Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Pasar Pakandangan Parimalintang).

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada program Studi S1 Perbankan Syariah

Disusun Oleh:

Annisa Maulida Yasni

3319266

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

Edit dengan WPS Office

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

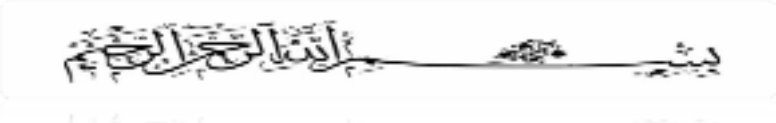
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SJECH M. DJAMIL DJAMBEK

BUKITTINGGI

TA.2023

Edit dengan WPS Office

KATA PENGANTAR



Assalamuallaikum Waramatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan atas Kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dalam bentuk skripsi dengan judul **Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Pasar Pakandangan Parimalintang).** Selanjutnya Shalawat beserta salam teruntuk Nabi besar Muhammad SAW dengan ucapan *Allahumma solli 'alaa muhammad, wa 'alaa aali muhammad* yang telah menjadi suri teladan bagi umat manusia.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan program studi Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak

Edit dengan WPS Office

mengalami kendala dan tantangan. Namun berkat doa, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak serta karena keridhoan Allah SWT peneliti bisa menyelesaikannya. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta yaitu Ayahanda Muslim dan Ibunda Halimah, selanjutnya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ridha Ahida, M.Hum selaku Rektor di Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Ibu Dr. Hesi Eka Puteri, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
3. Bapak Baginda Parsaulian, ME selaku ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah yang telah memberikan arahan dan motifasi kepada peneliti sehingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Cahya Agung Mulyana, ST, M.P.Par. selaku pembimbing yang telah memberikan nasihat, bimbingan, motifasi, waktu dan kesabarannya selama penulisan skripsi ini.
5. Ibu Ariyun Anisah, SE. ME selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan demi kelancaran proses belajar peneliti selama di bangku perkuliahan.

Edit dengan WPS Office

6. Bapak/Ibu Dosen serta Karyawan/I UIN Bukittinggi yang telah membantu dan membekali penulis dengan ilmu pengetahuan.
7. Terima kasih kepada pihak Koperasi Syariah Pegawai Negeri Agam Madani atas bantuan dan bimbingannya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Saudara yang selalu ada saat suka dan duka, Sepriani (kakak) yang selalu memberikan nasehat dan bersedia mendengarkan kebahagiaan, keluhan penulis serta selalu menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan yang selalu ceria dan semangat dalam mencapai cita-cita, yaitu seluruh mahasiswa/i S1 Perbankan Syariah angkatan 2019 terkhusunya keluarga besar PS. K. Terkhususnya Wanda Afrilia Ismail, Arlis Ratna Sari, Vira Putri, Ervina Azizah, Puji Yulia, Linawati Yurnalisa dan Meri Susanti.

Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang terbaik dari Allah SWT, *Ammin Ya Rabbal „Alamiin*. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, peneliti sajikan karya ilmiah dalam bentuk skripsi ini dengan harapan bisa bermanfaat bagi semua khalayak umum.

Waalaikumsallam Waramatullahi Wabarakatuh….

Edit dengan WPS Office

Bukittinggi, 28 Juni

2023

Penulis

Annisa Maulida

Yasni

Nim. 3319266

Edit dengan WPS Office

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI

KATA PENGANTAR .....

ABSTRAK .....

DAFTAR ISI .....

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....
B. Identifikasi Masalah .....
C. Batasan Masalah .....
D. Rumusan Masalah .....
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....
F. Penjelasan Judul .....
G. Kajian Terdahulu .....
H. Sistematika Penelitian .....

BAB II LANDASAN TEORI

A. Faktor Emosional
    1. Pengertian Faktor .....
    2. Faktor Emosional .....
    3. Faktor Rasional .....

Edit dengan WPS Office

B. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah
2. Dasar Bank Syariah
3. Prinsip-prinsip Bank Syariah
4. Produk Jasa Perbankan Syariah
5. Jenis Kegiatan Bank Syariah

C. Kerangka Pemikiran
D. Hipotesis Penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian
B. Lokasi dan Waktu Penelitian
C. Jenis dan Sumber Data
D. Populasi dan Sampel
E. Defenisi Operasional Variabel
F. Instrument Penelitian
G. Instrument Pengumpulan Data
H. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Profil Nagari

1. Sejarah Nagari
2. Demografi Nagari
3. Keadaan sosial

Edit dengan WPS Office

4. agama

B. Deskripsi Demografi Responden

1. Deskripsi Umum Responden

C. Analisis dan Pembahasan

1. Uji instrumen
2. Uji asumsi klasik
3. Uji regresi linear berganda
4. Uji koefisien determinasi
5. Uji T
6. Uji F (simultan)

D. Pembahasan Hasil Penelitian

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Edit dengan WPS Office

ABSRAK

Skripsi ini berjudul **"pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah (studi kasus pada pedagang di pasar pakandangan paritmalintang)"** disusun ole Annisa Maulida Yasni dengan NIM 3319266. Program studi perbankan syariah falkutas ekonomi dan bisnis islam UIN Sjech M. Djamil Bukittinggi.

Yang melatarbelakangi penulis untuk membahas masalah ini adalah faktor emosional dan faktor rasional karena melihat dari cara berfikir pedagang yang dilandasi teori oleh pemasaran konvesional yang berpaham sekuler, sedangkan segala hal yang berlandasan cara berfikir keagamaan serta merta akan dianggap sebagai susuatu yang emosional. Oleh karna itu Pedagang Di Pasar Pakandanga Paritmalintang menganalisis pengambilan keputusan masyarakat atau pedagang sehingga dapat mempengaruhi mereka untuk memutuskan memilih produk dan jasa bank syariah dari pada bank konvesional.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *accidental sampling* dengan tujuan hipotesis yang telah diterapkan. Subyek penelitian adalah pedagang di pasar pakandangan paritmalintang yang berjumlah 98 responden yang diambil dengan rumus Slovir. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dengan teknik accidental sampling. Teknik analisa yang digunakan adalah uji validitas, reabilitas, asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolonearitas, uji heterokedastisitas), uji regresi linear berganda, uji koefisien determinan (R^2), uji hipotesis (uji T(persial), uji F(uji simultan) dan olah data dengan menggunakan SPPS versi 16.0.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa secara Silmutan Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah di pakandangan, penelitu menguji dengan uji F yaitu dilihat tabel ANOVA bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (195,902>3,09) dengan nilai sighifikan 0,000<0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabelfaktor emosional dan faktor rasional (X) berpengaruh sugnifikan terahadap variable keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah (Y).

Kata Kunci : Emosional, Rasional, Keputusan Memili

Edit dengan WPS Office

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan berkembangnya industri perbankan syariah berdampak pada makin banyaknya bank-bank konvensional untuk ikut meramaikan persaingan degan menambah unit bisnis syariah atau munculnya bank-bank syariah yang baru. Tingkat persaingan ini semakin besar oleh karena telah disahkannya UU No 10 tahun 1998 sebagai dasar hukum bagi beroperasinya lembaga perbankan syariah. Indonesia yang mayoritas nya penduduknya beragama Islam menjadi indikator yang paling cepat tumbuh dan berkembangnya bank syariah dari tahun ke tahun. Karena dasarnya dalam agama Islam sendiri telah dinyatakan bahwa bunga"Riba"yang ada pada sistem perbankan konvensional adalah haram hukumnya. [1]

Bank syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan / perbankan yang opersional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al- Qur‟an dan Sunnah. Menurut

[1]Harry suttanto,*Manajemen Pemasaran Bank Syariah* , (Bandung : Pustaka Setia, 2013) hal.131

Edit dengan WPS Office

Antonio dan Perwataatmadja bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam adalah bank yang beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariat Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat dalam Islam. Dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan dalam pasal 1 bahwa "Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya".[2]

Dinegara berkembang seperti Indonesia dan negara di Asia lainnya, pemahaman sebagian masyarakat tentang bank masih sedikit, masih pada masyarakat perkotaan masyarakat pedesaan masih menganggap keberadaan bank hanya untuk kalangan tertentu. Pada umumnya, masyarakat hanya menganggap bank sebagai tempat menyimpan dan meminjam uang. Bagi masyarakat di pedesaan, pemahaman tentang bank sangat minim bahkan ada yang tidak tahu sama sekali tentang bank. Masyarakat desa, bahkan merasa takut berhubungan dengan bank, sehingga tidak banyak yang melakukan transaksi keuangan di bank. keterbatasan akan pengetahuan masyarakat terhadap bank tersebut berdampak pada terhambatnya pertumbuhan bank di pedesaan sehingga menyebabkan lajunya

[2] Ascarya,*Akad dan Produk Bank Syariah,* (Jakarta : Rajawali, 2013) hal.28

Edit dengan WPS Office

pertumbuhan ekonomi di pedesaan.

Di Nagari Pakandangan mayoritas penduduknya adalah muslim. Pedagang disini mayoritas menyimpan uang di bank. Namun pemahaman mengenai perbankan syariah di nagari pakandangan ini masih minim. Terbukti dengan jumlah perbankan syariah di Kecamatan Enam Lingkung ini masih kalah dari perbankan konvesional. Menurut data dari Kantor Wali Nagari Pakandangan pemeluk agama islam maupun non islam dari tahun 2019 hingga sekarang tercatat sejumlah 4.718 jiwa, dari sejumlah penduduk nagari pakandangan hanya 1,6% sama dengan 80 orang yang berpropesi sebagai pedagang di pasar pakandangan.

Tabel 1.1

Jumlah Penduduk Tahun 2019-2023

No	Keterangan	Jumlah
1.	Laki-laki	2.550 Orang
2.	Perempuan	2.168 Orang
	Jumlah	4.718 orang

Edit dengan WPS Office

Sumber: Wali Nagari Pakandangan

Dari seluruh jumlah penduduk di nagari pakandangan hanya beberapa jiwa saja yang berpropesi sebagai pedagang di pasar pakandangan, karena sebagian besar berkerja sebagai petani. Jumlah pedagang di pasar pakandangan berjumlah sekitar 80 orang. Dari data yang diperoleh di Kantor Wali Nagari diketahui terdiri dari 60 laki-laki dan 20 perempuan.

Tabel 1.2

Jumlah Pedagang Pakandangan

No	Keterangan	Jumlah
1.	Laki-laki	60 Orang
2.	Perempuan	20 Orang
	Jumlah	80 orang

Sumber: Wali Nagari Pakandangan

Dari informasi yang saya temukan dan saya mewawancari beberapa pedagang di pasar pakandangan mengenai perbakan syariah, saya menemukan bahwa bank syariah belum terlalu diketahui dan dipahami oleh para pedagang dipasar pakandanagn. Karena selama ini

Edit dengan WPS Office

para pedagang di pasar pakandangan hanya mengenal bank konvesional yang ada di wilayah pakandangan, hal itu diketahui berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pedagang.

Dari hasil wawancara yang saya dapat dari salah satu pedagang yang berada di pasar pakandangan mengenai perbankan syariah, salah satunya dengan ibuk santi mengenai penggunaan jasa perbankan syariah dipasar pakandangan. Perkembangan perbankan syariah masih jauh berbeda dengan perbankan konvesional, karena di daerah tersebut perbankan syariah perkembangan bank tersebut lambat dan kurangnya pengetahuan para pedagang tentang bank syariah dikarenakan di daerah tersebut kurang tersosialisasi.

Dan kemunculan perbankan konvesional yang lebih dulu dari pada perbankan syariah menjadi faktor utama mengapa perbankan syriah masih jauh perkembangannya dari bank perbankan konvesional. Banyak masyarkat/pedagang terutama muslim yang masih menggunakan jasa perbankan konvesional. Karena pedagang beranggapan bahwa perbankan syariah dengan perbankan konvesional dan bunganya sama saja. Kurangnya pengeahuan pedagang dalam memilih jasa perbankan dan kuranya sosialisasi bank syariah di dalam lingkungan masyarakat/pedagang.

Edit dengan WPS Office

Di daerah tersebut pun hanya ada perbankan konvesional danada pun perbankan syariah belum tersosialisasikan di daerah tersebut. Mungkin apa bila jelas sistemnya serta akselibilitas jelas mungkin pedagang pasar pakandangan bisa mempertimbangkannya. Informasi mengenai karakteristik dan perilaku pedagang Kabupaten Padang Pariaman khususnya Pedagang Pasar Pakandangan tehadap perbankan syariahs menjadi alat yang efekif untuk meningkatkan sosialisasi dan penetapan strategi pemasaran bagi bank-bank syariah yang akan beroperasi di suatu wilayah tersebut. Perbedaan karakteristik manusia dalam berfikir, berkata, dan bertindak, seseorang akan dikatakan baik bila perilakunya sesuai dengan ajaran agama, dan sebaliknya akan buruk bila perilakunya tidak sesuai dengan ajaran agama. Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih suatu bank diantaranya adalah faktor emosional dan faktor rasional.

Faktor emosional dalam penelitian ini meliputi ketaatan beragama psikologis dan atribut produk yang Islami. Ketaatan beragama adalah memenuhi kewajiban agama, menginginkan untuk melaksanakan kewajiban yang belum tertunaikan melaksanakan berbagai anjuran agama sekalipun tidak wajib. Sebagaimana dalam surat al-Baqarah ayat 208 yang artinya “Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut

Edit dengan WPS Office

langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu."

Faktor rasional dalam penelitian ini meliputi pelayanan, kenyamanan dan kepuasan. Pelayanan adalah apa yang menghasilkan atau mencegah suatu penjualan. Pelayanan yang baik akan menumbuhkan minat pedagang untuk menabung di bank tersebut. Nilai nasabah dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada para pelanggannya. Semakin baik kualitas pelayanannya, akan semakin tinggi pula nilai pelanggan terhadap perusahaan tersebut.[3]Jadi, faktor emosional merupakan faktor yang menjadi pertimbagan pedagang ketika akan menggunakan jasa perbankan syariah dengan mempertimbangkan pada status sosial, kenyamanan, dan juga keamanan pedagang. Sedangkan pada faktor rasional, pedagang akan mempertimbangkan kenyamanan yang dapat diperoleh pedagang, kemudahan, dan juga keuntungan pedagang tersebut.

Penelitian ini menggunakan faktor emosional dan faktor rasional

karena melihat dari cara berpikir nasabah yang dilandasi oleh teori

[3]Serly Handayani, ''Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah'' (Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, vol. 1(2),2019 hal 45s

Edit dengan WPS Office

pemasaran
konvensional yang berpaham sekuler, sedangkan segala hal yang berlandaskan
cara berfikir keagamaan serta merta akan dianggap sebagai sesuatu yang
emosional.

Faktor emosional pada penelitian ini lebih cenderung kepada sikap pedagang ketika memutuskan untuk menyimpan uangnya pada suatu bank dengan dua perspektif. Pertama, perspektif waktu sekarang, yaitu ketika masih hidup di dunia. Kedua, perspektif waktu setelah mati, yaitu periode sejak pedagang meninggal atau kehidupan alam kubur sampai dengan waktu saat manusia akan dihitung amal baik dan buruknya selama hidup di dunia. Adanya perspektif waktu setelah mati pada pedagang muslim ini dapat menjelaskan mengapa seseorang pedagang yang menggunakan jasa perbankan syariah bahkan bisa menerima keuntungan yang nilainya lebih kecil sepanjang itu halal. Sedangkan pedagang yang rasional ketika mendapatkan informasi bahwa suku bunga perbankan (konvensional) sedang tinggi, pedagang akan menarik dananya di bank syariah dan memindahkannya ke bank konvensional.

Tingginya kualitas pelayanan juga tidak lepas dari dukungan

Edit dengan WPS Office

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

Penelitian ini menggunakan faktor emosional dan faktor rasional untuk menganalisis pengambilan keputusan masyarakat sehingga dapat mempengaruhi mereka untuk memutuskan memilih

Edit dengan WPS Office

produk dan jasa bank syariah dari pada bank konvesional. Sehingga dapat memberikan perkembangan yang positif untuk perbankan syariah. Oleh karna itu berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: ''**Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Pakandangan)''.**

B. Identifikasi Masalah

1. Pedagang Pakandangan belum sepenuhnya menggunakan produk atau jasa perbankan syariah
2. Faktor emosional pedagang pakandangan lebih dominan kepada sikap pedagang dalam memutuskan untuk menggunakan jasa perbankan syariah
3. Faktor rasional seperti kenyamanan, pelayanan, dan kepuasan masih kurang, sehingga pedagang masih kurang tertarik menggunakan jasa perbankan syariah.

C. Batasan Masalah

Edit dengan WPS Office

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, supaya pembahasan tidak melebar dan penulis dapat focus pada permasalahan yang dibahas dan mencapai hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan, maka penulis perlu membuat batasan. Untuk itu batasan masalah yang akan dibahas yaitu mengenai Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Pakandangan).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh faktor emosional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah?
2. Bagaimana pengaruh faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah?
3. Bagaimana pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah?

E. Tujuan Penelitian

Edit dengan WPS Office

Berdasarkan pemaparan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor emosional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah

F. Manfaat Penelitian

Adapun yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar sarjana (S1) di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Sebagai bahan acuan dan motivasi bagi peneliti-peneliti selanjutnya penelitian dalam mengamalkan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu-ilmu ekonomi.
3. Penelitian ini dapat dijadikan sumbangan pemikiran atau studi banding bagi mahasisiwa atau pihak yang melakukan penelitian yang sejenis. Di samping itu, guna meningkatkan keterampilan,

Edit dengan WPS Office

memperluas wawasan yang akan membentuk mental mahasiswa sebagai bekal memasuki lapangan kerja.

G. Penjelasan Judul

Pengaruh	:	Daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.[4]
Faktor Emosional	:	Suatu keadaan yang mampu mempengaruhi tindakan seseorang untuk melakukan suatu rencana yang dikehendakinya.
Faktor Rasional	:	Faktor-faktor yang didasarkan pada kenyataan-kenyataan seperti yang ditujukan oleh suatu produk kepada konsumen.
Kepetusan	:	Suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisa kemungkinan- kemungkinan dari alternatif tersebut bersama konsekuensinya.
Pedagang	:	Bagian dari bisnis yang berjalan sebagai penengah (distribusi) suatu barang yang

[4]Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online tentang pengaruh, 26 Maret 2023, 13.28

Edit dengan WPS Office

		dihasilkan dari sektor ekonomi, yaitu sektor pertanian, sektor industri, dan sektor jasa yang dibutuhkan dan diperlukan oleh manusia atau masyarakat untuk dapat dimanfaatkan oleh konsumen.
Perbankan Syariah	:	Bank yang beroperasi sesuai dengan Prinsip-Prinsip Syariah.

