner

Saudara/i dapat memberikan jawaban dengan tanda (√) pada kolom jawaban yang sesuai dengan pendapat Anda.

Setiap pernyataan hanya ada satu pilihan jawaban, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

- 5 = Sangat Setuju (SS)
- 4 = Setuju (S)
- 3 = Netral (N)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

### C. Daftar Pertanyaan

Faktor Budaya							
No	Indikator	Pertanyaan	Pilihan jawaban				
			SS	S	N	TS	STS
1	Kebudayaan	a. Saya memilih bank syariah karena budaya menabung yang sejak dahulu saya lakukan agar lebih aman dan terpercaya					
2	Sub-budaya	a. Saya memilih bank syariah dipengaruhi lingkungan keluarga					
		b. Saya memilih bank syariah karena bank syariah merupakan bank yang umum digunakan dilingkungan saya					
3	Kelas Sosial	a. Keputusan memilih bank syariah sesuai dengan peran dan status saya sebagai orang yang berpendidikan					

Faktor Emosional							
No	Indikator	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
			SS	S	N	TS	STS
1	Ketaatan Beragama	a. Saya meyakini bahwa Allah SWT mengutus rasul dan nabi untuk membimbing manusia untuk menyembah Allah dan juga melaksanakan perintah allah seperti shalat dan menjauhi larangannya					
		b. Saya mengetahui bahwa riba itu haram dan saya mengajak teman saya untuk memilih perbankan syariah agar terhindar dari riba					
2	Psikologis	a. Jasa perbankan syariah sudah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan saya sehingga memberikan kepuasan bagi saya sendiri					
		b. Saya menyadari bahwa sistem operasional pada Bank Konvensional yang tidak sesuai dengan syariah itu haram dan saya langsung beralih ke Bank Syariah					
		c. Menurut saya jasa pada bank syariah sangat bagus					
		d. Saya merasa yakin untuk jadi nasabah Bank Syariah					

Faktor Rasional							
No	Indikator	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
			SS	S	N	TS	STS
1	Pelayanan	a. Fasilitas yang di berikan oleh bank syariah sangat baik, seperti gedung, ruang ATM dan sebagainya					
		b. Pelayanan yang diberikan sangat cepat dan tepat					
		c. Karyawan mampu membangun kepercayaan saya untuk tetap menggunakan jasa mereka					
		d. Pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan saya					
		e. Bank syariah sangat memperhatikan hal-hal kecil untuk nasabahnya seperti menyediakan air mineral dan juga permen					
2	Kenyamanan	a. Bank Syariah memberikan informasi yang jelas dan mudah untuk dimengerti					
		b. Bank Syariah memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan menggunakan jasa bank					
		c. Bank syariah sigap dalam menyelesaikan masalah yang terjadi pada nasabah					
3	Kepuasan	a. Jasa yang diberikan oleh bank syariah telah sesuai dengan harapan saya					
		b. Saya akan					

		merekomendasikan jasa bank syariah pada orang lain					
		c. Saya akan tetap memakai jasa bank syariah					

Pengambilan Keputusan							
No	Indikator	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
			SS	S	N	TS	STS
1	Pengenalan Masalah	Pengetahuan saya mengenai bank syariah mempengaruhi keputusan saya untuk memilih jasa bank syariah					
2	Mencari Informasi	Saya mencari informasi secara langsung melalui teman atau keluarga yang menggunakan jasa bank syariah					
3	Evaluasi Alternatif	Saya menggunakan informasi yang didapat untuk memutuskan memilih jasa bank syariah					
4	Keputusan Pembelian	Saya memutuskan memilih bank syariah karena manfaat yang sesuai dengan kebutuhan saya					
5	Perilaku Pasca Pembelian	Saya akan menjadi nasabah yang setia kepada jasa bank syariah					

## Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Pernyataan Responden

### a. Variabel faktor budaya dan faktor emosional

No	X1p1	X1p2	X1p3	X1p4	X2p1	X2p2	X2p3	X2p4	X2p5	X2p6
1	2	4	5	4	5	4	4	3	4	4
2	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	2	5	2	5	4	3	3	3	3
4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4
8	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4
9	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
11	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
12	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
13	3	2	3	2	5	4	5	4	4	4
14	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4
15	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
16	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5
17	5	2	4	4	5	4	4	4	4	4
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	2	5	5	5	5	5	5	4	5
21	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
22	5	2	5	5	5	4	4	4	4	4
23	4	4	3	4	5	4	2	4	2	3
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	4	2	4	4	5	5	2	4	3	4
26	4	3	3	3	5	4	4	3	4	3
27	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
28	3	4	5	5	5	4	5	3	4	4
29	4	1	4	4	5	5	5	4	5	5
30	4	5	1	5	5	5	5	5	5	5
31	3	2	3	3	5	4	3	3	4	3
32	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4
33	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4
34	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4
35	4	1	4	3	1	2	2	3	1	1
36	5	4	4	3	5	5	4	4	5	5

37	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5
38	4	3	5	5	4	3	3	4	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	3	3	5	4	5	4	3	4	3	4
41	4	2	4	4	5	4	4	4	5	4
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	5	1	5	5	5	5	3	5	3	3
44	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
45	3	4	4	3	5	5	4	5	3	5
46	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
47	5	1	3	3	5	4	5	4	5	4
48	5	1	3	3	5	4	5	4	5	4
49	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
50	5	3	3	5	1	1	5	1	5	4
51	5	1	4	3	5	5	5	5	5	5
52	5	1	5	4	5	5	5	3	4	5
53	4	2	4	3	5	4	4	4	4	4
54	4	2	5	4	5	4	3	3	3	3
55	5	2	2	2	5	5	3	3	4	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5
67	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5
68	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4
69	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
72	1	3	2	3	3	3	3	3	2	3
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3
75	3	3	5	3	1	3	5	3	3	3