Jadi dapat disimpulkan penjelasan judul yang dimaksud penulis dengan penelitian ini adalah bagaimana Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Pakandangan).

H. Kajian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, maka peneliti terlebih dahulu mengamati dan mencermati penelitian terdahulu yang relevan. Dari penelusuran yang dilakukan, penulis menemukan pembahasan yang ada kaitannya dengan judul dan masalah yang akan diteliti, diantaranya:

No.	Nama Penulis, Tahun	Judul	Hasil

Edit dengan WPS Office

		Penelitian	Penelitian
1.	Ika Yaunita dan Nurhayati (2013).	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah di Kota Padang	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa preferensi konsumen dalam memilih jasa bank syariah lebih disebabkan karena alasan prinsip syariah, reputasi bank, bagi hasil yang tinggi, prosedur cepat dan mudah serta lokasi yang dekat. Faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis mempengaruhi konsumen dalam memilih jasa bank

Edit dengan WPS Office

			syariah dan faktor budaya masih menjadi faktor penentu utama bagi konsumen dalam memilih jasa bank syariah di Kota Padang.
2.	Sandi Amaldi Siregar (2019)	Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Minat Menabung di BNI Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Stambuk 2016).	Hasil uji t menunjukkan bahwa (1) variabel relijiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di BNI Syariah dengan thitung 2,871 > ttabel 1,993; (2) variabel atribut produk berpengaruh terhadap minat

Edit dengan WPS Office

menabung dengan thitung 2,167 > ttabel 1,993; (3) pelayanan berpengaruh minat menabung dengan thitung 2,259 > ttabel 1,993; (4) kepuasan berpengaruh terhadap minat menabung dengan thitung 2.056> ttabel 1,993 dan (5) sedangkan secara simultan variabel relijiusitas, atribut produk, pelayanan, dan kepuasan berpengaruh terhadap minat menabung dengan

Edit dengan WPS Office

Fhitung 5,04 > F table 2,87. Besaran koefisien determinasi (R2) sebesar 0.583 berarti minat menabung di BNI Syariah , sebesar 58,3% dipengaruhi oleh variabel relijiusitas, atribut produk, pelayanan dan kepuasan sedangkan sisanya (41%) dipengaruhi oleh variabel lain. Persamaan regresi linear berganda adalah Y = 47,783+b1 267 + b2 243+ b3 334 + b4 231+ e.

Edit dengan WPS Office

3	Niswah Muti'ah (2015)	Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Muamalat FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).	Hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan prosentase pengaruh variabel motif rasional dan motif emosional terhadap pengambilan keputusan mahasiswa sebesar 27,1%. Hasil dari uji F diperoleh bahwa nilai Fhitung > Ftabel yakni sebesar 24,189 > 3,07 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable motif rasional dan

Edit dengan WPS Office

motif emosional secara simultan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mahasiswa. Pada uji t, variabel yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mahasiswa adalah motif emosional terbukti dari nilai thitung > ttabel yakni sebesar 5,158 > 1,978 dan nilai signifikansinya 0,000 < 0,05, kemudian motif rasional terbukti

Edit dengan WPS Office

			pada nilai thitung > ttabel yakni sebesar 2,658 > 1,987 dan nilai signifikansinya 0,008 < 0,05.
4	Ery Wibowo dan Hardiwinoto (2015)	Pemahaman Rasional Pembiayaan Syariah, Relegiusitas, Primordialisme Pengusaha dan Pengaruhnya Terhadap Sikap Pengusaha dalam Memilih Pembiayaan di Bank Syariah.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa R Square sebesar 0,643. Dengan hasil penhujian hipotesis menunjukkan bahwa sikap pengusaha dalam memilih pembiayaan di bank syariah lebih dipengaruhi secara langsung oleh pemahaman rasional tentang

Edit dengan WPS Office

			pembiayaan syariah dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sikap pengusaha dalam memilih pembiayaan di bank syariah secara langsung dipengaruhi oleh motif rasional. [5]
5	Viola De Yusa (2015)	Pengaruh Motif Rasional Dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel	Hasil dari penelitian yaitu Secara teoritis bentuk model regresi logistic ini menunjukkan estimator B0 = -

[5] Ery Wibowo dan Hardiwinotom.2015. Pemahaman Rasional Pembiayaan Syariah, Religiusitas, Primordialisme Pengusaha dan Pengaruhnya terhadap Sikap Pengusaha dalam Memilih Pembiayaan di Bank Syariah. Jurnal, (Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang).

Edit dengan WPS Office

	Blackberry Di Bandar Lampung.	29,049, motif rasional (X1) = 0,948. Koefisien motif rasional sebesar 0,004 menyatakan bahwa setiap peningkatan per satuan motif rasional, akan menimbulkan kemungkinan terjadinya peningkatan keyakinan konsumen dalam melakukan pembelian ponsel Blackberry sebesar 0,04%. Agar motif rasional dapat meningkat maka perusahaan hrus

Edit dengan WPS Office

melakukan promosi yang gencar, publikasi produk, meningkatkan kualitas produk, menambah fitur-fitur di dalam ponsel Blackberry, dan lainnya. Besarnya pengaruh tersebut secara signifikan lebih didominasi oleh pengaruh motif emosional (X2) sebesar 1,361 dengan kriteria yang paling dominan adalah rasa senang karena konsumen merasakan kesenangan tersendiri dalam

Edit dengan WPS Office

menggunakan komunikasi dengan ponsel Blackberry. Koefisien motif emosional sebesar 0,001 menyatakan bahwa setiap perubahan peningkatan per satuan motif emosional, akan menimbulkan kemungkinan terjadinya peningkatan keyakinan konsumen dalam melakukan pembelian ponsel Blackberry sebesar 0,01%.[6]

Edit dengan WPS Office

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Faktor Emosional

[6] Viola De Yusa.2015. Pengaruh Motif Rasional Dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Blackberry Di Bandar Lampung. Jurnal (Lampung : Fakultas Ekonomi universitas Muhammadiyah Metro).

Edit dengan WPS Office

1. Pengertian Faktor

Faktor adalah hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu. Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, cukup banyak faktor-faktor dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan dan yan berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat.[7]

2. Faktor emosional

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. Sejumlah Teoretikus mengelompokkan emosi dalam golongan-golongan besar.[8]

Faktor emosional lebih cenderung kepada sikap nasabah ketika memutuskan untuk menyimpan uangnya pada suatu bank dengan dua

[7] Etta dan Sopiah, *Perilaku konsumen* , (Yogyakarta : Andi Offset 2013), hlm. 27
[8] Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, Perilaku Organisasi Edisi 16, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), hlm. 127-128

Edit dengan WPS Office

perspektif. Pertama, perspektif waktu sekarang, yaitu ketika masih hidup didunia. Kedua, perspektif waktu setelah mati, yaitu pada periode sejak nasabah meninggal atau kehidupan alam kubur sampai dengan waktu saat manusia akan dihitung amal baik dan buruknya selama hidup di dunia. Adanya perspektif waktu setelah mati pada nasabah muslim ini dapat menjelaskan mengapa seseorang nasabah baik syariah bahkan bisa menerima keuntungan yang nilainya lebih kecil sepanjang itu halal.

Motivasi yang berdasar pada emosional akan terkesan buru- buru, seakan konsumen dalam membeli produk tidak memperhitungkan kemungkinan yang akan terjadi pada jangka waktu yang panjang. Motivasi rasional mengandung arti bahwa konsumen memilih produk berdasar pada kriteria yang didasarkan pada subyektif seperti kebanggaan atau status. Emosi merupakan perasaan yang dapat melibatkan rangsangan fisiologis, pengalaman sadar seperti memikirkan keadaan jatuh cinta dan ekspresi perilaku. Emosional merupakan suatu perasaan dari dalam diri individu dan reaksi pada stimulus dari luar yang mendorong seseorang untuk bertindak. Faktor emosional dalam ekonomi adalah dorongan dari dalam diri seseorang untuk memutuskan sesuatu dalam hal ini melakukan pembelian terhadap suatu produk yang didasarkan pada pertimbangan-

Edit dengan WPS Office

pertimbangan yang subyektif, seperti kebanggaan, status, harga diri, dan lain sebagainya.

Faktor emosional meliputi tingkat ketaatan beragama nasabah, psikologis dan atribut produk yang berdasarkan prinsip syariah, berikut ini adalah penjelasanya:

1) Ketaatan Beragama

Ketaatan beragama adalah memenuhi kewajiban agama, menginginkan untuk melaksanakan kewajiban yang belum tertunaikan melaksanakan berbagai anjuran agama sekalipun tidak wajib.7 Dalam penelitian Rahman menyatakan bahwa komitmen agama merupakan bentuk ketaatan pada ajaran agama yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah.8 Kita dapat menilai seseorang taat atau tidaknya dalam beragama adalah dengan mengamati perilaku kesehariannya dalam keberagamaan. Perkembangan ketaatan seseorang di ukur berdasarkan tingkat kemampuan.Secara garis besar kematangan beragama seseorang adalah kemampuan seseorang untuk mengenali atau memahami nilai agama yang terletak pada nilai-nilai luhurnya.

2) Faktor Psikologis

Faktor psikologis merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi

Edit dengan WPS Office

pengambilan keputusan konsumen termasuk di dalamnya motivasi konsumen.Motivasi konsumen perlu dipelajari dan penting diteliti agar dapat diketahui alasan orang melakukan pembelian, sehingga dapat dilakukan kegiatan untuk menarik pembeli agar bersedia membeli produk yang ditawarkan.

3) Atribut Produk

Atribut produk adalah faktor yang melekat pada suatu produk. Oleh karena itu atribut produk menjadi titik tolak penilaian bagi konsumen/ nasabah tentang terpenuhinya atau tidaknya kebutuhan dan keinginan yang diharapkan dari suatu produk. Karena Bank Syariah merupakan lembaga berdasarkan prinsip syariah, maka atribut-atribut produk Bank Syariah harus berdasarkan syariah antara lain atribut produknya bercirikan menghindari unsur riba, menggunakan prinsip nisbah bagi hasil, menghindari unsur ketidakpastian dan menghindari unsur judi.[9]

Indikator Faktor Emosional :

a) Ketaatan beragama nasabah

Ketaatan beragama adalah faktor penting yang perlu dimiliki oleh seorang individu supaya dapat menghindarkan diri daripada melakukan perbuatan dosa.

b) Atribut produk Islami

[9] Kotler, Philip, Marketing Management Analysis Planning, Implementation & Control Prentice.

Edit dengan WPS Office

Atribut produk khas yang ada pada bank syariah, berupa fitur produk yang sesuai dengan sistem keuangan Syariah

c) Performance quality

Kualitas dari performance suatu produk dapat diartikan sebagai kemampuan dan produk untuk dapat berfungsi sesuai dengan kegunaannya ketika digunakan.

d) Reputation kepuasan

Kedudukan strategis orang, produk, merek, perusahaan atau organisasi di mata seseorang.

e) Loyalitas nasabah

f) nhksxhc

Loyalitas yaitu derajat sejauh mana seorang nasabah menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu desposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini.

a. Faktor Rasional

1. Faktor Rasional

Rasional didasarkan pada pengetahuan seseorang tentang informasi dan situasi. Faktor rasional dapat mempengaruhi pemikiran dan pengetahuan nasabah yang misalnya sangat mempertimbangkan

Edit dengan WPS Office

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. Hal ini berbanding terbalik dengan nasabah emosional yang tidak menghiraukan hal tersebut dimana nasabah rasional amat menekankan hal tersebut.[10]

Sebagai contoh ketika biaya layanan perbankan syariah lebih tinggi dari pada perbankan konvensional, maka nasabah rasional bertindak cepat dengan menarik seluruh simpanannya dan memindahkannya keperbankan konvensional yang dirasa lebih murah. Rasional yaitu menurut pikiran dan pertimbangan yang logis, menurut pikiran yang cocok dengan akal. Rasional merupakan berfikir yang didasarkan pada akal atas dasar kebenaran yang ada. Jadi dapat disimpulkan, bahwa rasional adalah cara berpikir seseorang dalam memutuskan suatu keputusan dengan mempertimbangkan dengan akal sehat.

2. Indikator Faktor Rasional Terdapat beberapa indikator rasional yaitu:

Dalam hal ini ada beberapa menurut (Muhammad Fauzi, 2010) indikator alas an nasabah memilih bank syariah. Dalam hal ini peneliti menggunakan faktor rasional meliputi: pelayanan, kenyamanan dan

[10] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, edisi 13 Alih Bahasa

Edit dengan WPS Office

kepuasan.

a) Pelayanan

Pelayanan adalah tentang apa yang baik dan apa yang buruk terkait kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (Bank) tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani (Nasabah), karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan mereka dalam memenuhi kepuasan (Barata, 2003).

b) Kenyamanan

Definisi nyaman dan aman akan berbeda untuk setiap organisasi, dan salah satu faktor kenyamanan dan keamanan ini bergantung pada pola kebutuhan yang sesuai dengan jenjang posisi karyawan.

c) Kepuasan

Kata kepuasan (satisfaction) berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu dan membuat sesuatu memadai.

b. BANK SYARIAH

Edit dengan WPS Office

1. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah terdiri atas dua kata, yaitu bank dan syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bankdan pihak yang lain untuk penyimpangan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.[11]

Bank umum syariah adalah bank syariah yang berdiri sendiri sesuai dengan akta pendiriannya, bukan merupakan bagian dari bank konvensional. Beberapa contoh bank umum syariah adalah: Bank Syariah Mandiri, Bank Muamlat Indonesia, Bank Syariah Mega, Bank Syariah Bukopin, Bank BCA Syariah, dan Bank BRI Syariah. Secara umum, pengertian Bank Syariah (Islamic Bank) adalah bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Saat ini banyak istilah yang diberikan untuk menyebut entitas bank Islam, selain istilah bank Islam itu sendiri, yaitu bank tanpa bunga (interest-freebank), bank tanpa riba (lariba bank), dan bank syariah (shari'a bank).

2. Dasar Bank Syariah

[11] Zainuddin. 2012.*Hukum Perbankan Syariah* , (Jakarta: Rineka Cipta), h. 1

Edit dengan WPS Office

Bank syariah secara yuridis normatif dan yuridis empiris diakui keberadaannya di negara Republik Indonesia. Pengakuan secara yuridis normatif tercatat dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, diantaranya, Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Undang-undang No. 10 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1998 tentang Perbankan, Undang-Undang No. 3 Tahun 2004 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, Undang-Undang No. 3 Tahun 2006 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1989 tentang Peradilan Agama. Selain itu, pengakuan secara yuridis empiris dapat dilihat perbankan syariah tumbuh dan berkembang pada umumnya di seluruh Ibukota Provinsi dan Kabupaten di Indonesia, bahkan beberapa bank konvensional dan lembaga keuangan lainnya membuka unit usaha syariah (bank syariah, asuransi syariah, pegadaian syariah, dan semacamnya). Pengakuan secara yuridis dimaksud, memberi peluang tumbuh dan berkembang secara luas kegiatan usaha perbakan syariah, termasuk memberi kesempatan kepada bank umum (konvensional) untuk membuka kantor cabang yang khusus melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

Al-Quran juga dinyatakan sebagai sumber dari segala sumber hukum. Artinya apapun sumber atau dalil hukum syarat yang lain tetap

Edit dengan WPS Office

menjadikan al Quransebagai rujukan utama dan tidak boleh bertentangan dengannya. Jika masalah bunga bank dijadikan sebagai perumpamaan, tenyata tidak dapat dijawab secara langsung oleh al-Qurandan tentang ketentuan hukumnya dapat diulas secara lebih jelas oleh Sunnah Rasulluah atau berdasarkan analisis dan kebenaran para mujtahid.Namun tidak boleh menyalahi dan harus mengikuti prinsip dasar ayat al- Qura‟an.[12]

Dasar-dasar syariah dalam menetapkan imbal jasa dengan mengacu kitab Al Quran pada Surat Al-Imran ayat 130 yang mempunyai

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوا الرِّبٰوٓا اَضْعَافًا مُّضٰعَفَةً ۖوَّاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ۚ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat gandadan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan".

Yang dimaksud Riba di sini ialah Riba nasi'ah.menurut sebagian besar ulama bahwa Riba nasi'ah itu selamanya haram, walaupun tidak berlipat ganda.Riba itu ada dua macam meliputi nasiah dan fadhl.Riba nasiah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan.Riba fadhl ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang

[12] Iska.*Sistem Perbankan Syariah di Indonesia Dalam Prespektif Fikih Ekonomi* . Yogyakarta: Fajar Media. 2012, h. 140.

Edit dengan WPS Office

menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya.Riba yang dimaksud dalam ayat ini riba nasiah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliyah.

3. Prinsip-prinsip Bank Syariah

Dalam menjalankan aktifitasnya, bank syariah tersebut menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:

a) Prinsip Keadilan

Prinsip ini tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilanmargin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah.

b) Prinsip Kesederajatan

Bank syariah menempatkan nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank.

c) Prinsip Ketentraman

Produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah

Edit dengan WPS Office

muamalah Islam, antara tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Artinya nasabah akan meraskan ketenteraman lahir maupun batin.

4. Produk Jasa Perbankan Syariah

Jasa bank adalah semua aktivitas bank, baik yang secara langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan tugas dan fungsi bank sebagai lembaga intermediasi, yaitu lembaga yang memperlancar terjadinya transaksi perdagangan, sebagai lembaga yang memperlancar peredaran uang serta sebagi lembaga yang memberikan jaminan kepada nasabahnya.

Semakin lengkap jasa-jasa bank yang dapat dilayani oleh suatu bank maka akan semakin baik. Kelengkapan ini ditentukan dari permodalan bank serta kesiapan banak dalam menyediakan SDM yang handal. Dalam praktiknya jasa-jasa bank yang ditawarkan meliputi:

a. Kiriman Uang (Transfer). Transfer adalah suatu kegiatan jasa bank untuk memindahkan sejumlah dana tertentu sesuai dengan perintah si pemberi amanat yang ditujukan untuk keuntungan seseorang yang ditunjuk sebagai penerima transfer. Dalam arti lain, transfer adalah kiriman uang yang diterima bank termasuk hasil inkaso yang ditagih melalui bank tersebut yang akan diteruskan kepada bank lain untuk dibayarkan kepada nasabah (transfer). Baik transfer uang keluar atau

Edit dengan WPS Office

masuk akan mengakibatkan adanya hubungan antar cabang yang bersifat timbal balik, artinya bila satu cabang mendebet cabang lain mengkredit. Khusus untuk pengiriman keluar Negeri harus melalui bank devisa.

b. Inkaso (Collection). Inkaso adalah pemberian kuasa pada bank oleh nasabah (baik perusahaan maupun perorangan) untuk melakukan penagihan terhadap surat-surat berharga (baik yang berdokumen maupun yang tidak berdokumen) yang harus dibayar setelah pihak yang bersangkutan (pembayar atau tertarik) berada ditempat lain (dalam atau luar negeri) menyetujui pembayarannya. Dalam arti lain, Inkaso merupakan kegiatan jasa Bank untuk melakukan amanat dari pihak ke tiga berupa penagihan sejumlah uang kepada seseorang atau badan tertentu di kota lain yang telah ditunjuk oleh si pemberi amanat.

c. Bank Card (Kartu kredit). Bank Card atau lebih dikenal dengan sebutan kartu kredit atau juga uang plastic. Kartu ini dapat dibelanjakan di berbagai tempat perbelanjaan atau tenpat-tempat hiburan.

d. Menerima setoran-setoran. Dalam hal ini bank membantu nasabah dalam rangka menampung setoran dari berbagai tempat antara lain: Pembayaran pajak. Pembayaran telepon. Pembayaran air. Pembayaran listrik. Pembayaran uang kuliah

Edit dengan WPS Office

e. Melayani pembayaran-pembayaran. Sama halnya seperti dalam hal menerima setoran,bank juga melakukan pembayaran seperti yang diperintahkan oleh nasabah antaralain: Membayar gaji/pension/honorarium. Pembayaran deviden. Pembayaran bonus/hadiah.

5. Jenis dan Kegiatan Bank Syariah

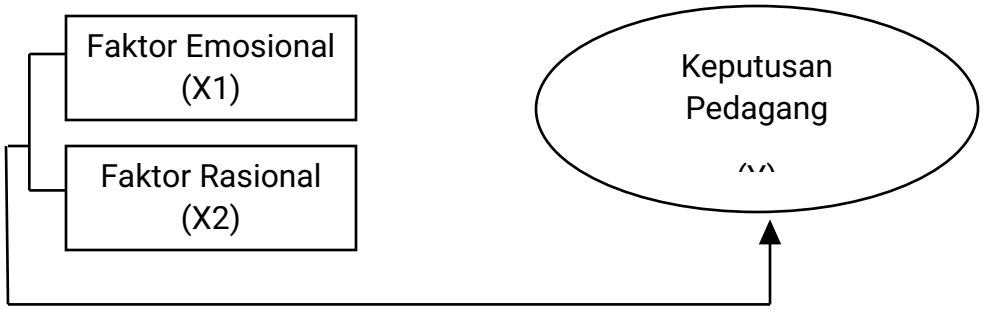
Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan maupun transaksi perbankan lainnya.Transaksasi yang dapat ditawarkan oleh bank berbeda antara satu bank dan bank lainnya.Beberapa bank syariah menawarkan semua produk perbankan, sebagian bank syariah hanya menawarkan produk tertentu dan seterusnya. Produk dan jasa bank syariah yang dapat diberikan kepada masyarakat tergantung jenisnya.30 Perbankan syariah berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan antara unit-unit ekonomi yang mempunyai kelebihan dana dengan unit-unit lain yang mengalami kekurangan dana. Karenanya untuk menjalankan fungsi intermediasi tersebut, lembaga pebankan syariah akan melakukan kegiatan usaha berupa penghimpun dana, penyalur dana, serta menyediakan berbagai jasa transaksi keuangan kepada masyarakat.

B. Kerangka Pemikiran

Edit dengan WPS Office

Gambar2.1

Kerangka Pemikiran



Keterangan:

: Pengaruh

: Variabel X1 dan X2

: Variabel Y

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang masih lemah

Edit dengan WPS Office

kebenarannya, maka perlu diuji kebenarannya.[13] Berdasarkan pada rumusan masalah tinjauan teoritis dan landasan teori yang telah diuraikan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Variabel X1 (Faktor Emosional)

H0 : Faktor Emosional tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah.

H1 : Faktor Emosional berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah.

Variabel X2 (Faktor Rasional)

H0 : Faktor Rasional tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah.

H1 : Faktor Rasional berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah.

Hipotesis berisi rumusan secara jelas, singkat dan lugas yang telah dinyatakan dalam kalimat pernyataan. Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti lakukan maka hipotesis dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh signifikan antara faktor emosional (X1) terhadap

[13]Syofian Siregar, *"Statistik Parameter untuk Penelitian Kuantitatif",* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), hal 65.

Edit dengan WPS Office

keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah(Y).

H0: $\beta 1 = 0$

Ha: $\beta 1 \neq 0$

2. Adanya pengaruh signifikan antara faktor rasional (X2) terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah(Y).

   H0: $\beta 2 = 0$

   Ha: $\beta 2 \neq 0$

3. Adanya pengaruh secara simultan antara faktor emosional (X1) dan faktor rasional (X2) terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah(Y).

   H0: $\beta 1 = \beta 2 = 0$

   Ha: $\beta 1 \neq \beta 2 \neq 0$

Edit dengan WPS Office

BAB II

Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *accidental sampling* dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dimana penelitian ini mencoba menggambarkan dan menafsirkan tentang Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Nagari Pakandangan Paritmalintang.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhitung pada tanggal 26 Maret sampai dengan waktu yang ditentukan.

3. Jenis dan Sumber Data

Edit dengan WPS Office

Jenis data yang diperlukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrument-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian melalui data pedagang di pasar Pakandangan Paritmalintang. Teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi dan penyebaran kuesioner.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyusun kuesioner, yang kemudian dibagikan kepada pedagang selaku responden penelitian untuk mengetahui bagaimana tanggapan pedagang tentang faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat publik yang terdiri atas struktur organisasi dan kearsipan, dokumen, laporan-laporan

Edit dengan WPS Office

serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini. Data ini diambil langsung dari objek penelitian dan data yang berupa angka-angka yang sudah teruji kebenarannya dan dokumentasi.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi merupakan subyek penelitian. Menurut sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kulitas dan karekteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakte ristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau benda, yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang di pasar Pakandangan Paritmalintang khususnya pedagang pada tahun 2019 yang terdiri dari 4.718 jiwa. Tujuan ditetapkannya populasi adalah untuk menghindari kesalahan generalisasi kesimpulan.

b. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan dalam penelitian. Teknik penarikan

Edit dengan WPS Office

sampel aksidental, dimana sampel yang diambil berdasarkan pada kemudahan (*convenience*), sampel dapat dipilih karena berada pada waktu situasi dan tempat yang tepat.[14] Sampel dari penelitian ini adalah sebagian pedagang di pasar Pakandangan Paritmalintang.

Rumus pemilihan sampel menggunakan rumus slovin

$$n= \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

E : Batas toleransi kesalahan

Untuk menggunakan rumus ini, pertama ditentukan berapa batas toleransi kesalahan. Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan persentase. Semakin kecil batas toleransi kesalahan maka semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Misalnya, penelitian dengan menggunakan batas kesalahan 10% berarti memiliki tingkat akurasi 90%, penelitian menggunakan batas kesalahan 5% berarti memiliki tingkat akurasi 95%, penelitian dengan menggunakan batas kesalahan 2%

[14] Priyono,*Metodelogi Penelitian Kuantitatif,* (Surabaya: Zifatama Publishing), 2008, h.118

Edit dengan WPS Office

berarti memiliki tingkat akurasi 98%. Dengan jumlah populasi yang sama, semakin kecil toleransi kesalahan maka semakin besar jumlah sampel yang dibutuhkan.

Skema sampel akan diambil dari populasi yang telah ditentukan dengan rumus slovin, dengan rincian sebagai berikut:

Diketahui : N= 4.718, e= 10%

$$n = \frac{4.718}{1+4.718(10\%)^2}$$

c. $n = \frac{4.718}{48,18}$

d. $n = 97,92$

e. Untuk memudahkan peneliti dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil 98 nasabah yang menjadi sampelnya.

5. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel adalah suatu atribut, sifat, atau nilai dari objek ataupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Defenisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data.

Edit dengan WPS Office

Adapun variabel yang menjadi titik suatu perhatian penelitian adalah :

1) Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun data yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini yaitu variabel X1 (Faktor Emosional) dan X2 (Faktor Rasional).

2) Variabel Dependen

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruh atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah.

6. Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder, dalam suatu penelitian pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting, karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Edit dengan WPS Office

a. Metode kuesioner (angket)

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bias terpengaruhi oleh sitem yang diajukan ole sistem yang sudah ada. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner model tertutup yang terdiri dari pernyataan-pernyataan tertulis dan responden tinggal memilih alternatif yang telah disediakan untuk mengetahui pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah. Pernyataan tersebut menggunakan skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap seseorang atau sekelompok orang. Dengan menggunakan skala liker, maka setiap item instrumen dilengkapi dengan 5 pilihan, dengan skor yang digunakan dalam skala likert adalah 1¬- 5 yaitu:

Tidak Setuju (TS) = 1

Kurang Setuju (KS) = 2

Ragu (R) = 3

Setuju (S) = 4

Sangat Baik = 5

b. Observasi

Edit dengan WPS Office

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga di dapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.

Observasi yang penulis lakukan disini yaitu dengan melakukan observasi secara langsung terhadap kegiatan pedagang di pasar Pakandangan Paritmalintang.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti mendapatkan data-data tertulis seperti dokumen-dokumen ataupun foto.

7. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah dengan bantuan aplikasi SPSS *versi* 16.0 sebagai alat hitung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Edit dengan WPS Office

1) Uji Validitas dan Reabilitas

a. UjiValiditas

Validitas adalah suatu instrument dalam bentuk ukuran yang dapat menunjukan tingkat-tingkat kevalidan atau kestabilan. Uji validasi digunakan untuk mengukur sah atau validnya sesuatu kuesioner. Diperlukannya uji validitas ini agar peneliti bisa mengetahui apakah instrument yang digunakan valid atau tidak. Ada banyak cara yang digunakan dalam pengujian validitas bisa dilakukan secara statistik, bisa dengan cara manual atau bahkan dengan dukungan computer seperti menggunakan aplikasi pendukung yang bernama SPSS.[15]

Untuk validitas pengukuran pada penelitian ini dapat dilihat pada *Corrected Item Total Correlation* (CITC). Jika nilai CITC > 0,3 maka pertanyaan atau pernyataan yang diajukan dapat dikatakan valid. Validitas digunakan dengan cara membandingkan r-hitung dan r-tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika r-hitung > r-tabel, maka data valid.

Jika r-hitung < r-tabel, maka data tidak valid.

b. Uji Realibilitas

[15]Sugiyono*MetedologiPenelitianKuantitatif, KualitatifdanR&D* , (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 91

Edit dengan WPS Office

Realibitas adalah alat untuk mengukur konsitensi kontruksi atau variabel penelitian. Suatu variable dikatakan realiabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reabilitas adalah indeks yang menunjukan sejauh mana alat ukur dipakai dua kali mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya relative sama, maka alat ukur tersebut realiabel. Reliabilitias alat ukur dapat dilakukan secara ekternal maupun internal, secara eksternal pengujian dapat dilakukan *test-retest, equivalen* dan gabungan keduanya.

Secara internal reliabilitas alat ukur dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butiran yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. Manfaat penggunaan uji reliabilitas dalam penelitianya itu untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data menunjukan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, dan konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana instrument yang masuk pengujian adalah pernyataan yang dinyatakan valid.

Uji reliabilitas dilakukan dengan alat ukur *Cronbach Alpha* (CA) aplikasi SPSS untuk mengetahui apakah pengukuran yang digunakan reliabel. Jika nilai *Cronbach Alpha* (CA)> 0,6 ini menunjukan bahwa pengukuran yang digunakan reliable, sedangkan jika nilai *Cronbach*

Edit dengan WPS Office

Alpha < 0,6 maka dikatakan tidak reliabel.

2) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau uji asumsi klasik, artinya sebelum kita melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus di uji kenormalan distribusinya. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data penelitian yang dilakukan memiliki distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas dapat diuji dengan uji *stastitiknon- parametric Kolmogorov – Smirnov Test (K-S)*, P-Pplotataudengan Analisis Grafik Histogram.[16]

Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan uji stastitik non–parametric *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan kriteria:

a) Jika nilai *Asymp. Sig*. (2-failed) > sama 0,05 data berdistribusi normal.

[16]Ating Somari dan Sambas Ali Muhidin *,Aplikasi Statistik dalam Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm 265

Edit dengan WPS Office

b) Jika nilai *Asymp. Sig.* (2-failed) < sama 0,05 data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonearitas

Uji multikolonealitas adalah adanya hubungan linear antara variabel bebas (X) dalam model regresi ganda. Uji multikolonearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antar variable bebas.[17] Dalam model regresi ganda yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable bebas. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolonearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Faktor*).[18]

a. Nilai Tolerance

Untuk melihat criteria multikolonearitas dengan menggunakan nilai tolerance > 0,1 (10%) menunjukkan bahwa model regresi ganda bebasdari multikolonearitas. Namun jika nilai tolerance < 0,1 (10%) menunjukkan bahwa model regresi ganda terdapat multikolonearitas.

b. VIF (*Variance Inflation Faktor*)

[17]Achmad Sani Supriyanto, dkk. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Kuesioner, dan Analisis Data,* (Malang: UIN- Maliki Press, 2013), hlm. 70

[18]Nur Asnawidan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Prees, 2011), hlm. 176

Edit dengan WPS Office

Apabila nilai VIF < 10, maka membuktikan bahwa model regresi bebas dari multikolonearitas. Jika nilai VIF > 10 mengindikasikan bahwa model regresi ganda memiliki multikolonearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu kepengamatan yang lain. Jika varian dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya berbeda maka itulah yang disebut dengan heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas di uji dengan menggunakan uji glejser, yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian cedariresidual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Model regresi yang baik maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan dalam uji *heteroskedastisitas* yaitu:

1) Jika nilai signifikan <a = 0,05 maka kesimpulannya adalah terjadi *heteroskedastisitas* atau nilai thitung > ttabel.

2) Jika nilai signifikan > a = 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi *heteroskedastisitas* atau nilai thitung < ttabel.

3) Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu model atau alat

Edit dengan WPS Office

yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui serta meramalkan bagaimana keadaan atau pengaruh variable bebas (independen) terhadap variabel terikat (independen). Adapun tujuan peneliti menggunakan regresi linear berganda dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh faktor emosional (X1) dan faktor rasional (X2) terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah(Y).

Bentuk persamaan analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Y= a + b1 X1 + b2X2+… + e

Keterangan :

Y = Keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah

a = Konstanta

b1,b2 = Koefisien Regresi Linear Berganda

X1 = Faktor Emosional

X2 = Faktor Rasional

e = *Standar Error*

4) Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji determinasi dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana tingkat

Edit dengan WPS Office

hubungan antara variable dependen Y (keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah) dengan variable independen X (faktor emosional dan faktor rasional). Analisis koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase (%) pengaruh keseluruhan variable independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat (R^2) pada hasil analisis persamaan regresi yang diperoleh.

Apabila angka koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati 1 berarti model regresi yang digunakan sudah semakin tepat sebagai model penduga terhadap variable dependen.

Kriteria Pengujian R^2 adalah:

a. Besaran nilai koefisien determinasi terletak antara 0 hingga1, jadi nilai R^2 terletak antara $0 \leq R^2 \leq 1$.

b. Nilai 0 (nol) menunjukkan tidak adanya hubungan yang sempurna antara variable independen dengan variable dependen.

c. Nilai 1 menunjukkan adanya hubungan yang sempurna antara variabel independen dengan variable dependen.

d. Menghitung koefisien determinasi (R^2) untuk menilai besarnya kontribusi variabel independen terhadap variable dependen.

5) Uji Hipotesis

Edit dengan WPS Office

a) Uji T (Parsial)

Uji t adalah suatu pengujian untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh model regresi independen variable secara parsial mempengaruhi dependen variabel secara signifikan. Uji t digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap Keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah.

Kriteria Pengujian atau Pengambilan Keputusan sebagai berikut:

1) Dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel

Jikat table < thitung, maka H0 diterima.

Jikat table > thitung, maka H0 ditolak.

2) Dengan menggunakan angka signifikan

Jika angka signifikan < 0,05, maka H0 ditolak.

Jika angka signifikan > 0,05, maka H0 diterima.

b) Uji F (Uji Simultan)

Uji F merupakan suatu pengujian yang untuk menunjukan apakah semua variabel bebas yang dimasukan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable terikat. Uji F disebut juga dengan uji ANOVA (*Analysist of Variance*) dengan kegunaannya hampir sama dengan uji t yaitu untuk menganalisis ada tidaknya perbedaan rata-rata atau nilai tengah suatu data. Untuk menganalisis

Edit dengan WPS Office

ada tidaknya perbedaan atau pengaruh tersebut dalam uji F, dibutuhkan suatu nilai standar atau nilai F tabel sebagai pembanding.

Kriteria pengujian uji F menggunakan bantuan *software SPSS*, sebagai berikut:

1) Pengujian F hitung dan F tabel

Ho: B=0 (Vairabel-variabel bebas tidak berpengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya). Ha: B=0 (Variabel–variable bebas punya pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variable terikatnya).

2) Dengan Menggunakan Angka Signifikan

Jika angka probabilitas > 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Jika angka probabilitas < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Edit dengan WPS Office

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. PROFIL NAGARI

1. Sejarah Nagari

Sebelum kita mengaji asal usul Nagari Pakandangan ini, sebaiknya ditinjau dulu cerita atau legenda Enam lingkung yang seblumnya, dengan istilah' sabalun alun baralun alun ba toboh Pakandangan, alun ba sintuak lubuak Aluang, along ba sunue koretaji, alun lai ba tiku Pariaman, alun lai ado Korong jo Kampun, baik dusun jo taratak maupun desa jo Nagari samaso itu disabuik toboh" apa yang dinamakan toboh adalah sekelompok orang atau masyarakat yang hidup rukun dan damai walaupun penduduk masih hidup primitif tapi kompak dalam mencari makan hasil yang ditanam dari umbi- umbian serta hasil buruan bintang, burung dan ikan meskipun belum tahu halal dengan yang haram tapi sudah kenal bergotong royong dengan suatu toboh yang satu dengan yang lainnya.