76	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
77	3	3	4	4	5	4	4	5	3	4
78	5	4	4	3	5	4	3	4	4	4
79	5	2	4	2	5	5	4	4	4	4
80	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	3	5	5	1	3	3	5
82	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5
83	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	5	2	3	4	5	4	4	4	4	4
86	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1
87	4	2	5	4	5	3	3	3	3	3
88	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
89	3	2	3	1	4	4	4	3	3	3
90	4	2	3	2	5	4	4	3	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
92	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
93	3	4	4	2	4	4	3	4	4	3
94	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5
95	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3
96	4	4	3	3	3	4	4	4	3	5
97	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
98	3	4	5	4	5	5	3	3	4	5
99	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
100	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
102	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
103	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
104	4	5	4	4	5	3	2	3	4	3
105	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4
106	4	3	4	2	5	3	4	4	3	3
107	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4
108	5	3	4	4	5	4	4	3	4	4
109	4	3	5	3	5	4	3	3	4	4
110	5	4	5	3	5	3	4	3	4	4
111	4	3	5	3	5	3	3	3	4	3
112	5	2	5	3	5	4	4	3	4	4
113	4	4	5	3	5	4	4	3	4	3
114	5	2	5	3	5	4	4	3	4	4

115	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4
116	5	3	5	4	4	4	4	4	4	3
117	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
118	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
120	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4
121	4	4	5	4	5	4	3	3	4	4
122	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4
123	4	3	5	3	5	3	4	4	4	4
124	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4
125	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4
126	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5
127	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4
128	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
129	3	2	5	4	5	3	3	3	4	4
130	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4
131	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4
132	4	4	5	3	5	3	4	4	4	4
133	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4
134	2	2	4	2	5	3	4	2	3	3
135	4	3	5	3	5	4	4	3	4	4
136	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
137	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4
138	4	3	5	3	5	4	4	4	4	4
139	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4
140	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4
141	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4
142	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
143	5	3	5	4	5	4	4	3	4	4
144	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4
145	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
146	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
147	5	3	5	4	5	4	4	3	4	4
148	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
149	5	3	5	4	5	3	4	3	4	4
150	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
151	5	3	5	3	5	4	4	3	4	4
152	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4
153	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3

154	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
155	3	4	4	3	4	4	4	2	2	3
156	4	4	4	4	3	3	3	2	5	5
157	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3
158	5	2	4	3	5	3	4	3	4	4
159	4	4	4	5	3	3	4	5	4	4
160	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4
161	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
162	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
163	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
164	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4
165	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4
166	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4
167	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
168	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4
169	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4
170	4	2	5	3	4	3	4	3	4	4
171	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4
172	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4
173	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
174	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4
175	4	2	4	3	5	3	4	3	4	4
176	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4
177	3	4	5	3	5	4	4	3	4	4
178	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4
179	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3
180	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4
181	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3
182	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
183	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
184	2	4	4	3	5	2	3	3	4	3
185	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4
186	4	2	3	2	4	4	4	3	3	2
187	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
188	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4
189	5	3	4	2	5	5	3	5	4	3
190	5	3	4	3	5	5	3	4	3	3
191	4	3	3	3	5	5	3	3	4	3
192	4	3	3	3	5	5	3	4	4	3

193	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
194	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
195	4	3	5	3	4	3	4	3	4	4
196	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4
197	4	4	4	2	4	3	4	3	4	4
198	4	2	4	2	4	4	4	3	3	3
199	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
200	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
201	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4
202	4	3	5	3	4	3	4	3	4	4
203	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4
204	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4
205	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
206	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4
207	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
208	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4
209	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4
210	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
211	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
212	3	3	5	3	4	3	4	3	4	4
213	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
214	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
215	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
216	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4
217	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
218	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4
219	4	2	5	3	4	4	4	4	4	4
220	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
221	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
222	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5
223	5	3	4	3	5	4	5	4	3	5
224	2	4	5	4	5	4	4	3	4	4
225	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
226	2	2	5	2	5	4	3	3	3	3
227	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5
228	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
229	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
230	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4

231	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4
232	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
233	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
234	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
235	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
236	3	2	3	2	5	4	5	4	4	4
237	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4
238	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
239	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5
240	5	2	4	4	5	4	4	4	4	4
241	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
242	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
243	5	2	5	5	5	5	5	5	4	5
244	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
245	5	2	5	5	5	4	4	4	4	4
246	4	4	3	4	5	4	2	4	2	3
247	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
248	4	2	4	4	5	5	2	4	3	4
249	4	3	3	3	5	4	4	3	4	3
250	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
251	3	4	5	5	5	4	5	3	4	4
252	4	1	4	4	5	5	5	4	5	5
253	4	5	1	5	5	5	5	5	5	5
254	3	2	3	3	5	4	3	3	4	3
255	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4
256	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4
257	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4
258	4	1	4	3	1	2	2	3	1	1
259	5	4	4	3	5	5	4	4	5	5
260	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5
261	4	3	5	5	4	3	3	4	5	5
262	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