Daerah Enam Lingkung bersal dari 9 (Sembilan) buah toboh yakni : 1. Koto Gadih, 2 .Koto Tuo, 3. Pauh, 4. Lundang Bajawek,5. Kiambang, 6. Lubuk atuang, 7. Ganting, 8. Sungai Asam, 9. Jo Koto Tinggi yang kesemuanya berada di tepi sungai atau batang air, daerah ini dikuasai

Edit dengan WPS Office

oleh dua rajo (Raja) pertama rajo padang manggih yang berkedudukan di Koto Tinggi dan kedua rajo gudangga yang berkedudukan di Ampang sipinang ludang bajawek tepatnya lokasi Pembagunan Kantor Bupati yang baru, dari kehidupan kedua orang rajo ini timbul pertengkaran dan perselisihan yang tak kunjung selesai laksana ombak perang dengan pantai, oleh sebab itu dijeputlah orang yang arif bijaksana yang mungkin bisa untuk menyelesaian pertengkaran yang tepatnya dekat lubuak surau berok dan disanalah suatu BUEK yang dikandangkan artinya buek nan bakarang (Kesepakatan yang dirancang) bisa diselesaikan dengan cara bermusyawarah dilokasi inilah letak lasuang (Lesung) tigo satuangan diatas Lubuk 2 Batingkah Tanjung Tigo manjorok sekarang melambangkan tali tigo sapilin dan tuangku tiga sarangan yaitu unsur Pamerintahan, unsur adat, dan unsur Agama. Sampai sekarang unsur yang tiga ini tak bisa dipisahkan atau jalan sendiri yang tetap berpoman kepada adat yang bersandi syara' syara basandi kitabullah, adat menurun syara' mendaki oleh karena ditempat ini dapek buek yang dikandangkan untuk menghentikan perselisihan kedua rajo tersebut, Maka di sinilah dapat kata asal Pakandangan.

Tabel 4.1.

Nama Wali Nagari setiap Periode

No	Periode	Nama Kepala Desa /	Keterangan

Edit dengan WPS Office

		Nagari	
1	Tidak diketahui	M HASAN DT MAJO BASA	WALI NAGARI
2	Tidak diketahui	M IBRAHIM	WALI NAGARI
3	Tidak diketahui	M NURI	WALI NAGARI
4	Tidak diketahui	SUHAIMI RANGKAYO BASA	WALI NAGARI
5	Tidak diketahui	BAGINDO IDRIS	WALI NAGARI
6	Sampai 2001	IRZAM NUR	KEPALA DESA Tanjung Aur
7	Sampai 2001	AMIRUDDIN YUSUF	KEPALA DESA Ps Pakandangan
8	Sampai 2001	FAISAL MUNIR	KEPALA DESA Sarang Gagak
9	Sampai 2001	SYAMSUL BAHRI	KEPALA DESA Ringan-Ringan
10	Sampai 2001	ALI YUSMAN	KEPALA DESA Kp Paneh

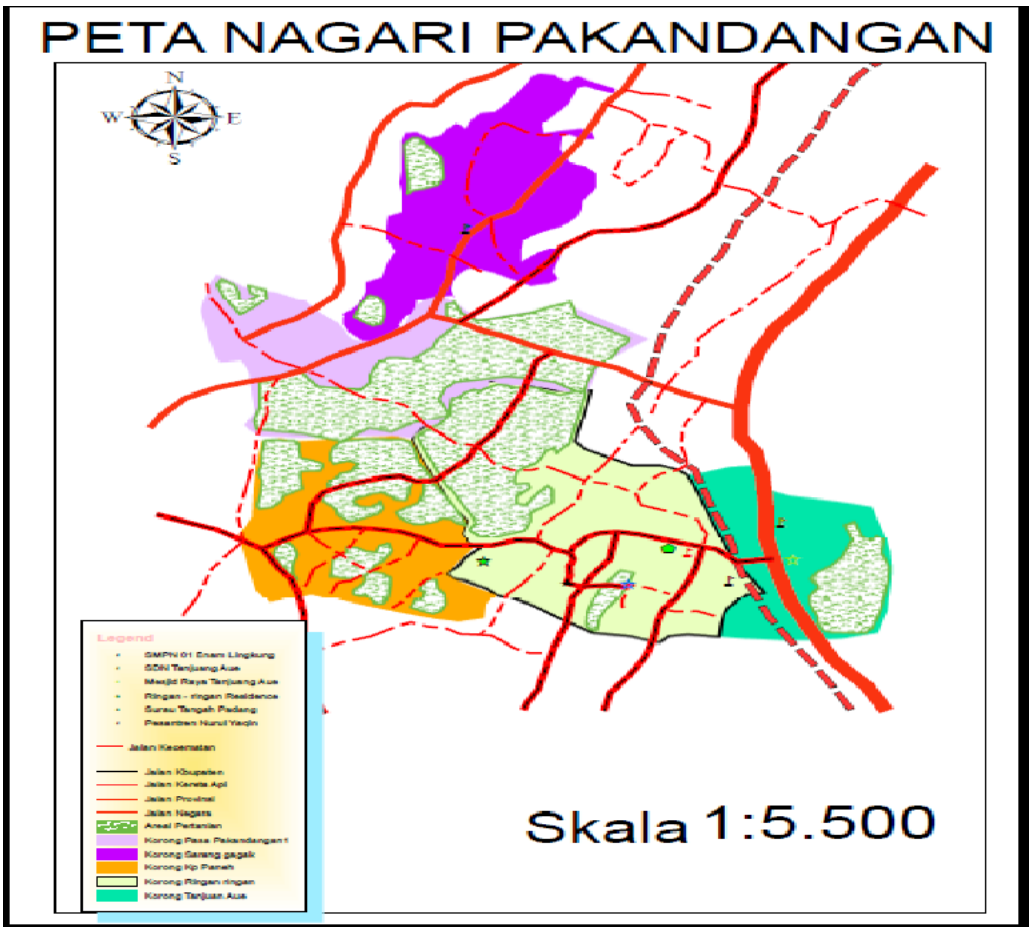
Edit dengan WPS Office

11	2001	AZWAR MANAN	Pjs. Wali Nagari
12	2002-2007	AZWAR MANAN	Wali Nagari
13	2007 (6 Bln)	UMAR ALISON	Pjs Wali Nagari
14	2008 -2014	MUSA KARIM	Wali Nagari
15	2014-2015 (6 Bln)	EMZAIMAR	Pj. Wali Nagari
16	2015- 2021	Drs NASYARUDDIN	Wali Nagari
17	1 Juni 2021-16 Desember 2021	KHAIRAL	Pj. Wali Nagari
18	2021-2027	IKRAM DASRUL DT. SATI	Wali Nagari

2. **Demografi Nagari**

1) **Peta Nagari**

Edit dengan WPS Office



Edit dengan WPS Office

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Padang Pariaman

Ketinggian tanah di atas permukaan Laut (Rata-Rata) daerah Nagari Pakandangan berada pada 16-25 M, dengan suhu berkisar 28,32 °C, permukaan tanah umumnya dataran ketinggian .

Secara Administratif Pemerintahan Nagari Pakandangan berbatasan dengan :

- Sebelah Utara : Nagari Lubuk Padan
- Sebelah Selatan : Nagari Koto Tinggi
- Sebelah Timur : Nagari Parit Malintang
- Sebelah Barat : Nagari Toboh Ketek

2) Kondisi Geografis

Secara Administratif Luas Nagari Pakandangan adalah ± 1289 Ha yang terdiri dari 5 Korong. Secara geografis Nagari Pakandangan pada dasarnya sangat potensial untuk dikembangkan sebagai daerah Perkebunan, Pertanian, Perdagangan.

Tabel 4.2

Kondisi Geografis

Edit dengan WPS Office

No	Uraian
1	**Luas wilayah** : 1289 Ha
2	**Jumlah Korong** : 5 (Lima) 1. Korong Tanjuang Aua 2. Korong Ringan Ringan 3. Korong Kampuang Paneh
3	**Pertanian** a. Sawah : 738 Ha b. Hutan : 335 Ha c. Pemukiman : 387 Ha d. Semak Belukar/Kering : - Ha e. Lahan terlantar
4	**Perkebunan** a. Kelapa : 10 Ha b. Coklat : - Ha c. Sawit : - Ha d. Karet : - Ha e. Kayu Manis : - Ha

Edit dengan WPS Office

6	**Peternakan** a. Sapi b. Kerbau c. Kambing d. Ayam Buras e. Ayam Ras f. Itik g. Puyuh	: 356 Ekor : 115 Ekor : 21000 Ekor : 5000 Ekor : 5600 Ekor
7	**Klimatologi :** a. Suhu 28-32 °C b. Curah Hujan 3722,08 mm c. Kelembaban udara	
8	**Kawasan rawan bencana :** Banjir : - Ha	

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

3) Topografi

Topografi adalah gambaran tentang tingkat kemiringan dan ketinggian tanah dari permukaan laut. Kondisi kemiringan tanah merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi kesesuaian

Edit dengan WPS Office

lahan untuk syarat tumbuh suatu tanaman. Karena dengan kemiringan tanah yang cukup besar akan sangat mempengaruhi kontuinitas kesuburan tanah akibat daya rusak aliran air (tingkat erosi) terhadap permukaan tanah cukup tinggi.

Berdasarkan data terakhir pemetaan Nagari Pakandangan kondisi daerah didominasi oleh Topografi datar dengan luas 1289 Ha. Untuk lebih jelasnya tentang kondisi kemiringan lahan daerah Nagari Pakandangan dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 4.3

Luas Dan Tingkat Kemiringan Daerah

No	Topografi	Luas (Ha)
1.	Datar	1289 Ha
2.	Landai	0
3.	Agak Curam	0
4.	Curam	0
	Total	1289 Ha

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

Edit dengan WPS Office

4) Hidrologi

Hidrologi adalah gambaran air sungai yang mengalir atau pun melintasi suatu daerah tertentu. Aliran sungai merupakan salah satu sumber air utama untuk dapat dimanfaatkan menjadi irigasi/pengairan pertanian. Mengingat keadaan musim penghujan dalam beberapa tahun terakhir ini semakin sulit diperkirakan secara pasti, maka air sungai menjadi salah satu alternatif sumber pengairan pertanian tanaman pangan terutama padi sawah yang banyak memerlukan air.

Di daerah Nagari Pakandangan terdapat sungai untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel dibawah ini :

Tabel 4.4

Sungai di Nagari Pakandangan

No	Jenis	Nama
1.	Sungai	Batang Kapecong

Edit dengan WPS Office

2.	Sungai	Batang Sungai Abu
3	Sungai	Batang Ulakan
4	Sungai	Banda Sungai Gatah

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

Kondisi aliran sungai tersebut menggambarkan bahwa Nagari Pakandangan dasarnya mempunyai potensi aliran sungai yang cukup prospektif untuk dapat dijadikan sebagai sumber pengairan lahan pertanian.

3. Keadaan Sosial

1) Kependudukan

Secara teoritis disebutkan bahwa jumlah penduduk yang besar merupakan salah satu modal dasar pembangunan. Hal ini dimaksudkan apabila jumlah penduduk yang besar tersebut dapat diberdayakan

Edit dengan WPS Office

sesuai kodrat, keahlian dan bidang kerjanya masing-masing. Sebaliknya apabila jumlah penduduk yang besar tadi tidak dapat diberdayakan dan dikendalikan secara bijak dan terencana bahkan akan menjadi beban pembangunan.

Berdasarkan data terakhir dari Data Profil Nagari Pakandangan Tahun 2022 bahwa jumlah penduduk Nagari Pakandangan sebesar 5.301 jiwa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5

Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Nagari Pakandangan Tahun 2021

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
1	Laki-laki	2662	42.67%
2	Perempuan	2639	49.78%
	Jumlah	**5.301**	

Sumber : profil Nagari Pakandangan Tahun 2023

Agar dapat mendeskripsikan lebih lengkap tentang informasi keadaan kependudukan di Nagari Pakandangan dilakukan identifikasi jumlah penduduk dengan menitikberatkan pada klasifikasi usia dan jenis kelamin. Sehingga akan diperoleh gambaran tentang kependudukan Nagari Pakandangan yang lebih komprehensif. Untuk memperoleh

Edit dengan WPS Office

informasi yang berkaitan dengan deskripsi tentang jumlah penduduk di Nagari Pakandangan berdasarkan usia dan jenis kelamin secara detail dapat dilihat dalam Tabel 5 berikut ini :

Tabel 4.6

Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Usia

NO	JUMLAH PENDUDUK MENURUT USIA	JUMLAH
1	0-10 TH	786 Jiwa
2	11-20 TH	991 Jiwa
3	21-30 TH	976 Jiwa
4	31-40 TH	598 Jiwa
5	41-50 TH	650 Jiwa
6	51-60 TH	615 Jiwa
7	61-70 TH	355 Jiwa
8	71 TH ke atas	330 Jiwa

Tabel 4.7

Edit dengan WPS Office

Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan Nagari Pakandangan Tahun 2022

NO	TINGKAT PENDIDIKAN	JUMLAH
1	Tidak Tamat SD/Tidak sekolah/Belum Sekolah	156
2	Lulusan SD	932
3	Lulusan SMP	764
4	Lulusan SMA	1380
5	Lulusan S1	682
6	Lulusan S2	63

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

2) **Mata pencaharian Pokok**

Secara umum mata pencaharian warga masyarakat Nagari Pakandangan dapat teridentifikasi ke dalam beberapa bidang mata pencaharian, seperti : petani, buruh tani, PNS, karyawan swasta, pedagang, wiraswasta, pensiunan, buruh bangunan/tukang, peternak. Jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian dapat dilihat pada

Edit dengan WPS Office

Tabel 4.7.

Tabel 4.7

Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian Nagari Pakandangan Tahun 2022

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1	Petani/Pekebun	**352**	6.64 %
2	Indutsri/kerajinan	**28**	1.6 %
3	PNS	**250**	2 %
4	Karyawan /Jasa	**201**	2.2%
5	Pedagang enceran	**103**	7.7 %
6	Buruh/Lainnya	**251**	24.7 %
7	Pelajar	**1.516**	38.7 %
8	POLRI	**2**	0.1 %
9	Pensiunan	**69**	2.5 %
	Jumlah	2.772	**100 %**

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

Edit dengan WPS Office

Dengan demikian dari data tersebut menunjukan bahwa warga masyarakat di Nagari Pakandangan memiliki alternatif pekerjaan selain sektor buruh tani dan petani. Setidaknya karena kondisi lahan pertanian mereka sangat tergantung dengan curah hujan alami. Di sisi lain, air irigasi yang ada tidak dapat mencukupi untuk kebutuhan lahan pertanian di Nagari Pakandangan secara keseluruhan terutama ketika musim kemarau. Sehingga mereka hasil panen mereka kurang maksimal.

3) **Pendidikan**

Pendidikan adalah satu hal penting dalam memajukan tingkat kesejahteraan pada umumnya dan tingkat perekonomian pada khususnya. Dengan tingkat pendidikan yang tinggi maka akan mendongkrak tingkat kecakapan. Tingkat kecakapan juga akan mendorong tumbuhnya ketrampilan kewirausahaan. Dan pada gilirannya mendorong munculnya lapangan pekerjaan baru. Dengan sendirinya akan membantu program pemerintah untuk pembukaan lapangan kerja baru guna mengatasi pengangguran. Pendidikan biasanya akan dapat mempertajam sistimatika pikir atau pola pikir individu, selain itu mudah menerima informasi yang lebih maju. Di bawah ini tabel yang menunjukkan tingkat rata-rata pendidikan warga Nagari Pakandangan

1. Taman Kanak- kanak : 35 Orang

Edit dengan WPS Office

2.	Sekolah Dasar	: 932 Orang
3.	SMP	: 764 Orang
4.	SMA	: 1380 Orang
5.	Tamat D1-D3, Strata 1 (Sarjana)	: 745 orang
6.	Jumlah Sekolah PAUD	: 3 Unit
7.	Jumlah Sekolah TK	: 5 Unit
8.	Jumlah sekolah SD / sederajad	: 6 Unit
9.	Jumlah sekolah SLTP/ sederajad	: 1 Unit
10.	Jumlah sekolah SLTA/ sederajad	: 0 Unit
11.	Jumlah sekolah PT	: 0 unit

4) **Agama**

Dalam perspektif agama, masyarakat di Nagari Pakandnagan termasuk kategori masyarakat yang mendekati homogen. Hal ini dikarenakan seluruh masyarakat Nagari Pakandangan beragama Islam. Secara kultural, pegangan agama ini didapat dari hubungan kekeluargaan atau kekerabatan yang kental di antara mereka. Selain itu

Edit dengan WPS Office

perkembangan agama berkembang berdasarkan turunan dari orang tua ke anak dan ke cucu. Hal inilah membuat agama Islam mendominasi agama di korong korong Nagari Pakandangan.

Informasi yang diperoleh melalui wawancara mendalam dari tokoh-tokoh tua, bahwa selama ini pola-pola hubungan antar masyarakat masih banyak dipengaruhi oleh kultur organisasi Islam, seperti NU atau Muhammadiyah. Jumlah penduduk Nagari Pakandangan berdasarkan agama dapat dilihat dalam Tabel 8 berikut ini

Tabel 4.8

Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama Nagari Pakandangan

Tahun 2022

No.	Agama	Jumlah	Prosentase
1.	Islam	5.301	100,00
2.	Katholik	0	0,00
3.	Kristen	**0**	0,00
4.	Hindu	**0**	0,00
5.	Budha	**0**	0,00

Edit dengan WPS Office

	Jumlah	1.847	100 %

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

Tabel 4.9

Jumlah Tempat Ibadah Nagari Pakandangan

Tahun 2022

No.	Tempat Ibadah	Jumlah
1	Masjid	5
2	Pura	0
3	Gereja	**0**
4	Pesantren	**5**
5	Musholla/ Surau	**19**
	Jumlah	**16**

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

Dalam Tabel 4.9. tersebut dapat dilihat bahwa jumlah penduduk Nagari Pakandangan yang beragama Islam mendominasi dengan jumlah 100,00 % dari total jumlah penduduk.

Edit dengan WPS Office

Pemeluk agama Katholik berjumlah 0,00 %, pemeluk agama Kristen 0,00 %, dan pemeluk agama Hindu sejumlah 0,00 %.

Tabel 4.10

Daftar Nama Aparatur Pemerintah Nagari Pakandangan Tahun 2022

No.	Nama	Jabatan
1.	IKRAM DASRUL DT. SATI	Wali Nagari
2.	VERA FIRMANSARI, S.Si	Sekretaris Nagari
3.	MULYADI	Kaur Umum Dan Perencanaan
4.	RESYA PUTRA, S.Pd	Kaur Keuangan
5.	YURNALIS, SH	Kasi Pemerintahan
6.	JEKI ALEXANDER	Kasi Pelayanan
7.	ARDINAL	Kasi Kesejahteraan
8.	AYU GUSNITA	Staf
9.	NUR'AINI	Staf
10.	IRWANSYAH	Staf
11.	RUMI RIANCE SURYANI	Staf

Edit dengan WPS Office

12.	RIKI DIBAGOLTRA	Wali Korong Tanjuang Aua
13.	SAYUTI GUNTUR	Wali Korong Ringan Ringan
14.	ALI YUSMAN	Wali Korong Kampuang Paneh
15.	ARIF BUDIMAN	Wali Korong Pasa Pakandangan
16.	SYAIFUL JAMAL, SS	Wali Korong Sarang Gagak

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

Tabel 4.11

Daftar Nama Anggota Badan Permusyawaratan Nagari (BPN) Nagari Pakandangan Periode 2020-2026

No.	Nama	Jabatan
1.	H. DEDY EDWAR, SE, MM	Ketua
2.	IMALATUNIL KHAIRA, S.Ag	Wakil Ketua
3.	RENDY SAPUTRA, S.Pdi	Sekretaris
4.	MUSRIFISAL PUTRA, S.Ak	Anggota
5.	DELFI SUSANTI, S.Pd	Anggota

Edit dengan WPS Office

1.6	TASRIL	Anggota
2.7	ZUFADLI	Anggota

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

Secara umum pelayanan pemerintah Nagari Pakandangan kepada masyarakat cukup memuaskan. Dalam beberapa sesi wawancara langsung dengan masyarakat Nagari Pakandangan yang dipilih secara acak, terungkap bahwa dalam memberikan pelayanan pengurusan administrasi kependudukan, pertanahan dan lain-lain dikerjakan dengan cepat dan dilayani selama 24 jam, baik pelayanan pada jam kerja di kantor maupun di luar jam kerja di rumah Wali Nagari, sekretaris Nagari atau perangkat Nagari lainnya.

Para pemangku kepentingan (stakeholders) yaitu pihak-pihak yang berkepentingan untuk mengatasi permasalahan dan pihak yang akan terkena dampak hasil perencanaan pembangunan di Nagari antara lain;

a. Pemerintah Nagari, adalah Wali Nagari dan Perangkat Nagari sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Nagari;

b. Badan Permusyawaratan Nagari (BPN), adalah lembaga yang merupakan perwujudan demokrasi dalam penyelengaraan pemerintahan Nagari;

Edit dengan WPS Office

c. Lembaga Kemasyarakatan atau yang disebut dengan nama lain adalah lembaga yang dibentuk oleh masyarakat sesuai kebutuhan mitra pemerintah Nagari dalam memberdayakan masyarakat, antara lain LPM (Lembaga Pembangunan Masyarakat Nagari), PKK (Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga), Karang Taruna, Kelompok Tani, Posluhnag

d. Tokoh Masyarakat adalah tokoh adat, tokoh agama, tokoh wanita, tokoh pemuda dan pemuka-pemuka masyarakat lainnya;

1. OPD (Organisasi Pemerintah Daerah) Kab. Padang Pariaman yang berkaitan langsung dengan Program pembangunan dan pemberdayaan Masyarakat Nagari;
2. Pemerintah (Pusat, Provinsi dan Kabupaten) yang meggulirkan Program Pembangunan dan Pemberdayaan Mayarakat dengan Pola Pendampingan / Fasilitasi, yang melahirkan Lembaga-lembaga antara lain: TPK (Tim Pengelola kegiatan), Kelompok SPP, TPU (Tim Penulis Usulan), Tim Monitoring / Tim Pemantau, Tim Pemeliharararasarana PerNagarian (TP3), KPMD (Kader Pemberdayaan Masyarakat Nagari)

B. Deskripsi Demografi Responden

1. Deskripsi Umum Responden

Kuesioner yang disebarkan berdasarkan jumlah responden sebanyak

Edit dengan WPS Office

98, semua kuesioner memenuhi kriteria. Karakteristik yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari nama responden, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir. Dalam kuesioner ini boleh tidak mengisi nama untuk menjaga kerahasiaan informasi yang diberikan oleh responden.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini dikemukakan tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.12

Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	40	40,4%
2	Perempuan	58	59,6 %
	Total	**98**	**100%**

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 diatas diketahui bahwa dari 98 orang responden Pedagang Yang Memilih Jasa Perbankan Syariah Di Pasar

Edit dengan WPS Office

Pakandangan Paritmalintang terdiri dari 40 orang atau 40,4% responden pada laki-laki dan 58 orang atau 59,6% responden pada perempuan.Dari keterangan data diatas menunjukkan bahwa masyarakat yang menjadi responden dalam penelitian ini lebih banyak responden perempuan dibanding dengan responden laki-laki.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berikut ini dapat dilihat tabel karakteristik responden berdasarkan umur yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.13

Jumlah Responden berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1	Kurang dari 20 tahun	4	4,0%
2	21-30 tahun	46	46,5%
3	31-40 tahun	33	33,3%
4	Lebih dari 40 tahun	15	16,2%

Edit dengan WPS Office

Total		**98**	**100%**

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diatas diketahui bahwa umur dari 98 orang responden berdagang di Pasar Pakandangan yaitu pada < 20 tahun sebanyak 4 orang atau sebesar 4,0%, umur responden 21-30 tahun sebanyak 4 orang atau sebesar 46,5%, umur responden 31-40 tahun sebanyak 33 tahun atau sebesar 33,3%, dan umur > 40 tahun sebanyak 16 orang atau sebesar 16,2%. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata umur responden Pedagang Pasar Pakandangan didominasi oleh responden dengan umur 21-30 tahun yaitu sebanyak 46 orang atau sebesar 46,5%.

c. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut ini dikemukakan tabel berdasarkan pendidikan terakhir yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.14

Jumlah Responden berdasarkan Pendidikan terakhir

No	Pendidikan terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	8	9,1%
2	SMP	18	18,2%
3	SMA	51	51,5%

Edit dengan WPS Office

4	Perguruan Tinggi	21	21,2%
	Total	**98**	**100%**

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menabung di BPRS Carana Kiat Andalas Padang Luar yang berpendidikan tamat SD sebanyak 9 orang atau sebesar 9,1%, responden yang berpendidikan tamat SMP sebanyak 18 orang atau sebesar 18,2%, responden yang berpendidikan tamat SMA sebanyak 51 orang atau sebesar 51,5%, dan responden yang berpendidikan di tingkat perguruan tinggi sebanyak 21 orang atau sebesar 21,2%.

C. Analisis dan Pembahasan

1. Uji Instrumen

Untuk mendapatkan data primer dilakukan penyebaran kuesioner kepada Pedagang di Pasar Pakandangan sebanyak 98 responden yang dianggap dapat mewakili berbagai golongan kelas sosial. Sebelum kuesioner diberikan kepada 98 responden, penulis melakukan *try out* (uji coba) terhadap 30 orang responden dengan memberikan 24 butir pernyataan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari seluruh pernyataan yang diajukan. Analisis dilakukan dengan menggunakan *software SPSS 16.0 for Windows.*

Edit dengan WPS Office

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) nya suatu data kuesioner dengan menggunakan *softwer SPSS* versi 16.0.Uji validitas dikatakan valid apabila r_{hitung} > r_{tabel}dengan tingkat signifikan 0,05. Rumus yang digunakan untuk mencari r_{tabel}pada uji validitas adalah df = n-2, dimana n adalah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini df nya 98 dan r tabel yang didapatkan adalah 0, 1986. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi*Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson) yaitu dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Jika r_{hitung} > r_{tabel}, r_{tabel} sebesar 0, 1986 maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Tabel 4.16

Uji Validitas Faktor Emosional (X1)

Variabel X

Faktor Emosional	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig	Keputusan
X1	X1.1	0,492	0, 1986	0,000	Valid
	X1.2	0,519	0, 1986	0,000	Valid

Edit dengan WPS Office

	X1.3	0,622	0, 1986	0,000	Valid
	X1.4	0,596	0, 1986	0,000	Valid
	X1.5	0,581	0, 1986	0,000	Valid
	X1.6	0,553	0, 1986	0,000	Valid
	X1.7	0,588	0, 1986	0,000	Valid
	X1.8	0,516	0, 1986	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa semua butir pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, jadi dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan untuk variabel faktor emosional adalah valid.

Tabel 4.17

Uji Validitas Faktor Rasional (X2)

Variabel Y

Faktor Rasional	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig	Keputusan
Y	Y.1	0,414	0,	0,000	Valid

Edit dengan WPS Office

		1986		
Y.2	0,444	0, 1986	0,000	Valid
Y.3	0,633	0, 1986	0,000	Valid
Y.4	0,549	0, 1986	0,000	Valid
Y.5	0,506	0, 1986	0,000	Valid
Y.6	0,601	0, 1986	0,000	Valid
Y.7	0,634	0, 1986	0,000	Valid
Y.8	0,559	0, 1986	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa semua butir pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, jadi dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan untuk variabel

Edit dengan WPS Office

faktor rasional adalah valid.

Tabel 4.18

Uji Validitas Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Y)

Variabel Y

Keputusan Pedagang	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig	Keputusan
Y	Y.1	0,527	0,1986	0,000	Valid
	Y.2	0,624	0,1986	0,000	Valid
	Y.3	0,520	0,1986	0,000	Valid
	Y.4	0,641	0,1986	0,000	Valid
	Y.5	0,537	0,1986	0,000	Valid
	Y.6	0,493	0,1986	0,000	Valid

Edit dengan WPS Office

Y.7	0,566	0,1986	0,000	Valid
Y.8	0,558	0,1986	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa semua butir pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, jadi dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan untuk variabel keputusan pedagang adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Reabilitas merupakan alat untuk mengukur konsistensi kontruksi atau variabel penelitian. Suatu variabel dikatakan realiabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas dimana instrument yang masuk ke dalam pengujian adalah pertanyaan yang dinyatakan valid.

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS 16.0 menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian mempunyai nilai *Cronbach Alpha* (CA) lebih besar dari 0,6, sehingga dapat dikatakan bahwasanya jawaban setiap responden atas butir-butir pertanyaan konsisten (*reliable*). Ukuran reliabilitas tersebut dapat dilihat dalam tabel

Edit dengan WPS Office

4.9 dibawah ini.

Tabel 4.19

Hasil Uji Reabilitas Variabel X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.681	8

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Tabel 4.20

Hasil Uji Reabilitas Variabel X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.659	8

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Tabel 4.21

Hasil Uji Reabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Edit dengan WPS Office

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.680	8

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.9 dan tabel 4.10 dari semua butir jawaban kuesioner dapat dinyatakan reliabel, karena dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's Alpha* > 0,6. Dari variabel X1 dan X2 memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,681, dan 0,659 sehingga lebih besar dari nilai 0,6 dan variabel Y dengan jumlah *cronbach's Alpha* sebesar 0,680 sehingga lebih besar dari pada 0,6.

2. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data, maksudnya sebelum melakukan uji analisis yang sesungguhnya data tersebut harus di uji kenormalan distribusinya yang bertujuan untuk melihat apakah data tersebut normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dengan cara apabila nilai signifikasi > 0,05 maka nilai bisa dikatakan berdistribusi normal dan apabila nilai signifikasi <

Edit dengan WPS Office

0,05 maka nilai tidak berdistribusi normal.

Adapun uji normalitas dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

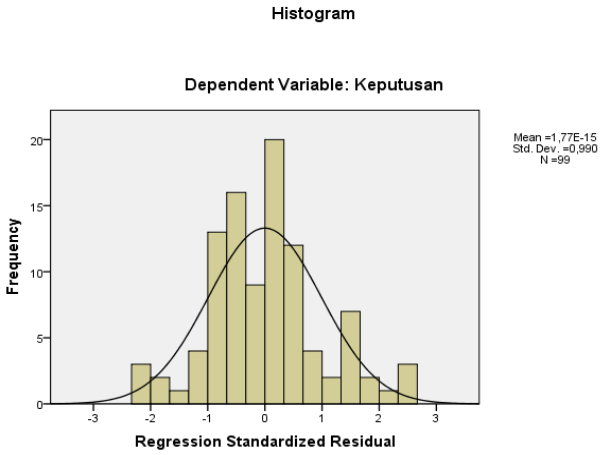
Gambar 4.2

Hasil Histogram Uji Normalitas Variabel

Faktor Emosional (X1) dan Faktor Rasional (X2)

Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah(Y)

Edit dengan WPS Office



Sumber : Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

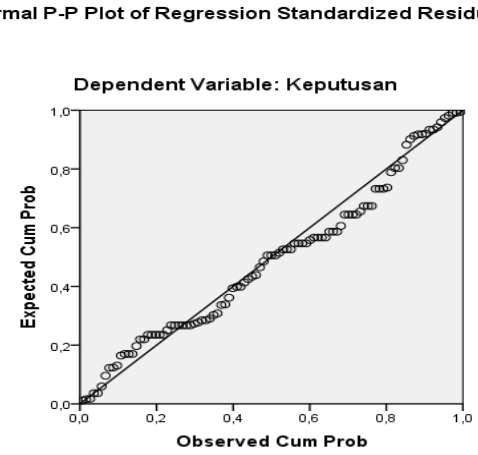
Gambar 4.3

Hasil P-P Plot Uji Normalitas Variabel

Faktor Emosional (X1) dan Faktor Rasional (X2)

Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah(Y)

Edit dengan WPS Office



Sumber : Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

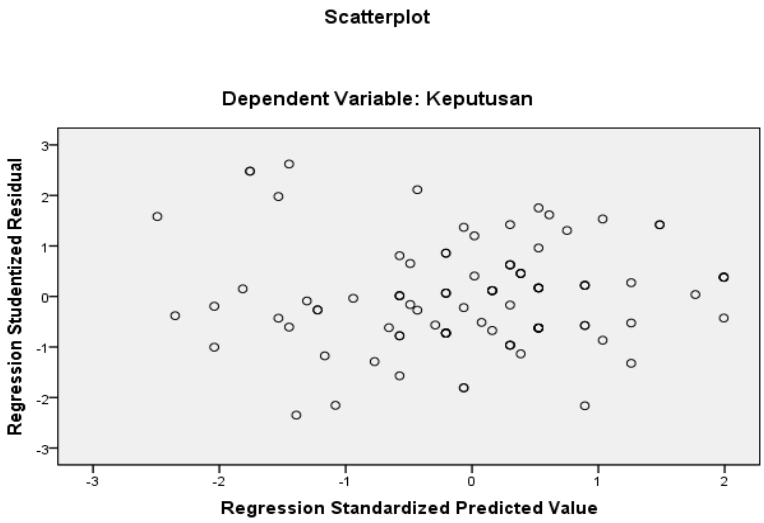
Edit dengan WPS Office

Gambar 4.4

Hasil Scatterplot Uji Normalitas Variabel

Faktor Emosional (X1) dan Faktor Rasional (X2)

Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah(Y)



Edit dengan WPS Office

Sumber : Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Tabel 4.22

Hasil Kolmogrov Uji NormalitasVariabel

Faktor Emosional (X1) dan Faktor Rasional (X2)

Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah(Y)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.25243414
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		.873
Asymp. Sig. (2-tailed)		.432

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Edit dengan WPS Office

Berdasarkan pada grafik histogram, residual data telah menunjukkan bahwa kurva normal yang membentuk lonceng dengan sempurna. Begitu juga pada grafik normal-P Plot residual bahwa penyebaran data belum terlalu garis normal (garis lurus). Untuk lebih memastikan residual data telah mengikuti asumsi normalitas maka residual data di uji kembali dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* .

Pada uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa residual data yang di dapat tersebut mengikuti distribusi normal, yang berdasarkan hasil output menunjukkan 0,432 > 0,05. Begitu juga dengan residual data berdistribusi normal yang mana menunjukkan 0,432 > 0,05.

2) Uji Multikolenearitas

Uji multikolenearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel indenpenden. Pendeteksi multikolenearitas dapat dilihat dengan nilai *Variance Iflation Factord* (VIF) dan Tolerance. Kriteria pengujian ini untuk melihat kriteria multikolinearitas dengan menggunakan nilai tolerance > 0,1 (10%) yang menunjukkan bahwa model regresi ganda bebas dari multikolenearitas.

Namun jika nilai tolerance < 0,1 (10%) menunjukkan bahwa model regresi ganda terdapat multikolenearitas. Apabila nilai VIF < 10 maka membuktikan bahwa dalam model regresi bebas dari multikolenearitas. Dan jika nilai VIF > 10 mengidentifikasikan bahwa model regresi ganda memiliki multikolenearitas.

Edit dengan WPS Office

Tabel 4.23

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
(constant)			
Faktor Emosional (X1)	0,134	7,472	Tidak terjadi multikolinearitas
Faktor Rasional (X2)	0,134	7,472	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Edit dengan WPS Office

Data tabel 4.18 diatas dapat diketahui nilai tolerance variabel Fakto Emosional 0,134 > 0,10 dan pada VIF 7,472 < 10, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel X1 dengan variabel Y. Nilai tolerance variabel faktor rasional 0,134 > 0,10 dan VIF 7,472< 10, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel X2 dengan variabel Y.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamatan yang lainnya. Jika varian dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya berbeda maka itulah yang disebut dengan uji heteroskedastisitas yang mana menggunakan uji glejser. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai sig lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Sebaliknya jika nilai sig lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan terjadinya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 4.24

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Edit dengan WPS Office

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.839	1.021		2.782	.007
	x1	-.144	.078	-.505	-1.858	.066
	x2	.089	.080	.303	1.116	.267

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2022

Berdasarkan tabel 4.19 diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan variabel faktor emosional (X1) 0,066 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan nilai signifikan variabel faktor rasional (X2) 0,267 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu model atau alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui serta meramalkan

Edit dengan WPS Office

bagaimana keadaan atau pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Adapun tujuan dari peneliti menggunakan regresi linear berganda dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh faktor emosional (X1) dan faktor rasional (X2) terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah (Y).

Tabel 4.25

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

Edit dengan WPS Office

Coefficients[a]

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.232	1.644		1.358	.178
	x1	.557	.125	.552	4.454	.000
	x2	.375	.129	.361	2.910	.004

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Berdasarkan tabel 4.20 diatas diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel yakni diperoleh persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut :

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

$Y = 2{,}232 + 0{,}557\ X_1 + 0{,}375\ X_2 + e$

Adapun penjelasan dari persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

a. Nilai konstanta (α) sebesar 2,232, artinya jika variabel faktor emosional dan faktor rasional nilainya 0 maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 2,232 satuan.

b. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (β_1) sebesar 0,557 bernilai positif, artinya setiap peningkatan satu satuan variabel faktor

Edit dengan WPS Office

emosional akan meningkatkan nilai keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah sebesar 0,557 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap atau konstan.

c. Nilai koefisien regresi promosi (β_2) sebesar 0,375 bernilai positif artinya setiap peningkatan satu satuan variabel faktor rasional akan meningkatkan nilai keputusan keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah sebesar 0,375 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

Pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel faktor emosional (X1) dan faktor rasional (X2) yang merupakan variabel yang paling dominan atau besar pengaruhnya terhadap peningkatan keputusan keputusan pedagang pekandangan dalam memilih jasa perbankan syariah (Y) dimana untuk menentukan mana yang paling dominan diurutkan sampai yang terkecil dilihat dari koefisien regresi yang dimiliki masing-masing variabel.