263	3	3	5	4	5	4	3	4	3	4
264	4	2	4	4	5	4	4	4	5	4
265	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
266	5	1	5	5	5	5	3	5	3	3
267	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
268	3	4	4	3	5	5	4	5	3	5
269	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
270	5	1	3	3	5	4	5	4	5	4
271	5	1	3	3	5	4	5	4	5	4
272	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
273	5	3	3	5	1	1	5	1	5	4
274	5	1	4	3	5	5	5	5	5	5
275	5	1	5	4	5	5	5	3	4	5
276	4	2	4	3	5	4	4	4	4	4
277	4	2	5	4	5	4	3	3	3	3
278	5	2	2	2	5	5	3	3	4	5
279	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
280	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4
281	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
282	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
283	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
284	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
285	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3
286	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
287	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4
288	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
289	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5
290	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5
291	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4
292	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
293	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
294	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5

295	1	3	2	3	3	3	3	3	2	3
296	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
297	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3
298	3	3	5	3	1	3	5	3	3	3
299	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
300	3	3	4	4	5	4	4	5	3	4
301	5	4	4	3	5	4	3	4	4	4
302	5	2	4	2	5	5	4	4	4	4
303	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
304	5	5	5	3	5	5	1	3	3	5
305	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5
306	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5
307	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
308	5	2	3	4	5	4	4	4	4	4
309	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1
310	4	2	5	4	5	3	3	3	3	3
311	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
312	3	2	3	1	4	4	4	3	3	3
313	4	2	3	2	5	4	4	3	4	4
314	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
315	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
316	3	4	4	2	4	4	3	4	4	3
317	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5
318	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3
319	4	4	3	3	3	4	4	4	3	5
320	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
321	3	4	5	4	5	5	3	3	4	5
322	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5

b. Variabel faktor rasional

No	X3p1	X3p2	X3p3	X3p4	X3p5	X3p6	X3p7	X3p8	X3p9	X3p10	X3p11
1	4	4	4	4	3	5	4	3	4	2	3
2	5	5	5	5	1	2	5	5	5	1	1
3	4	4	2	2	3	4	4	3	3	2	2
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5
8	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3
9	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	5
10	5	5	5	4	2	5	5	4	4	5	5
11	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
16	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
19	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
20	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5
21	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	3	3	3	1	3	4	3	3	1	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
26	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
28	4	5	5	5	2	5	5	5	5	3	5
29	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	5	4	5	1	5	5	4	5	5	5
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
32	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
33	4	4	4	4	2	4	4	3	3	2	3
34	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4
35	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2
36	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4
37	4	4	4	4	2	5	5	4	4	5	5
38	4	4	5	4	4	3	4	5	3	4	4

39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
41	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4
42	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
43	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	3	3	4	3	4	4	4	3	5	5
46	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
49	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
50	3	3	5	3	5	3	3	5	3	3	3
51	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
52	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5
53	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5
54	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
55	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
56	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
57	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	3	4	4	3	4	4	3	3	5	3	5
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
68	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
69	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
72	3	4	2	2	5	1	4	2	2	1	5
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
75	4	4	3	3	2	3	3	4	4	5	3
76	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
77	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4
78	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4
79	4	4	2	4	4	4	5	4	4	3	4

80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	2	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4
87	4	3	3	3	2	4	4	3	2	3	4
88	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5
89	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4
90	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	2
93	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
94	3	4	3	3	3	5	3	3	2	3	4
95	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	2
96	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
101	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
102	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
105	5	4	3	4	2	4	5	4	4	3	4
106	4	4	3	3	2	4	5	4	4	3	4
107	5	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4
108	5	4	3	4	3	4	5	4	3	3	4
109	4	4	3	3	3	4	5	4	4	3	4
110	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4
111	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3
112	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4
113	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3
114	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	3
115	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
116	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
117	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4
118	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
120	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4

121	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
122	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4
123	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
124	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3
125	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
126	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
127	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
128	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
129	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4
130	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
131	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
132	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
133	5	4	3	3	4	2	3	3	3	2	3
134	5	2	2	2	4	2	4	2	3	1	3
135	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4
136	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4
137	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
139	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
140	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
141	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
142	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
143	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
144	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
145	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
146	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4
147	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
148	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
149	5	4	3	4	2	4	5	4	4	4	4
150	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
151	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
152	5	4	4	4	2	4	5	4	5	4	4
153	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
154	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3
155	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4
156	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
157	2	2	2	2	2	4	3	4	4	4	3
158	4	3	4	4	2	4	4	4	3	4	3
159	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4
160	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3
161	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

162	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
163	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
164	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4
165	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4
166	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4
167	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
168	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4
169	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
170	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4
171	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
172	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4
173	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4
174	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3
175	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4
176	5	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4
177	4	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4
178	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
179	4	4	3	3	2	3	4	4	3	3	3
180	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4
181	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4
182	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
183	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
184	4	4	4	4	1	3	4	3	3	3	3
185	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
186	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
187	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
188	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4
189	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
190	4	4	3	3	3	4	5	4	3	3	3
191	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
192	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3
193	4	4	4	4	3	4	3	1	4	4	4
194	4	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4
195	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4
196	4	4	4	4	2	4	5	4	4	3	4
197	4	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3
198	4	4	3	3	2	4	5	4	3	3	3
199	4	4	4	4	2	5	5	4	4	4	5
200	4	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4
201	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
202	4	4	3	4	2	4	4	4	3	3	3

203	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4
204	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
205	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
206	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
207	5	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4
208	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
209	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
210	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
211	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4
212	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
213	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
214	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
215	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
216	5	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4
217	5	4	4	4	3	3	4	4	5	3	4
218	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5
219	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
220	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
221	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
222	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4
223	3	3	3	4	3	5	3	3	3	4	4
224	4	4	4	4	3	5	4	3	4	2	3
225	5	5	5	5	1	2	5	5	5	1	1
226	4	4	2	2	3	4	4	3	3	2	2
227	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5
228	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
229	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
230	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5
231	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3
232	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	5
233	5	5	5	4	2	5	5	4	4	5	5
234	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
235	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
236	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4
237	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
238	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
239	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
240	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
241	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
242	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
243	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5

244	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
245	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
246	4	3	3	3	1	3	4	3	3	1	4
247	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
248	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
249	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
250	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
251	4	5	5	5	2	5	5	5	5	3	5
252	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
253	4	5	4	5	1	5	5	4	5	5	5
254	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
255	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
256	4	4	4	4	2	4	4	3	3	2	3
257	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4
258	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2
259	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4
260	4	4	4	4	2	5	5	4	4	5	5
261	4	4	5	4	4	3	4	5	3	4	4
262	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
263	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
264	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4
265	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
266	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
267	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
268	4	3	3	4	3	4	4	4	3	5	5
269	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3
270	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
271	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
272	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
273	3	3	5	3	5	3	3	5	3	3	3
274	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
275	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5
276	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5
277	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
278	3	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
279	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
280	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3
281	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
282	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
283	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
284	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

285	3	4	4	3	4	4	3	3	5	3	5
286	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
287	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
288	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
289	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
290	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
291	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
292	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5
293	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
294	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
295	3	4	2	2	5	1	4	2	2	1	5
296	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
297	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
298	4	4	3	3	2	3	3	4	4	5	3
299	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
300	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4
301	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4
302	4	4	2	4	4	4	5	4	4	3	4
303	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
304	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	5
305	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
306	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4
307	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
308	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
309	2	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4
310	4	3	3	3	2	4	4	3	2	3	4
311	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5
312	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4
313	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4
314	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
315	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	2
316	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
317	3	4	3	3	3	5	3	3	2	3	4
318	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	2
319	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
320	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
321	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
322	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

c. Variabel pengambilan keputusan

No	Yp1	Yp2	Yp3	Yp4	Yp5
1	3	3	4	4	2
2	2	5	5	5	5
3	3	4	4	2	2
4	5	5	3	4	4
5	4	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5
7	5	5	4	4	5
8	4	4	3	3	4
9	5	2	2	5	5
10	5	5	5	5	5
11	4	4	5	5	4
12	5	5	5	5	5
13	3	3	4	4	4
14	3	3	4	5	4
15	5	4	4	4	3
16	4	4	4	4	5
17	4	4	4	4	4
18	3	2	3	4	3
19	5	5	5	5	5
20	5	3	4	5	5
21	4	5	4	4	4
22	4	4	4	4	4
23	4	3	3	3	3
24	5	5	5	5	5
25	4	4	4	4	4
26	3	3	3	4	3
27	5	5	5	5	5
28	4	2	2	4	4
29	4	4	4	4	4
30	5	5	5	5	4
31	3	3	3	3	3
32	4	4	4	4	4
33	3	4	4	4	3
34	4	4	5	5	4
35	1	2	2	1	1
36	4	4	4	5	4
37	5	5	5	5	5
38	4	4	4	3	3
39	5	5	5	5	5
40	4	3	2	3	4

41	4	4	4	4	5
42	5	5	5	5	5
43	4	3	3	3	3
44	4	4	4	4	4
45	5	3	4	3	3
46	4	4	4	4	3
47	4	3	3	4	4
48	4	3	3	4	4
49	4	4	4	4	4
50	3	5	5	5	3
51	5	5	5	5	5
52	5	5	5	5	4
53	4	4	4	5	4
54	2	3	5	4	4
55	4	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5
57	4	4	3	4	4
58	5	5	5	5	5
59	5	5	5	5	5
60	4	4	5	5	5
61	5	5	5	5	5
62	4	3	3	3	2
63	5	5	5	5	5
64	4	4	4	4	4
65	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5
67	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	3
69	4	5	5	5	4
70	5	5	5	5	5
71	5	5	4	4	5
72	2	2	2	3	2
73	5	5	5	5	5
74	3	3	4	4	3
75	3	4	3	3	3
76	5	5	5	5	5
77	4	2	2	2	3
78	4	1	2	3	4
79	3	4	4	5	5
80	5	5	5	5	5
81	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5

83	4	4	4	4	4
84	4	4	4	4	4
85	3	2	3	5	4
86	3	4	4	4	4
87	3	2	3	3	3
88	5	4	5	4	4
89	5	4	5	4	3
90	5	4	4	4	3
91	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4
93	5	4	4	4	4
94	3	3	4	3	3
95	4	5	4	4	5
96	5	3	4	4	4
97	5	5	5	5	5
98	4	3	4	4	3
99	5	5	5	5	5
100	3	3	3	3	3
101	4	4	4	5	4
102	4	4	4	4	4
103	5	5	5	5	5
104	4	4	4	4	3
105	4	4	4	4	4
106	4	4	5	4	3
107	4	4	5	4	3
108	4	4	4	4	3
109	4	4	4	4	4
110	5	4	5	4	4
111	5	4	5	4	4
112	5	3	4	4	4
113	4	3	4	4	4
114	4	4	4	4	4
115	4	4	4	4	4
116	4	4	4	4	4
117	5	4	4	4	4
118	5	4	4	4	4
119	4	4	4	4	4
120	4	5	4	4	4
121	4	4	4	4	4
122	4	3	4	4	4
123	4	3	4	4	4
124	4	3	4	4	4