Dan koefisien regresi yang terdapat pada persamaan diatas bertanda positif (+) yang menandakan arah hubungan yang baik atau pengaruh yang baik namun apabila koefisien regresi bertanda negatif (-) akan menunjukkan hubungannya yang berbalik arah atau tidak memiliki pengaruh antara variabel independen yaitu (X) dengan variabel dependen yaitu (Y).

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Edit dengan WPS Office

Analisis determinan digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen X (faktor emosional, faktor rasional) secara bersama-sama terhadap variabel dependen Y (keputusan pedagang pekandangan dalam memilih jasa perbankan syariah).

Tabel 4.26

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.897[a]	.805	.801	1.266

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable:

y

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

a. Koefisien korelasi (R) sebesar 0,897 ini artinya bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel independent dengan variabel dependent.

b. Koefisien determinan (R^2) sebesar 0,805 hal ini menunjukkan bahwa variabel indenpendent secara simultan memiliki pengaruh yaitu 80,5% terhadap keputusan pedagang pekandangan dalam memilih jasa perbankan syariah Sedangkan sisanya 19,5% dipengarui oleh variabel

Edit dengan WPS Office

lain yang tidak diuji dalam penelitian.

c. Koefisien *adjusted* R^2(*Adj* R^2) sebesar 0,801 ini merupakan korelasi dari R^2sehingga gambarnya lebih mendekati populasi.

5. Uji T

Uji T digunakan untuk menentukan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Menentukan signifikan atau menentukan tidak signifikan dari masing-masing nilai koefisien regresi (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y). Dalam regresi linear berganda hal ini perlu dilakukan karena tiap-tiap variabel indenpenden memberi pengaruh yang berbeda dalam model.

Untuk mengambil kesimpulannya dinyatakan dengan melihat sig dan membandingkan dengan taraf kesalahan (5% atau 0,05) yang dipakai yakni jika sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho diterima dan jika sig > 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak. Dan*Degree of freedom* (df).

Df = n-k-l

= 98-2-1

= 95

Jadi t_{tabel} sebesar 1,66105

Edit dengan WPS Office

Tabel 4.27

Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.232	1.644		1.358	.178
	x1	.557	.125	.552	4.454	.000
	x2	.375	.129	.361	2.910	.004

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2022

Berdasarkan tabel diatas secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengujian Faktor Emosional Terhadap Keputusan Pedagang Pakandangan Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah

Berdasarkan tabel atau perhitungan di SPSS diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,454 lebih besar dari t_{tabel} 1,66105 (4,454 > 1,66105) dan nilai

Edit dengan WPS Office

signifikan sebesar 0,000 < 0,05 artinya nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak yang berarti variabel faktor emosional (X1) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pedagang Pakandangan Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Y).

2. Pengujian Faktor Rasional Terhadap Keputusan Keputusan Pedagang Pakandangan Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah

Berdasarkan tabel atau perhitungan di SPSS diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,910 lebih kecil dari t_{tabel} 1,66105 (2,910 < 1,66105) dan nilai signifikan sebesar 0,004 < 0,05 artinya nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak yang berarti variabel faktor rasional (X2) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan Keputusan Pedagang Pakandangan Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Y).

7. Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen (X1 dan X2) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan atau tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Pengujian ini menggunakan alat uji statistik dengan metode Fisher (Uji F) pada tingkat kepercayaan 0,05. Kriteria

Edit dengan WPS Office

pengujian ini ialah dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} yang diketahui dengan menghitung dfl (jumlah total variabel-1) =3-2=2 dan df2 (n-k-l)= (99-2-1)= 96, dimana n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen. Sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima.

Tabel 4.28

Uji Simultan (F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	627.520	2	313.760	195.902	.000[a]
	Residual	152.153	95	1.602		
	Total	779.673	97			

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Sumber : Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2022

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.23 diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 195,902 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 (0,000 < 0,05) sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% (α = 0,05) adalah

Edit dengan WPS Office

sebesar. Hal ini berarti F_{hitung} > F_{tabel} (195,902 > 3,09). Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel faktor emosional (X1) dan faktor rasional (X2) secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan Keputusan Pedagang Pakandangan Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Y) atau H_0 ditolak dan H_a diterima.

1. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Faktor Emosional (X1), Faktor Rasional (X2) terhadap keputusan Pedagang Pakandangan Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Y).

a. Pengaruh 'Pengaruh Faktor Emosional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Pakandangan)".

Hasil pengujian hipotesis pertama (H_1) bahwa variabel pengaruh faktor emosional (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pedagang Pakandangan Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Y). Artinya jika semakin tinggi faktor emosional maka semakin tinggi pula keputusan Pedagang Pakandangan untuk Memilih Jasa

Edit dengan WPS Office

Perbankan Syariah.

Hal ini di dukung dengan hasil penelitian yang mana memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni (4,454 > 1,66105) dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,1. Maka hal ini berarti uji hipotesis menerima H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga secara parsial variabel faktor emosional berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan Pedagang Pakandangan Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah.

Hasil penelitian ini diperkuat juga oleh penelitian yang dilakukan oleh Sherly Handayani yang berjudul *"Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec. Cibitung Kab. Bekasi)".* Dengan kesimpulan penelitian bahwa faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah atau pedagang. [19]

Dengan demikian dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi faktor emosional yang diberikan dan semakin tinggi pula faktor rasional kepada pedagang tentang jasa perbankan syariah maka akan semakin tinggi atau makin meningkat keputusan pedagang untuk memilih jasa perbankan syariah di pakandangan. Begitu juga sebaliknya, jika faktor emosional dan faktor rasionbal kurang untuk pedagang

[19] Sherly Handayani, 2019, *"Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec. Cibitung Kab. Bekasi)", Skripsi*

Edit dengan WPS Office

maka akan kurang atau rendah keputusan pedagang untuk memilih jasa perbankan syariah di pakandangan.

b. Pengaruh Faktor Rasional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Pakandangan)".

Berdasarkan hasil dari pengujian terhadap pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan di BPRS Haji Miskin Pandai Sikek diperoleh dari hasil pengujian Uji T (Parsial) dapat diketahui bahwa hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,910 < 1,66105) dengan tingkat signifikan 0,004 < 0,05 yang menunjukkan bahwa pengaruh faktor rasional berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga faktor rasional dapat dikatakan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah.

Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang juga menunjukkan bahwa adanya pengaruh faktor rasional terhadap keputusan memilih jasa bank syariah, penelitian yang dilakukan oleh Siti Ardella Kamal yang berjudul *"Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri"*.[20]

Dengan kesimpulan bahwa hasil dari penelitian secara parsial

[20]Siti Ardella, 2019, *"Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri""*, Skripsi

Edit dengan WPS Office

menunjukkan variabel faktor rasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah dengan nilai signifikan 0,004 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel faktor rasional berperan penting terhadap perolehan keuntungan bagi perusahaan.

Dan begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Sherly Handayani yang berjudul *"Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec. Cibitung Kab. Bekasi)".* Dengan kesimpulan penelitian bahwa faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah atau pedagang. [21]

Dengan demikian dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi faktor rasional kepada pedagang (masyarakat) maka akan semakin tinggi atau meningkat Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah. Begitu pula sebaliknya, jika faktor rasional masih kurang maka akan rendah atau menurun Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah.

c. Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi

[21] Sherly Handayani, 2019, *"Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec. Cibitung Kab. Bekasi)", Skripsi*

Edit dengan WPS Office

Kasus Pada Pedagang Di Pasar Pakandangan)".

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara faktor emosional dan faktor rasional terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah di Pakandangan yang dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu (195,902 > 3,09). dengan tingkat signifikan sebesar (0,000 < 0,05). Maka hal tersebut menunjukkan bahwa uji hipotesis H1 : β1 ≠ 0, sehingga secara simultan variabel faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah di Pakandangan.

Sedangkan nilai koefisien determinan (R2) pada Adjusted R Squere sebesar 0,805 sehingga variabel faktor emosional dan faktor rasional dapat menjelaskan variabel keputusan untuk memilih jasa perbankan syariah di Pakandangan sebesar 0,805 atau 80,5% dan sisanya 19,5% dijelaskan oleh faktor lain.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pedagang pada umumnya tergantung terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabahnya (pedagang). Faktor emosional merupakan salah satu keadaan yang mampu mempengaruhi tindakan seseorang untuk melakukan suatu rencana yang dikehendakinya terhadap dalam memilih jasa perbankan syariah. Faktor emosional yang diberikan oleh pihak perbankan syariah mampu mempengaruhi

Edit dengan WPS Office

pedagang sehingga pedagang bisa memilih atau menggunkan jasa perbankan syariah.

Faktor Rasional ini juga merupakan suatu cara atau pola berfikir seseorang dalam memutuskan suatu dengan pertimbangan yang baik, sehingga membuat pola berfikir pedagang dapat menggunakan jasa perbankan syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan tentang pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah di Pakandangan, dari analisis pembahasan data terhadap hipotesis di atas maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Persamaan $Y = 2{,}232 + 0{,}557\ X_1 + 0{,}375\ X_2 + e$

Berdasarkan hasil bilangan konstanta mempunyai nilai 2,232 (positif),

Edit dengan WPS Office

dapat dijelaskan bahwa jika variabel faktor emosional dan faktor rasional dianggap konstant maka Y peningkatan jumlah pedagang bernilai 2,232. Dan apabila terjadi penambahan 1 satuan nilai harga maka akan meningkatkan nilai jumlah pedagang sebesar 0,557 dengan menjaga nilai faktor rasional (X2) tetap atau konstan. Penambahan 1 satuan nilai akan meningkatkan jumlah nasabah sebesar 0,557 dengan menjaga nilai faktor emosional tetap konstan.

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor emosional berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah di Pakandangan. Hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t dengan hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,454 > 1,66105) dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah di Pakandangan. Hal ini juga diperkuat dan didukung oleh uji t dengan hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,910 < 1,66105) dengan nilai signifikan 0,004 < 0,05.

3. Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah di Pakandangan, peneliti menguji dengan uji F yaitu dilihat dari tabel

Edit dengan WPS Office

ANOVA bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (195,902 > 3,09) dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel faktor emosional dan faktor rasional (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah (Y).

B. Saran

Dari hasil analisis data dan kesimpulan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini, dengan mengetahui adanya pengaruh antara faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah di Pakandangan secara parsial maupun bersama-sama. Saran yang kiranya dapat peneliti sampaikan sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan sebagai pemegang hak otoritas pengambil kebijakan yakni pihak wali nagari Pakandangan dalam upaya peningkatan di antaranya sebagai berikut :

1. Bagi Lembaga Keuangan Syariah atau Perbankan Syariah

a) Faktor emosional dan faktor rasional yang sudah ada harus dipertahankan bahkan ditingkatkan agar dapat meningkatkan dan menciptakan keputusan untuk memilih menggunakan jasa perbankan syariah serta menjaga komunikasi dengan nasabah atau pedagang yang mengedepankan produk perbankan syariah.

Edit dengan WPS Office

b) Pihak bank terus melakukan sosialisasi kepada masyarakat luas guna mempererat tali silaturahmi dengan para anggotanya. Dengan demikian akan terciptanya hubungan baik antara pihak bank dengan para nasabah atau pedagang, dan nasabah atau pedagang akan merasa puas dan nyaman atas pelayanan serta produk yang dirasakan sehingga akan menimbulkan loyalitas dari nasabah nantinya.

c) Bagi Bank Syariah agar dapat memberikan sosialisasi yang efektif perlu ditekankan pada pengenalan dari sisi keunggulan dalam menggunakan jasa bank syariah disamping pengenalan layanan dan produk yang dimiliki oleh bank syariah tersebut. Dalam hal ini untuk dapat menepis keragu-raguan dikalangan masyarakat dan dapat meningkatkan kepercayaan, kepuasan serta kenyamanan bertransaksi melakukan transaksi pada bank syariah.

2. Bagi Akademisi, peneliti selanjutnya diharapkan dapatmengembangkan penelitian lanjutan dengan meneliti faktor-faktor lain yang diperkirakan mampu mempengaruhi faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah di lembaga keuangan. Sehingga mampu menghasilkan nilai yang lebih tinggi serta dapat memberikan gambaran yang lebih luas terhadap permasalahan yang diteliti.

3. Bagi Nasabah atau Pedagang di Nagari Pakandangan agar lebih

Edit dengan WPS Office

banyak menggunakan jasa perbankan syariah dengan menggunakan produk-produk yang telah berlandaskan syariat Islam dan tumbuh menjadi bank yang sehat dan handal.

Edit dengan WPS Office

DAFTAR PUSTAKA

Ating Somari dan Sambas Ali Muhidi. 2011. *Aplikasi Statistik dalam Penelitian* . Bandung: Pustaka Setia.

Achmad Sani Supriyanto, dkk. 2013,*Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Kuesioner, dan Analisis Data.* Malang: UIN- Maliki Press.

Kasmis, 2002. *Manajemen Perbankan* . Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Sudarsono, Heri. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah.* Yogyakarta: Ekosonia

Kurniasih, Dedeh. 2021. *Kepuasan Konsumen* . Banten: Bintang Sembilan Visitama

Husein, Umar. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* . Edisi Baru. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Alwi, Hasan. 2017. *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Jakarta: Balai Pustaka

Karim, Kurniati. 2020. *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan* . Surabaya: CV. Jakad Media Publishing

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran* . Yogyakarta: Grahana

Edit dengan WPS Office

Ilmu

Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat

Parasuraman. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta: UI Press

Muhammad. 1999. *Pengantar Akuntansi Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka

Ali, Nurdi. 2009. *Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Universitas Islam Terbuka

Khatimah, Husnul. 2011. *Penerapan Syariah Islam.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Mislah Hayati Nasution, Sutisna. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking*. Jurnal Nisbah. 1 (1)

Nur Asnawidan Masyuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Maliki Prees

Harry suttanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Pustaka Setia, 2013) h.131

Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta : Rajawali, 2013) h.28

Edit dengan WPS Office

Serly Handayani, *"Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah"* (Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, vol. 1 (2), 2019 hal 45

Edit dengan WPS Office

BAB I

PENDAHULUAN

D. Latar Belakang

Dengan berkembangnya industri perbankan syariah berdampak pada makin banyaknya bank-bank konvensional untuk ikut meramaikan persaingan degan menambah unit bisnis syariah atau munculnya bank-bank syariah yang baru. Tingkat persaingan ini semakin besar oleh karena telah disahkannya UU No 10 tahun 1998 sebagai dasar hukum bagi beroperasinya lembaga perbankan syariah. Indonesia yang mayoritas nya penduduknya beragama Islam menjadi indikator yang paling cepat tumbuh dan berkembangnya bank syariah dari tahun ke tahun. Karena dasarnya dalam agama Islam sendiri telah dinyatakan bahwa bunga"Riba"yang ada pada sistem perbankan konvensional adalah haram hukumnya. [22]

Bank syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan / perbankan yang opersional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al- Qur‟an dan Sunnah. Menurut

[22]Harry suttanto,*Manajemen Pemasaran Bank Syariah* , (Bandung : Pustaka Setia, 2013) hal.131

Edit dengan WPS Office

Antonio dan Perwataatmadja bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam adalah bank yang beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariat Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat dalam Islam. Dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan dalam pasal 1 bahwa "Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya".[23]

Dinegara berkembang seperti Indonesia dan negara di Asia lainnya, pemahaman sebagian masyarakat tentang bank masih sedikit, masih pada masyarakat perkotaan masyarakat pedesaan masih menganggap keberadaan bank hanya untuk kalangan tertentu. Pada umumnya, masyarakat hanya menganggap bank sebagai tempat menyimpan dan meminjam uang. Bagi masyarakat di pedesaan, pemahaman tentang bank sangat minim bahkan ada yang tidak tahu sama sekali tentang bank. Masyarakat desa, bahkan merasa takut berhubungan dengan bank, sehingga tidak banyak yang melakukan transaksi keuangan di bank. keterbatasan akan pengetahuan masyarakat terhadap bank tersebut berdampak pada terhambatnya pertumbuhan bank di pedesaan sehingga menyebabkan lajunya

[23] Ascarya,*Akad dan Produk Bank Syariah,* (Jakarta : Rajawali, 2013) hal.28

Edit dengan WPS Office

pertumbuhan ekonomi di pedesaan.

Di Nagari Pakandangan mayoritas penduduknya adalah muslim. Pedagang disini mayoritas menyimpan uang di bank. Namun pemahaman mengenai perbankan syariah di nagari pakandangan ini masih minim. Terbukti dengan jumlah perbankan syariah di Kecamatan Enam Lingkung ini masih kalah dari perbankan konvesional. Menurut data dari Kantor Wali Nagari Pakandangan pemeluk agama islam maupun non islam dari tahun 2019 hingga sekarang tercatat sejumlah 4.718 jiwa, dari sejumlah penduduk nagari pakandangan hanya 1,6% sama dengan 80 orang yang berpropesi sebagai pedagang di pasar pakandangan.

Tabel 1.1

Jumlah Penduduk Tahun 2019-2023

No	Keterangan	Jumlah
1.	Laki-laki	2.550 Orang
2.	Perempuan	2.168 Orang
	Jumlah	4.718 orang

Edit dengan WPS Office

Sumber: Wali Nagari Pakandangan

Dari seluruh jumlah penduduk di nagari pakandangan hanya beberapa jiwa saja yang berpropesi sebagai pedagang di pasar pakandangan, karena sebagian besar berkerja sebagai petani. Jumlah pedagang di pasar pakandangan berjumlah sekitar 80 orang. Dari data yang diperoleh di Kantor Wali Nagari diketahui terdiri dari 60 laki-laki dan 20 perempuan.

Tabel 1.2

Jumlah Pedagang Pakandangan

No	Keterangan	Jumlah
1.	Laki-laki	60 Orang
2.	Perempuan	20 Orang
	Jumlah	80 orang

Sumber: Wali Nagari Pakandangan

Dari informasi yang saya temukan dan saya mewawancari beberapa pedagang di pasar pakandangan mengenai perbakan syariah, saya menemukan bahwa bank syariah belum terlalu diketahui dan dipahami oleh para pedagang dipasar pakandanagn. Karena selama ini

Edit dengan WPS Office

para pedagang di pasar pakandangan hanya mengenal bank konvesional yang ada di wilayah pakandangan, hal itu diketahui berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pedagang.

Dari hasil wawancara yang saya dapat dari salah satu pedagang yang berada di pasar pakandangan mengenai perbankan syariah, salah satunya dengan ibuk santi mengenai penggunaan jasa perbankan syariah dipasar pakandangan. Perkembangan perbankan syariah masih jauh berbeda dengan perbankan konvesional, karena di daerah tersebut perbankan syariah perkembangan bank tersebut lambat dan kurangnya pengetahuan para pedagang tentang bank syariah dikarenakan di daerah tersebut kurang tersosialisasi.