125	4	3	4	4	4
126	4	5	5	4	4
127	4	4	5	4	4
128	5	3	4	4	4
129	4	3	5	4	4
130	4	4	4	4	4
131	4	4	5	4	4
132	4	4	5	4	4
133	3	2	2	2	2
134	2	2	4	4	3
135	4	4	4	4	4
136	4	4	5	4	4
137	5	4	5	4	4
138	4	4	5	4	4
139	4	4	4	4	4
140	4	4	4	4	4
141	4	4	4	4	4
142	4	4	5	4	4
143	5	3	5	4	4
144	4	4	4	4	4
145	4	4	4	4	4
146	4	4	4	4	4
147	4	3	5	4	4
148	4	4	4	4	4
149	4	3	5	4	4
150	4	4	5	4	4
151	5	3	5	4	4
152	4	4	4	4	4
153	3	4	4	4	4
154	3	3	3	3	3
155	4	4	3	4	3
156	5	5	5	5	5
157	4	4	4	4	4
158	4	4	4	4	4
159	4	3	3	2	3
160	4	3	4	4	4
161	4	4	4	4	4
162	4	4	4	4	4
163	4	4	4	4	4
164	4	3	4	4	3
165	4	3	4	4	3
166	4	4	4	4	4

167	4	3	4	4	3
168	4	4	3	4	4
169	4	4	4	4	3
170	4	4	4	4	3
171	4	3	4	4	3
172	4	3	4	4	4
173	4	3	4	4	4
174	4	3	4	4	4
175	4	4	4	4	4
176	4	3	4	4	3
177	3	3	4	4	3
178	4	3	4	4	3
179	4	3	4	3	3
180	4	3	4	4	4
181	4	3	4	4	4
182	4	3	4	3	3
183	4	4	4	4	5
184	4	2	3	3	2
185	5	5	5	5	5
186	2	2	2	2	2
187	5	5	5	5	5
188	4	4	4	4	3
189	3	4	4	3	3
190	3	4	4	4	3
191	3	4	4	3	3
192	3	4	4	3	3
193	2	2	4	4	5
194	4	3	4	4	3
195	4	3	4	3	3
196	4	3	4	4	3
197	4	3	4	3	3
198	4	3	4	3	3
199	4	4	4	4	4
200	4	4	4	4	4
201	4	3	4	4	4
202	4	3	4	4	4
203	4	4	4	4	4
204	4	4	4	4	4
205	4	3	4	4	4
206	4	3	4	4	4
207	4	4	4	4	4
208	4	3	4	4	4

209	4	4	4	4	4
210	4	4	4	4	4
211	4	4	4	4	4
212	4	4	4	4	4
213	4	3	4	4	4
214	4	4	4	4	4
215	4	3	4	4	4
216	4	4	4	4	5
217	4	4	4	4	4
218	4	4	4	4	4
219	4	4	4	4	4
220	4	3	5	4	4
221	4	4	4	4	4
222	4	4	4	4	4
223	5	4	4	4	4
224	3	3	4	4	2
225	2	5	5	5	5
226	3	4	4	2	2
227	5	5	3	4	4
228	4	4	4	4	4
229	5	5	5	5	5
230	5	5	4	4	5
231	4	4	3	3	4
232	5	2	2	5	5
233	5	5	5	5	5
234	4	4	5	5	4
235	5	5	5	5	5
236	3	3	4	4	4
237	3	3	4	5	4
238	5	4	4	4	3
239	4	4	4	4	5
240	4	4	4	4	4
241	3	2	3	4	3
242	5	5	5	5	5
243	5	3	4	5	5
244	4	5	4	4	4
245	4	4	4	4	4
246	4	3	3	3	3
247	5	5	5	5	5
248	4	4	4	4	4
249	3	3	3	4	3
250	5	5	5	5	5

251	4	2	2	4	4
252	4	4	4	4	4
253	5	5	5	5	4
254	3	3	3	3	3
255	4	4	4	4	4
256	3	4	4	4	3
257	4	4	5	5	4
258	1	2	2	1	1
259	4	4	4	5	4
260	5	5	5	5	5
261	4	4	4	3	3
262	5	5	5	5	5
263	4	3	2	3	4
264	4	4	4	4	5
265	5	5	5	5	5
266	4	3	3	3	3
267	4	4	4	4	4
268	5	3	4	3	3
269	4	4	4	4	3
270	4	3	3	4	4
271	4	3	3	4	4
272	4	4	4	4	4
273	3	5	5	5	3
274	5	5	5	5	5
275	5	5	5	5	4
276	4	4	4	5	4
277	2	3	5	4	4
278	4	5	5	5	5
279	5	5	5	5	5
280	4	4	3	4	4
281	5	5	5	5	5
282	5	5	5	5	5
283	4	4	5	5	5
284	5	5	5	5	5
285	4	3	3	3	2
286	5	5	5	5	5
287	4	4	4	4	4
288	5	5	5	5	5
289	5	5	5	5	5
290	4	4	4	4	4
291	4	4	4	4	3
292	4	5	5	5	4

293	5	5	5	5	5
294	5	5	4	4	5
295	2	2	2	3	2
296	5	5	5	5	5
297	3	3	4	4	3
298	3	4	3	3	3
299	5	5	5	5	5
300	4	2	2	2	3
301	4	1	2	3	4
302	3	4	4	5	5
303	5	5	5	5	5
304	4	4	4	4	4
305	5	5	5	5	5
306	4	4	4	4	4
307	4	4	4	4	4
308	3	2	3	5	4
309	3	4	4	4	4
310	3	2	3	3	3
311	5	4	5	4	4
312	5	4	5	4	3
313	5	4	4	4	3
314	4	4	4	4	4
315	4	4	4	4	4
316	5	4	4	4	4
317	3	3	4	3	3
318	4	5	4	4	5
319	5	3	4	4	4
320	5	5	5	5	5
321	4	3	4	4	3
322	5	5	5	5	5

## Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

#### a. Faktor Budaya ( $X_1$ )

**Correlations**

		x1p1	x1p2	x1p3	x1p4	totalx1
x1p1	Pearson Correlation	1	.102	.233**	.353**	.562**
	Sig. (2-tailed)		.068	.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322
x1p2	Pearson Correlation	.102	1	.295**	.319**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.068		.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322
x1p3	Pearson Correlation	.233**	.295**	1	.389**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	322	322	322	322	322
x1p4	Pearson Correlation	.353**	.319**	.389**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	322	322	322	322	322
totalx1	Pearson Correlation	.562**	.689**	.684**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	322	322	322	322	322

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

## b. Faktor Emosional (X<sub>2</sub>)

		Correlations						
		X2p1	X2p2	X2p3	X2p4	X2p5	X2p6	totalX2
X2p1	Pearson Correlation	1	.606**	.223**	.438**	.400**	.462**	.665**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322	322
X2p2	Pearson Correlation	.606**	1	.423**	.698**	.487**	.603**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322	322
X2p3	Pearson Correlation	.223**	.423**	1	.515**	.689**	.603**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322	322
X2p4	Pearson Correlation	.438**	.698**	.515**	1	.512**	.574**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322	322
X2p5	Pearson Correlation	.400**	.487**	.689**	.512**	1	.746**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322	322
X2p6	Pearson Correlation	.462**	.603**	.603**	.574**	.746**	1	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	322	322	322	322	322	322	322
totalX2	Pearson Correlation	.665**	.817**	.737**	.806**	.812**	.848**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	322	322	322	322	322	322	322

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

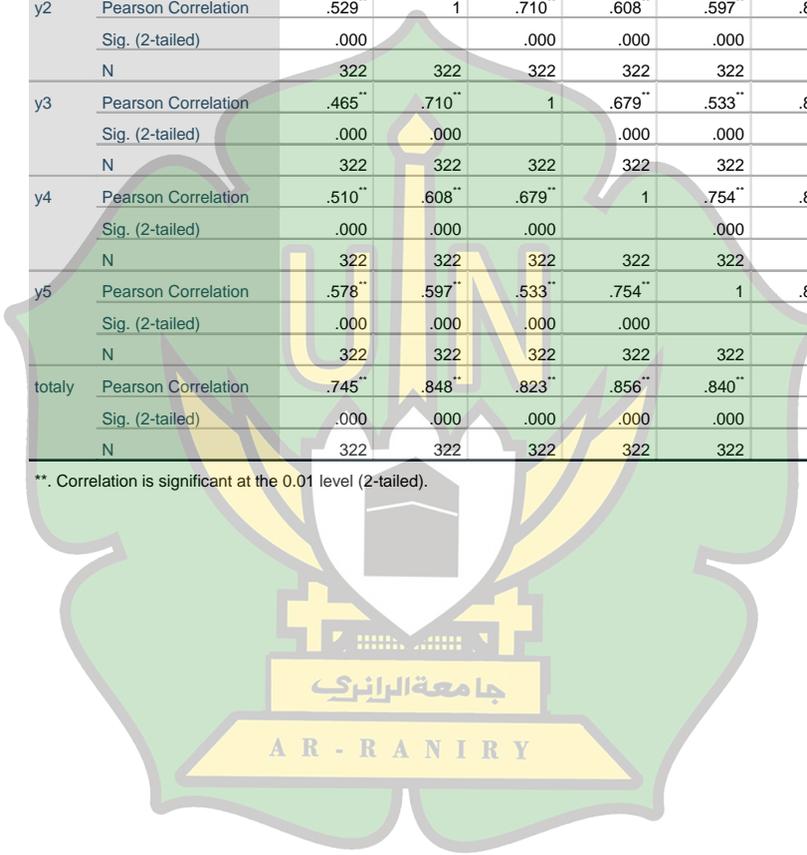
### c. Faktor Rasional (X<sub>3</sub>)