Dan kemunculan perbankan konvesional yang lebih dulu dari pada perbankan syariah menjadi faktor utama mengapa perbankan syriah masih jauh perkembangannya dari bank perbankan konvesional. Banyak masyarkat/pedagang terutama muslim yang masih menggunakan jasa perbankan konvesional. Karena pedagang beranggapan bahwa perbankan syariah dengan perbankan konvesional dan bunganya sama saja. Kurangnya pengeahuan pedagang dalam memilih jasa perbankan dan kuranya sosialisasi bank syariah di dalam lingkungan masyarakat/pedagang.

Edit dengan WPS Office

Di daerah tersebut pun hanya ada perbankan konvesional danada pun perbankan syariah belum tersosialisasikan di daerah tersebut. Mungkin apa bila jelas sistemnya serta akselibilitas jelas mungkin pedagang pasar pakandangan bisa mempertimbangkannya. Informasi mengenai karakteristik dan perilaku pedagang Kabupaten Padang Pariaman khususnya Pedagang Pasar Pakandangan tehadap perbankan syariahs menjadi alat yang efekif untuk meningkatkan sosialisasi dan penetapan strategi pemasaran bagi bank-bank syariah yang akan beroperasi di suatu wilayah tersebut. Perbedaan karakteristik manusia dalam berfikir, berkata, dan bertindak, seseorang akan dikatakan baik bila perilakunya sesuai dengan ajaran agama, dan sebaliknya akan buruk bila perilakunya tidak sesuai dengan ajaran agama. Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih suatu bank diantaranya adalah faktor emosional dan faktor rasional.

Faktor emosional dalam penelitian ini meliputi ketaatan beragama psikologis dan atribut produk yang Islami. Ketaatan beragama adalah memenuhi kewajiban agama, menginginkan untuk melaksanakan kewajiban yang belum tertunaikan melaksanakan berbagai anjuran agama sekalipun tidak wajib. Sebagaimana dalam surat al-Baqarah ayat 208 yang artinya “Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut

Edit dengan WPS Office

langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu."

Faktor rasional dalam penelitian ini meliputi pelayanan, kenyamanan dan kepuasan. Pelayanan adalah apa yang menghasilkan atau mencegah suatu penjualan. Pelayanan yang baik akan menumbuhkan minat pedagang untuk menabung di bank tersebut. Nilai nasabah dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada para pelanggannya. Semakin baik kualitas pelayanannya, akan semakin tinggi pula nilai pelanggan terhadap perusahaan tersebut.[24]Jadi, faktor emosional merupakan faktor yang menjadi pertimbagan pedagang ketika akan menggunakan jasa perbankan syariah dengan mempertimbangkan pada status sosial, kenyamanan, dan juga keamanan pedagang. Sedangkan pada faktor rasional, pedagang akan mempertimbangkan kenyamanan yang dapat diperoleh pedagang, kemudahan, dan juga keuntungan pedagang tersebut.

Penelitian ini menggunakan faktor emosional dan faktor rasional

karena melihat dari cara berpikir nasabah yang dilandasi oleh teori

[24]Serly Handayani, "Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah" (Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, vol. 1(2),2019 hal 45s

Edit dengan WPS Office

pemasaran
konvensional yang berpaham sekuler, sedangkan segala hal yang berlandaskan
cara berfikir keagamaan serta merta akan dianggap sebagai sesuatu yang
emosional.

Faktor emosional pada penelitian ini lebih cenderung kepada sikap pedagang ketika memutuskan untuk menyimpan uangnya pada suatu bank dengan dua perspektif. Pertama, perspektif waktu sekarang, yaitu ketika masih hidup di dunia. Kedua, perspektif waktu setelah mati, yaitu periode sejak pedagang meninggal atau kehidupan alam kubur sampai dengan waktu saat manusia akan dihitung amal baik dan buruknya selama hidup di dunia. Adanya perspektif waktu setelah mati pada pedagang muslim ini dapat menjelaskan mengapa seseorang pedagang yang menggunakan jasa perbankan syariah bahkan bisa menerima keuntungan yang nilainya lebih kecil sepanjang itu halal. Sedangkan pedagang yang rasional ketika mendapatkan informasi bahwa suku bunga perbankan (konvensional) sedang tinggi, pedagang akan menarik dananya di bank syariah dan memindahkannya ke bank konvensional.

Tingginya kualitas pelayanan juga tidak lepas dari dukungan

Edit dengan WPS Office

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

Penelitian ini menggunakan faktor emosional dan faktor rasional untuk menganalisis pengambilan keputusan masyarakat sehingga dapat mempengaruhi mereka untuk memutuskan memilih

Edit dengan WPS Office

produk dan jasa bank syariah dari pada bank konvesional. Sehingga dapat memberikan perkembangan yang positif untuk perbankan syariah. Oleh karna itu berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: ''**Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Pakandangan)''.**

E. Identifikasi Masalah

4. Pedagang Pakandangan belum sepenuhnya menggunakan produk atau jasa perbankan syariah
5. Faktor emosional pedagang pakandangan lebih dominan kepada sikap pedagang dalam memutuskan untuk menggunakan jasa perbankan syariah
6. Faktor rasional seperti kenyamanan, pelayanan, dan kepuasan masih kurang, sehingga pedagang masih kurang tertarik menggunakan jasa perbankan syariah

F. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, supaya pembahasan tidak melebar dan penulis dapat focus pada permasalahan yang

Edit dengan WPS Office

dibahas dan mencapai hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan, maka penulis perlu membuat batasan. Untuk itu batasan masalah yang akan dibahas yaitu mengenai Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Pakandangan).

G. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

4. Bagaimana pengaruh faktor emosional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah?
5. Bagaimana pengaruh faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah?
6. Bagaimana pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah?

H. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Edit dengan WPS Office

4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor emosional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah

5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah

6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah

I. Manfaat Penelitian

Adapun yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

4. Untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar sarjana (S1) di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

5. Sebagai bahan acuan dan motivasi bagi peneliti-peneliti selanjutnya penelitian dalam mengamalkan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu-ilmu ekonomi.

6. Penelitian ini dapat dijadikan sumbangan pemikiran atau studi banding bagi mahasisiwa atau pihak yang melakukan penelitian yang sejenis. Di samping itu, guna meningkatkan keterampilan, memperluas wawasan yang akan membentuk mental mahasiswa sebagai bekal memasuki lapangan kerja.

Edit dengan WPS Office

J. Penjelasan Judul

Pengaruh	:	Daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.[25]
Faktor Emosional	:	Suatu keadaan yang mampu mempengaruhi tindakan seseorang untuk melakukan suatu rencana yang dikehendakinya.
Faktor Rasional	:	Faktor-faktor yang didasarkan pada kenyataan-kenyataan seperti yang ditujukan oleh suatu produk kepada konsumen.
Kepetusan	:	Suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisa kemungkinan- kemungkinan dari alternatif tersebut bersama konsekuensinya.
Pedagang	:	Bagian dari bisnis yang berjalan sebagai penengah (distribusi) suatu barang yang dihasilkan dari sektor ekonomi, yaitu sektor pertanian, sektor industri, dan sektor jasa yang

[25]Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online tentang pengaruh, 26 Maret 2023, 13.28

Edit dengan WPS Office

		dibutuhkan dan diperlukan oleh manusia atau masyarakat untuk dapat dimanfaatkan oleh konsumen.
Perbankan Syariah	:	Bank yang beroperasi sesuai dengan Prinsip-Prinsip Syariah.

Jadi dapat disimpulkan penjelasan judul yang dimaksud penulis dengan penelitian ini adalah bagaimana Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Pakandangan).

K. Kajian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, maka peneliti terlebih dahulu mengamati dan mencermati penelitian terdahulu yang relevan. Dari penelusuran yang dilakukan, penulis menemukan pembahasan yang ada kaitannya dengan judul dan masalah yang akan diteliti, diantaranya:

No.	Nama Penulis, Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ika Yaunita dan	Analisis Faktor-	Hasil penelitiannya

Edit dengan WPS Office

Nurhayati (2013).	faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah di Kota Padang	menunjukkan bahwa preferensi konsumen dalam memilih jasa bank syariah lebih disebabkan karena alasan prinsip syariah, reputasi bank, bagi hasil yang tinggi, prosedur cepat dan mudah serta lokasi yang dekat. Faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis mempengaruhi konsumen dalam memilih jasa bank syariah dan faktor budaya masih menjadi faktor

Edit dengan WPS Office

			penentu utama bagi konsumen dalam memilih jasa bank syariah di Kota Padang.
2.	Sandi Amaldi Siregar (2019)	Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Minat Menabung di BNI Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Stambuk 2016).	Hasil uji t menunjukkan bahwa (1) variabel relijiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di BNI Syariah dengan thitung 2,871 > ttabel 1,993; (2) variabel atribut produk berpengaruh terhadap minat menabung dengan thitung 2,167 > ttabel 1,993; (3)

Edit dengan WPS Office

pelayanan berpengaruh minat menabung dengan thitung 2,259 > ttabel 1,993; (4) kepuasan berpengaruh terhadap minat menabung dengan thitung 2.056> ttabel 1,993 dan (5) sedangkan secara simultan variabel relijiusitas, atribut produk, pelayanan, dan kepuasan berpengaruh terhadap minat menabung dengan Fhitung 5,04 > F table 2,87. Besaran koefisien

Edit dengan WPS Office

			determinasi (R2) sebesar 0.583 berarti minat menabung di BNI Syariah , sebesar 58,3% dipengaruhi oleh variabel relijiusitas, atribut produk, pelayanan dan kepuasan sedangkan sisanya (41%) dipengaruhi oleh variabel lain. Persamaan regresi linear berganda adalah Y = 47,783+b1 267 + b2 243+ b3 334 + b4 231+ e.
3	Niswah Muti'ah (2015)	Pengaruh Motif Rasional dan Motif	Hasil dari uji koefisien

Edit dengan WPS Office

Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Muamalat FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).	determinasi menunjukkan prosentase pengaruh variabel motif rasional dan motif emosional terhadap pengambilan keputusan mahasiswa sebesar 27,1%. Hasil dari uji F diperoleh bahwa nilai Fhitung > Ftabel yakni sebesar 24,189 > 3,07 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable motif rasional dan motif emosional secara simultan

Edit dengan WPS Office

berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mahasiswa. Pada uji t, variabel yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mahasiswa adalah motif emosional terbukti dari nilai thitung > ttabel yakni sebesar 5,158 > 1,978 dan nilai signifikansinya 0,000 < 0,05, kemudian motif rasional terbukti pada nilai thitung > ttabel yakni sebesar

Edit dengan WPS Office

			2,658 > 1,987 dan nilai signifikansinya 0,008 < 0,05.
4	Ery Wibowo dan Hardiwinoto (2015)	Pemahaman Rasional Pembiayaan Syariah, Relegiusitas, Primordialisme Pengusaha dan Pengaruhnya Terhadap Sikap Pengusaha dalam Memilih Pembiayaan di Bank Syariah.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa R Square sebesar 0,643. Dengan hasil penhujian hipotesis menunjukkan bahwa sikap pengusaha dalam memilih pembiayaan di bank syariah lebih dipengaruhi secara langsung oleh pemahaman rasional tentang pembiayaan syariah dengan tingkat

Edit dengan WPS Office

			signifikansi sebesar 0,00. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sikap pengusaha dalam memilih pembiayaan di bank syariah secara langsung dipengaruhi oleh motif rasional. [26]
5	Viola De Yusa (2015)	Pengaruh Motif Rasional Dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Blackberry Di Bandar Lampung.	Hasil dari penelitian yaitu Secara teoritis bentuk model regresi logistic ini menunjukkan estimator B0 = -29,049, motif rasional (X1) =

[26] Ery Wibowo dan Hardiwinotom.2015. Pemahaman Rasional Pembiayaan Syariah, Religiusitas, Primordialisme Pengusaha dan Pengaruhnya terhadap Sikap Pengusaha dalam Memilih Pembiayaan di Bank Syariah. Jurnal, (Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang).

Edit dengan WPS Office

0,948. Koefisien motif rasional sebesar 0,004 menyatakan bahwa setiap peningkatan per satuan motif rasional, akan menimbulkan kemungkinan terjadinya peningkatan keyakinan konsumen dalam melakukan pembelian ponsel Blackberry sebesar 0,04%. Agar motif rasional dapat meningkat maka perusahaan hrus melakukan promosi yang gencar,

Edit dengan WPS Office

publikasi produk, meningkatkan kualitas produk, menambah fitur-fitur di dalam ponsel Blackberry, dan lainnya. Besarnya pengaruh tersebut secara signifikan lebih didominasi oleh pengaruh motif emosional (X2) sebesar 1,361 dengan kriteria yang paling dominan adalah rasa senang karena konsumen merasakan kesenangan tersendiri dalam menggunakan komunikasi dengan

Edit dengan WPS Office

ponsel Blackberry. Koefisien motif emosional sebesar 0,001 menyatakan bahwa setiap perubahan peningkatan per satuan motif emosional, akan menimbulkan kemungkinan terjadinya peningkatan keyakinan konsumen dalam melakukan pembelian ponsel Blackberry sebesar 0,01%.[27]

[27] Viola De Yusa.2015. Pengaruh Motif Rasional Dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Blackberry Di Bandar Lampung. Jurnal (Lampung : Fakultas Ekonomi universitas Muhammadiyah Metro).

Edit dengan WPS Office

BAB II

LANDASAN TEORI

c. Faktor Emosional

3. Pengertian Faktor

Faktor adalah hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu. Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, cukup banyak faktor-faktor dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan dan yan berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat.[28]

4. Faktor emosional

Dalam makna paling harfiah, Oxford English Dictionary mendefinisikan emosi sebagai “setiap kegiatan atau pergolakan pikiran, perasaan, nafsu; setiap keadaan mental hebat atau

[28] Etta dan Sopiah *Perilaku konsumen* , (Yogyakarta : Andi Offset 2013), hlm. 27

Edit dengan WPS Office

meluap-luap". Emosi merujuk ada perasaan dan pikiran-pikiran khasnya, suatu keadaan biologis dan psikologis, dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak. Sejumlah Teoretikus mengelompokkan emosi dalam golongan-golongan besar.[29]

Faktor emosional lebih cenderung kepada sikap nasabah ketika memutuskan untuk menyimpan uangnya pada suatu bank dengan dua perspektif. Pertama, perspektif waktu sekarang, yaitu ketika masih hidup didunia. Kedua, perspektif waktu setelah mati, yaitu pada periode sejak nasabah meninggal atau kehidupan alam kubur sampai dengan waktu saat manusia akan dihitung amal baik dan buruknya selama hidup di dunia. Adanya perspektif waktu setelah mati pada nasabah muslim ini dapat menjelaskan mengapa seseorang nasabah baik syariah bahkan bisa menerima keuntungan yang nilainya lebih kecil sepanjang itu halal.

Motivasi yang berdasar pada emosional akan terkesan buru- buru, seakan konsumen dalam membeli produk tidak memperhitungkan kemungkinan yang akan terjadi pada jangka

[29] Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, Perilaku Organisasi Edisi 16, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), hlm. 127-128

Edit dengan WPS Office

waktu yang panjang. Motivasi rasional mengandung arti bahwa konsumen memilih produk berdasar pada kriteria yang didasarkan pada subyektif seperti kebanggaan atau status. Emosi merupakan perasaan yang dapat melibatkan rangsangan fisiologis, pengalaman sadar seperti memikirkan keadaan jatuh cinta dan ekspresi perilaku. Emosional merupakan suatu perasaan dari dalam diri individu dan reaksi pada stimulus dari luar yang mendorong seseorang untuk bertindak. Faktor emosional dalam ekonomi adalah dorongan dari dalam diri seseorang untuk memutuskan sesuatu dalam hal ini melakukan pembelian terhadap suatu produk yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang subyektif, seperti kebanggaan, status, harga diri, dan lain sebagainya.

Faktor emosional meliputi tingkat ketaatan beragama nasabah, psikologis dan atribut produk yang berdasarkan prinsip syariah, berikut ini adalah penjelasanya:

4) Ketaatan Beragama

Ketaatan beragama adalah memenuhi kewajiban agama, menginginkan untuk melaksanakan kewajiban yang belum tertunaikan melaksanakan berbagai anjuran agama

Edit dengan WPS Office

sekalipun tidak wajib.7 Dalam penelitian Rahman menyatakan bahwa komitmen agama merupakan bentuk ketaatan pada ajaran agama yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah.8 Kita dapat menilai seseorang taat atau tidaknya dalam beragama adalah dengan mengamati perilaku kesehariannya dalam keberagamaan. Perkembangan ketaatan seseorang di ukur berdasarkan tingkat kemampuan.Secara garis besar kematangan beragama seseorang adalah kemampuan seseorang untuk mengenali atau memahami nilai agama yang terletak pada nilai-nilai luhurnya.

5) Faktor Psikologis

Faktor psikologis merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen termasuk di dalamnya motivasi konsumen.Motivasi konsumen perlu dipelajari dan penting diteliti agar dapat diketahui alasan orang melakukan pembelian, sehingga dapat dilakukan kegiatan untuk menarik pembeli agar bersedia membeli produk yang ditawarkan.

Edit dengan WPS Office

6) Atribut Produk

Atribut produk adalah faktor yang melekat pada suatu produk. Oleh karena itu atribut produk menjadi titik tolak penilaian bagi konsumen/ nasabah tentang terpenuhinya atau tidaknya kebutuhan dan keinginan yang diharapkan dari suatu produk. Karena Bank Syariah merupakan lembaga berdasarkan prinsip syariah, maka atribut-atribut produk Bank Syariah harus berdasarkan syariah antara lain atribut produknya bercirikan menghindari unsur riba, menggunakan prinsip nisbah bagi hasil, menghindari unsur ketidakpastian dan menghindari unsur judi.[30]

Indikator Faktor Emosional :

g) Ketaatan beragama nasabah

Ketaatan beragama adalah faktor penting yang perlu dimiliki oleh seorang individu supaya dapat menghindarkan diri daripada melakukan perbuatan dosa.

h) Atribut produk Islami

Atribut produk khas yang ada pada bank syariah, berupa fitur produk yang sesuai dengan sistem keuangan Syariah

[30] Kotler, Philip, Marketing Management Analysis Planning, Implementation & Control Prentice.