		Correlations											
		x3p1	x3p2	x3p3	x3p4	x3p5	x3p6	x3p7	x3p8	x3p9	x3p10	x3p11	totalx3
x3p1	Pearson Correlation	1	.647 <sup>**</sup>	.559 <sup>**</sup>	.581 <sup>**</sup>	.258 <sup>**</sup>	.498 <sup>**</sup>	.644 <sup>**</sup>	.528 <sup>**</sup>	.528 <sup>**</sup>	.444 <sup>**</sup>	.387 <sup>**</sup>	.710 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322
x3p2	Pearson Correlation	.647 <sup>**</sup>	1	.697 <sup>**</sup>	.729 <sup>**</sup>	.404 <sup>**</sup>	.596 <sup>**</sup>	.665 <sup>**</sup>	.663 <sup>**</sup>	.662 <sup>**</sup>	.487 <sup>**</sup>	.494 <sup>**</sup>	.826 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322
x3p3	Pearson Correlation	.559 <sup>**</sup>	.697 <sup>**</sup>	1	.709 <sup>**</sup>	.483 <sup>**</sup>	.545 <sup>**</sup>	.504 <sup>**</sup>	.644 <sup>**</sup>	.626 <sup>**</sup>	.559 <sup>**</sup>	.467 <sup>**</sup>	.810 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322
x3p4	Pearson Correlation	.591 <sup>**</sup>	.729 <sup>**</sup>	.709 <sup>**</sup>	1	.383 <sup>**</sup>	.614 <sup>**</sup>	.658 <sup>**</sup>	.694 <sup>**</sup>	.735 <sup>**</sup>	.566 <sup>**</sup>	.555 <sup>**</sup>	.851 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322
x3p5	Pearson Correlation	.258 <sup>**</sup>	.404 <sup>**</sup>	.483 <sup>**</sup>	.383 <sup>**</sup>	1	.334 <sup>**</sup>	.285 <sup>**</sup>	.402 <sup>**</sup>	.379 <sup>**</sup>	.417 <sup>**</sup>	.417 <sup>**</sup>	.600 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322
x3p6	Pearson Correlation	.498 <sup>**</sup>	.596 <sup>**</sup>	.545 <sup>**</sup>	.614 <sup>**</sup>	.334 <sup>**</sup>	1	.605 <sup>**</sup>	.592 <sup>**</sup>	.585 <sup>**</sup>	.623 <sup>**</sup>	.563 <sup>**</sup>	.774 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322
x3p7	Pearson Correlation	.644 <sup>**</sup>	.665 <sup>**</sup>	.504 <sup>**</sup>	.658 <sup>**</sup>	.285 <sup>**</sup>	.605 <sup>**</sup>	1	.630 <sup>**</sup>	.627 <sup>**</sup>	.402 <sup>**</sup>	.531 <sup>**</sup>	.763 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322
x3p8	Pearson Correlation	.528 <sup>**</sup>	.663 <sup>**</sup>	.644 <sup>**</sup>	.694 <sup>**</sup>	.402 <sup>**</sup>	.592 <sup>**</sup>	.630 <sup>**</sup>	1	.616 <sup>**</sup>	.536 <sup>**</sup>	.416 <sup>**</sup>	.794 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322
x3p9	Pearson Correlation	.528 <sup>**</sup>	.662 <sup>**</sup>	.626 <sup>**</sup>	.735 <sup>**</sup>	.379 <sup>**</sup>	.585 <sup>**</sup>	.627 <sup>**</sup>	.616 <sup>**</sup>	1	.564 <sup>**</sup>	.581 <sup>**</sup>	.815 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322
x3p10	Pearson Correlation	.444 <sup>**</sup>	.487 <sup>**</sup>	.559 <sup>**</sup>	.566 <sup>**</sup>	.417 <sup>**</sup>	.623 <sup>**</sup>	.402 <sup>**</sup>	.536 <sup>**</sup>	.564 <sup>**</sup>	1	.589 <sup>**</sup>	.748 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322
x3p11	Pearson Correlation	.387 <sup>**</sup>	.494 <sup>**</sup>	.467 <sup>**</sup>	.555 <sup>**</sup>	.417 <sup>**</sup>	.563 <sup>**</sup>	.531 <sup>**</sup>	.416 <sup>**</sup>	.581 <sup>**</sup>	.589 <sup>**</sup>	1	.717 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322
totalx3	Pearson Correlation	.710 <sup>**</sup>	.826 <sup>**</sup>	.810 <sup>**</sup>	.851 <sup>**</sup>	.600 <sup>**</sup>	.774 <sup>**</sup>	.763 <sup>**</sup>	.794 <sup>**</sup>	.815 <sup>**</sup>	.748 <sup>**</sup>	.717 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322

#### d. Pengambilan Keputusan (Y)

		Correlations					
		y1	y2	y3	y4	y5	totaly
y1	Pearson Correlation	1	.529**	.465**	.510**	.578**	.745**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322
y2	Pearson Correlation	.529**	1	.710**	.608**	.597**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322
y3	Pearson Correlation	.465**	.710**	1	.679**	.533**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322
y4	Pearson Correlation	.510**	.608**	.679**	1	.754**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	322	322	322	322	322	322
y5	Pearson Correlation	.578**	.597**	.533**	.754**	1	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	322	322	322	322	322	322
totaly	Pearson Correlation	.745**	.848**	.823**	.856**	.840**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	322	322	322	322	322	322

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



**1. Uji Reliabilitas**  
**a. Faktor Budaya**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.767	5

**b. Faktor Emosional**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.795	7

**c. Faktor Rasional**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.774	12

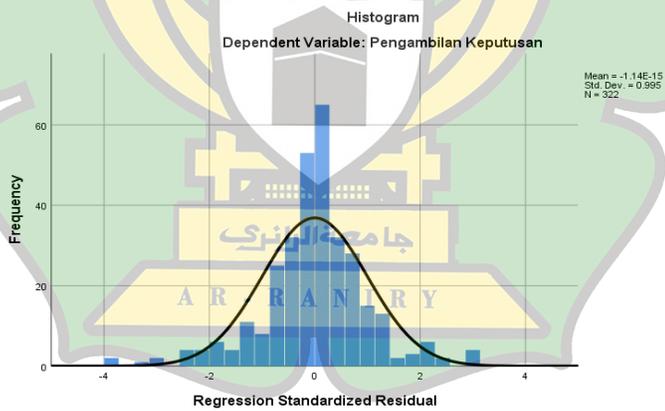
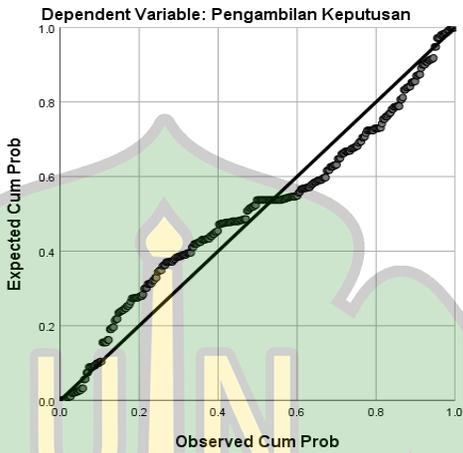
**d. Penganbilan Keputusan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.811	6

## Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

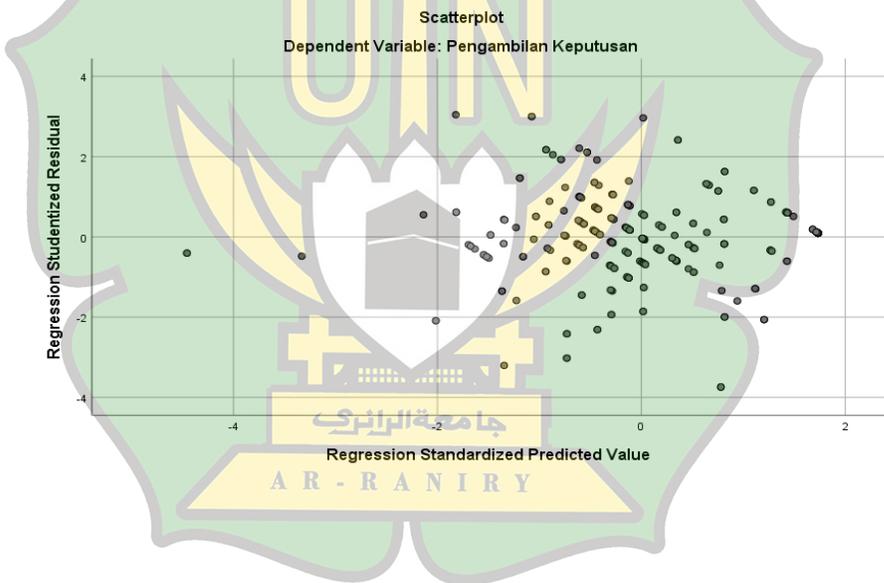


## 2. Uji Multikolonieritas

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.034	.694		1.490	.137		
	Faktor Budaya	.012	.046	.009	.259	.796	.614	1.629
	Faktor Emosional	.023	.043	.026	.529	.597	.338	2.958
	Faktor Rasional	.416	.025	.832	16.548	.000	.326	3.071

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

## 3. Uji Heteroskedastisitas



## Lampiran 5 Analisis Regresi Berganda

### 1. Uji T

Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.034	.694		1.490	.137
	Faktor Budaya	.012	.046	.009	.259	.796
	Faktor Emosional	.023	.043	.026	.529	.597
	Faktor Rasional	.416	.025	.832	16.548	.000

### 2. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2478.278	3	826.093	298.720	.000 <sup>b</sup>
	Residual	879.411	318	2.765		
	Total	3357.689	321			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

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

### 3. R<sup>2</sup>

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.859 <sup>a</sup>	.738	.736	1.663	

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

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

## Lampiran 6 R Tabel

df = (N-2)	0,05
301	0,1127
302	0,1125
303	0,1123
304	0,1121
305	0,1119
306	0,1117
307	0,1116
308	0,1114
309	0,1112
310	0,1110
311	0,1108
312	0,1107
313	0,1105
314	0,1103
315	0,1101
316	0,1100
317	0,1098
318	0,1096
319	0,1094
320	0,1093
321	0,1091
322	0,1089

### Lampiran 7 T Tabel

df	0,05
301	1,96788
302	1,96785
303	1,96782
304	1,9678
305	1,96777
306	1,96775
307	1,96772
308	1,9677
309	1,96767
310	1,96765
311	1,96762
312	1,9676
313	1,96757
314	1,96755
315	1,96752
316	1,9675
317	1,96748
318	1,96745
319	1,96743
320	1,9674
321	1,96738
322	1,96736

## Lampiran 8 F Tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05										
dk2 = dk penyebut	dk=1									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	161,45	199,50	215,71	224,58	230,16	233,99	236,77	238,88	240,54	241,88
2	18,51	19,00	19,16	19,25	19,30	19,33	19,35	19,37	19,38	19,40
3	10,13	9,55	9,28	9,12	9,01	8,94	8,89	8,85	8,81	8,79
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96
5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,77	4,74
6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06
7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,64
8	5,32	4,46	4,07	3,84	3,69	3,58	3,50	3,44	3,39	3,35
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,14
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07	3,02	2,98
11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,90	2,85
12	4,75	3,89	3,49	3,26	3,11	3,00	2,91	2,85	2,80	2,75
13	4,67	3,81	3,41	3,18	3,03	2,92	2,83	2,77	2,71	2,67
307	3,87	3,03	2,63	2,40	2,24	2,13	2,04	1,97	1,91	1,86
308	3,87	3,03	2,63	2,40	2,24	2,13	2,04	1,97	1,91	1,86
309	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,13	2,04	1,97	1,91	1,86
310	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,13	2,04	1,97	1,91	1,86
311	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,13	2,04	1,97	1,91	1,86
312	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,13	2,04	1,97	1,91	1,86
313	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,13	2,04	1,97	1,91	1,86
314	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,13	2,04	1,97	1,91	1,86
315	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,13	2,04	1,97	1,91	1,86
316	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,13	2,04	1,97	1,91	1,86
317	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,13	2,04	1,97	1,91	1,86
318	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,13	2,04	1,97	1,91	1,86
319	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,13	2,04	1,97	1,91	1,86
320	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,13	2,04	1,97	1,91	1,86
321	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,13	2,04	1,97	1,91	1,86
322	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,13	2,04	1,97	1,91	1,86