Edit dengan WPS Office

i) Performance quality

Kualitas dari performance suatu produk dapat diartikan sebagai kemampuan dan produk untuk dapat berfungsi sesuai dengan kegunaannya ketika digunakan.

j) Reputation kepuasan

Kedudukan strategis orang, produk, merek, perusahaan atau organisasi di mata seseorang.

k) Loyalitas nasabah

Loyalitas yaitu derajat sejauh mana seorang nasabah menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu desposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini.

d. Faktor Rasional

3. Faktor Rasional

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,

Edit dengan WPS Office

jika mengajukan kredit sangat mempertimbangkan bunga atau margin berdasarkan mahal dan murahnya serta besar dan kecilnya. Hal ini berbanding terbalik dengan nasabah emosional yang tidak menghiraukan hal tersebut dimana nasabah rasional amat menekankan hal tersebut.[31]

Sebagai contoh ketika biaya layanan perbankan syariah lebih tinggi dari pada perbankan konvensional, maka nasabah rasional bertindak cepat dengan menarik seluruh simpanannya dan memindahkannya keperbankan konvensional yang dirasa lebih murah. Rasional yaitu menurut pikiran dan pertimbangan yang logis, menurut pikiran yang cocok dengan akal. Rasional merupakan berfikir yang didasarkan pada akal atas dasar kebenaran yang ada. Jadi dapat disimpulkan, bahwa rasional adalah cara berpikir seseorang dalam memutuskan suatu keputusan dengan mempertimbangkan dengan akal sehat.

4. Indikator Faktor Rasional Terdapat beberapa indikator rasional yaitu:

Dalam hal ini ada beberapa menurut (Muhammad Fauzi, 2010) indikator alas an nasabah memilih bank syariah. Dalam hal ini peneliti menggunakan faktor rasional meliputi: pelayanan,

[31] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, edisi 13 Alih Bahasa

Edit dengan WPS Office

kenyamanan dan kepuasan.

d) Pelayanan

Pelayanan adalah tentang apa yang baik dan apa yang buruk terkait kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (Bank) tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani (Nasabah), karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan mereka dalam memenuhi kepuasan (Barata, 2003).

e) Kenyamanan

Definisi nyaman dan aman akan berbeda untuk setiap organisasi, dan salah satu faktor kenyamanan dan keamanan ini bergantung pada pola kebutuhan yang sesuai dengan jenjang posisi karyawan.

f) Kepuasan

Kata kepuasan (satisfaction) berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu dan membuat sesuatu memadai.

e. BANK SYARIAH

Edit dengan WPS Office

13. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah terdiri atas dua kata, yaitu bank dan syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bankdan pihak yang lain untuk penyimpangan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.[32]

Bank umum syariah adalah bank syariah yang berdiri sendiri sesuai dengan akta pendiriannya, bukan merupakan bagian dari bank konvensional. Beberapa contoh bank umum syariah adalah: Bank Syariah Mandiri, Bank Muamlat Indonesia, Bank Syariah Mega, Bank Syariah Bukopin, Bank BCA Syariah, dan Bank BRI Syariah. Secara umum, pengertian Bank Syariah (Islamic Bank) adalah bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Saat ini banyak istilah yang diberikan untuk menyebut entitas bank Islam, selain istilah bank Islam itu sendiri, yaitu bank tanpa bunga (interest-freebank),

[32] Zainuddin. 2012. *Hukum Perbankan Syariah* , (Jakarta: Rineka Cipta), h. 1

Edit dengan WPS Office

bank tanpa riba (lariba bank), dan bank syariah (shari'a bank).

14. Dasar Bank Syariah

Bank syariah secara yuridis normatif dan yuridis empiris diakui keberadaannya di negara Republik Indonesia. Pengakuan secara yuridis normatif tercatat dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, diantaranya, Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Undang-undang No. 10 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1998 tentang Perbankan, Undang-Undang No. 3 Tahun 2004 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, Undang-Undang No. 3 Tahun 2006 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1989 tentang Peradilan Agama. Selain itu, pengakuan secara yuridis empiris dapat dilihat perbankan syariah tumbuh dan berkembang pada umumnya di seluruh Ibukota Provinsi dan Kabupaten di Indonesia, bahkan beberapa bank konvensional dan lembaga keuangan lainnya membuka unit usaha syariah (bank syariah, asuransi syariah, pegadaian syariah, dan semacamnya). Pengakuan secara yuridis dimaksud, memberi peluang tumbuh dan berkembang secara luas kegiatan usaha perbakan syariah, termasuk memberi kesempatan kepada bank umum

Edit dengan WPS Office

(konvensional) untuk membuka kantor cabang yang khusus melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

Al-Quran juga dinyatakan sebagai sumber dari segala sumber hukum. Artinya apapun sumber atau dalil hukum syarat yang lain tetap menjadikan al Quransebagai rujukan utama dan tidak boleh bertentangan dengannya. Jika masalah bunga bank dijadikan sebagai perumpamaan, tenyata tidak dapat dijawab secara langsung oleh al-Qurandan tentang ketentuan hukumnya dapat diulas secara lebih jelas oleh Sunnah Rasulluah atau berdasarkan analisis dan kebenaran para mujtahid.Namun tidak boleh menyalahi dan harus mengikuti prinsip dasar ayat al-Qura‟an.[33]

Dasar-dasar syariah dalam menetapkan imbal jasa dengan mengacu kitab Al Quran pada Surat Al-Imran ayat 130 yang mempunyai

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوا الرِّبٰوٓا اَضْعَافًا مُّضٰعَفَةً ۖوَّاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ۚ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat gandadan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan".

[33] Iska.*Sistem Perbankan Syariah di Indonesia Dalam Prespektif Fikih Ekonomi* . Yogyakarta: Fajar Media. 2012, h. 140.

Edit dengan WPS Office

Yang dimaksud Riba di sini ialah Riba nasi'ah.menurut sebagian besar ulama bahwa Riba nasi'ah itu selamanya haram, walaupun tidak berlipat ganda.Riba itu ada dua macam meliputi nasiah dan fadhl.Riba nasiah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan.Riba fadhl ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya.Riba yang dimaksud dalam ayat ini riba nasiah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliyah.

15. Prinsip-prinsip Bank Syariah

Dalam menjalankan aktifitasnya, bank syariah tersebut menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:

d) Prinsip Keadilan

Prinsip ini tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilanmargin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah.

e) Prinsip Kesederajatan

Bank syariah menempatkan nasabah penyimpanan

Edit dengan WPS Office

dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank.

f) Prinsip Ketentraman

Produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam, antara tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Artinya nasabah akan meraskan ketenteraman lahir maupun batin.

16. Produk Jasa Perbankan Syariah

Jasa bank adalah semua aktivitas bank, baik yang secara langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan tugas dan fungsi bank sebagai lembaga intermediasi, yaitu lembaga yang memperlancar terjadinya transaksi perdagangan, sebagai lembaga yang memperlancar peredaran uang serta sebagi lembaga yang memberikan jaminan kepada nasabahnya.

Semakin lengkap jasa-jasa bank yang dapat dilayani oleh suatu bank maka akan semakin baik. Kelengkapan ini ditentukan dari permodalan bank serta kesiapan banak dalam

Edit dengan WPS Office

menyediakan SDM yang handal. Dalam praktiknya jasa-jasa bank yang ditawarkan meliputi:

f. Kiriman Uang (Transfer). Transfer adalah suatu kegiatan jasa bank untuk memindahkan sejumlah dana tertentu sesuai dengan perintah si pemberi amanat yang ditujukan untuk keuntungan seseorang yang ditunjuk sebagai penerima transfer. Dalam arti lain, transfer adalah kiriman uang yang diterima bank termasuk hasil inkaso yang ditagih melalui bank tersebut yang akan diteruskan kepada bank lain untuk dibayarkan kepada nasabah (transfer). Baik transfer uang keluar atau masuk akan mengakibatkan adanya hubungan antar cabang yang bersifat timbal balik, artinya bila satu cabang mendebet cabang lain mengkredit. Khusus untuk pengiriman keluar Negeri harus melalui bank devisa.

g. Inkaso (Collection). Inkaso adalah pemberian kuasa pada bank oleh nasabah (baik perusahaan maupun perorangan) untuk melakukan penagihan terhadap surat-surat berharga (baik yang berdokumen maupun yang tidak berdokumen) yang harus dibayar setelah pihak yang bersangkutan (pembayar atau tertarik) berada ditempat lain (dalam atau

Edit dengan WPS Office

luar negeri) menyetujui pembayarannya. Dalam arti lain, Inkaso merupakan kegiatan jasa Bank untuk melakukan amanat dari pihak ke tiga berupa penagihan sejumlah uang kepada seseorang atau badan tertentu di kota lain yang telah ditunjuk oleh si pemberi amanat.

h. Bank Card (Kartu kredit). Bank Card atau lebih dikenal dengan sebutan kartu kredit atau juga uang plastic. Kartu ini dapat dibelanjakan di berbagai tempat perbelanjaan atau tenpat-tempat hiburan.

i. Menerima setoran-setoran. Dalam hal ini bank membantu nasabah dalam rangka menampung setoran dari berbagai tempat antara lain: Pembayaran pajak. Pembayaran telepon. Pembayaran air. Pembayaran listrik. Pembayaran uang kuliah

j. Melayani pembayaran-pembayaran. Sama halnya seperti dalam hal menerima setoran,bank juga melakukan pembayaran seperti yang diperintahkan oleh nasabah antaralain: Membayar gaji/pension/honorarium. Pembayaran deviden. Pembayaran bonus/hadiah.

17. Jenis dan Kegiatan Bank Syariah

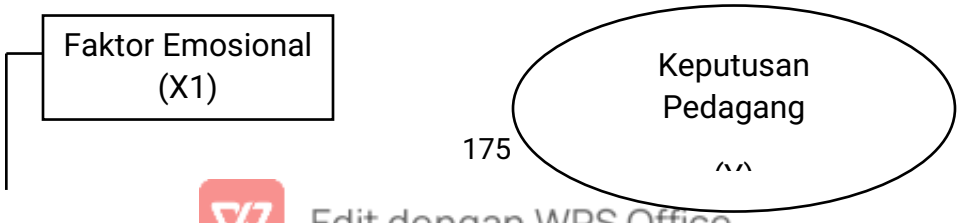
Edit dengan WPS Office

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan maupun transaksi perbankan lainnya.Transaksasi yang dapat ditawarkan oleh bank berbeda antara satu bank dan bank lainnya.Beberapa bank syariah menawarkan semua produk perbankan, sebagian bank syariah hanya menawarkan produk tertentu dan seterusnya. Produk dan jasa bank syariah yang dapat diberikan kepada masyarakat tergantung jenisnya.30 Perbankan syariah berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan antara unit-unit ekonomi yang mempunyai kelebihan dana dengan unit-unit lain yang mengalami kekurangan dana. Karenanya untuk menjalankan fungsi intermediasi tersebut, lembaga pebankan syariah akan melakukan kegiatan usaha berupa penghimpun dana, penyalur dana, serta menyediakan berbagai jasa transaksi keuangan kepada masyarakat.

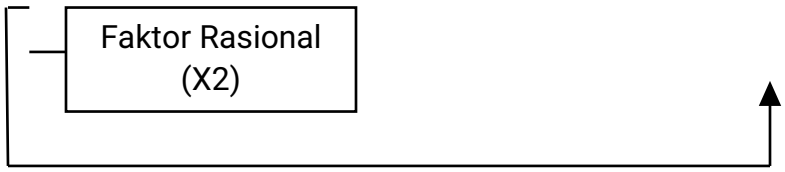
L. Kerangka Pemikiran

Gambar2.1

Kerangka Pemikiran



Edit dengan WPS Office



Keterangan:

: Pengaruh

: Variabel X1 dan X2

: Variabel Y

M. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya, maka perlu diuji kebenarannya.[34] Berdasarkan pada rumusan masalah tinjauan teoritis dan landasan teori yang telah diuraikan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

[34]Syofian Siregar, *"Statistik Parameter untuk Penelitian Kuantitatif",* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), hal 65.

Edit dengan WPS Office

Variabel X1 (Faktor Emosional)

H0 : Faktor Emosional tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah.

H1 : Faktor Emosional berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah.

Variabel X2 (Faktor Rasional)

H0 : Faktor Rasional tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah.

H1 : Faktor Rasional berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah.

Hipotesis berisi rumusan secara jelas, singkat dan lugas yang telah dinyatakan dalam kalimat pernyataan. Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti lakukan maka hipotesis dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

4. Adanya pengaruh signifikan antara faktor emosional (X1) terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah(Y).

   H0: $\beta 1 = 0$

   Ha: $\beta 1 \neq 0$

5. Adanya pengaruh signifikan antara faktor rasional (X2) terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah(Y).

Edit dengan WPS Office

H0: β2 = 0

Ha: β2 ≠ 0

6. Adanya pengaruh secara simultan antara faktor emosional (X1) dan faktor rasional (X2) terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah(Y).

   H0: β1 = β2 = 0

   Ha: β1 ≠ β2 ≠ 0

Edit dengan WPS Office

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *accidental sampling* dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dimana penelitian ini mencoba menggambarkan dan menafsirkan tentang Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Nagari Pakandangan Paritmalintang.

b. Waktu Penelitian

Edit dengan WPS Office

Penelitian ini dilakukan terhitung pada tanggal 26 Maret sampai dengan waktu yang ditentukan.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperlukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrument-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian melalui data pedagang di pasar Pakandangan Paritmalintang. Teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi dan penyebaran kuesioner.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyusun kuesioner, yang kemudian dibagikan kepada pedagang selaku responden penelitian untuk mengetahui bagaimana tanggapan pedagang tentang faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah.

Edit dengan WPS Office

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat publik yang terdiri atas struktur organisasi dan kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini. Data ini diambil langsung dari objek penelitian dan data yang berupa angka-angka yang sudah teruji kebenarannya dan dokumentasi.

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi merupakan subyek penelitian. Menurut sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kulitas dan karekteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakte ristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau benda, yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang di pasar Pakandangan Paritmalintang khususnya

Edit dengan WPS Office

pedagang pada tahun 2019 yang terdiri dari 4.718 jiwa. Tujuan ditetapkannya populasi adalah untuk menghindari kesalahan generalisasi kesimpulan.

b. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan dalam penelitian. Teknik penarikan sampel aksidental, dimana sampel yang diambil berdasarkan pada kemudahan (*convenience*), sampel dapat dipilih karena berada pada waktu situasi dan tempat yang tepat.[35] Sampel dari penelitian ini adalah sebagian pedagang di pasar Pakandangan Paritmalintang.

Rumus pemilihan sampel menggunakan rumus slovin

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

E : Batas toleransi kesalahan

Untuk menggunakan rumus ini, pertama ditentukan berapa

[35] Priyono,*Metodelogi Penelitian Kuantitatif,* (Surabaya: Zifatama Publishing), 2008, h.118

Edit dengan WPS Office

batas toleransi kesalahan. Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan persentase. Semakin kecil batas toleransi kesalahan maka semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Misalnya, penelitian dengan menggunakan batas kesalahan 10% berarti memiliki tingkat akurasi 90%, penelitian menggunakan batas kesalahan 5% berarti memiliki tingkat akurasi 95%, penelitian dengan menggunakan batas kesalahan 2% berarti memiliki tingkat akurasi 98%. Dengan jumlah populasi yang sama, semakin kecil toleransi kesalahan maka semakin besar jumlah sampel yang dibutuhkan.

Skema sampel akan diambil dari populasi yang telah ditentukan dengan rumus slovin, dengan rincian sebagai berikut:

Diketahui : N= 4.718, e= 10%

$$n = \frac{4.718}{1+4.718(10\%)^2}$$

f. $n = \frac{4.718}{48,18}$

g. $n = 97,92$

h. Untuk memudahkan peneliti dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil 98 nasabah yang menjadi sampelnya.

Edit dengan WPS Office

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel adalah suatu atribut, sifat, atau nilai dari objek ataupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Defenisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data.

Definisi operasional adalah variabel penelitian yang dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis. Dalam penelitian ini ada tiga variabel penelitian yang digunakan yaitu:

1). Variabel X1 adalah faktor emosional dengan indikator sebagai berikut:

a) Ketaatan Beragama

b) Faktor Psikologi

c) Atribut Produk

2). Variabel X2 adalah faktor rasional dengan indikator sebagai berikut:

a) Pelayanan

b) Kenyamanan

Edit dengan WPS Office

c) Kepuasan

3). Variabel Y adalah keputusan memilih dengan indikator sebagai berikut:

a) Faktor Internal

b) Faktor Eksternal

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu dalam mengumpulkan data. Pengumpulan data pada prinsipnya merupakan suatu aktivitas yang bersifat operasional agar tindakannya sesuai dengan pengertian penelitian yang sebenarnya. Data merupakan perwujudan dari beberapa informasi yang sengaja dikaji dan dikumpulkan guna mendeskripsikan suatu peristiwa atau kegiatan lainnya. Data yang diperoleh melalui penelitian nantinya. Oleh karena itu, maka dalam pengumpulan data dibutuhkan beberapa instrumen sebagai alat untuk mendapatkan data yang cukup valid dan akurat.[36]

Data penelitian ini diperoleh dengan mengumpulkan data dari data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner (angket) yang akan disebarkan dan dijawab oleh pedagang nagari pakandangan dalam bentuk pertanyaan skala *likert* .

[36] Syofian Siregar, *Metodologi Penelitian Kuantitatif,* (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 46.

Edit dengan WPS Office

Data sekunder yaitu metode dokumentasi. Metode dokumentasi yang dilakukan peneliti dengan cara mendapatkan data-data tertulis seperti dokumen-dokumen ataupun foto.

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert terdiri dari angka 1 sampai 5 untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban ini dapat diberi skor, misalnya:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
2. Tidak Setuju (TS) = 2
3. Cukup Setuju (CS) = 3
4. Setuju (S) = 4
5. Sangat Setuju (SS) = 5

Tabel 3.1

Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Faktor Emosional	1. Ketaatan Beragama	Likert

Edit dengan WPS Office

(X1)	2. Faktor Psikologi 3. Atribut Produk	
Faktor Rasional (X2)	1. Pelayanan 2. Kenyamanan 3. Kepuasan	Likert
Keputusan Memilih (Y)	1. Faktor Internal 2. Faktor Eksternal	Likert

G. Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder, dalam suatu penelitian pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting, karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Edit dengan WPS Office

d. Metode kuesioner (angket)

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bias terpengaruhi oleh sitem yang diajukan ole sistem yang sudah ada. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner model tertutup yang terdiri dari pernyataan-pernyataan tertulis dan responden tinggal memilih alternatif yang telah disediakan untuk mengetahui pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah. Pernyataan tersebut menggunakan skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap seseorang atau sekelompok orang. Dengan menggunakan skala liker, maka setiap item instrumen dilengkapi dengan 5 pilihan, dengan skor yang digunakan dalam skala likert adalah 1¬- 5 yaitu:

Tidak Setuju (TS)	= 1
Kurang Setuju (KS)	= 2
Ragu (R)	= 3
Setuju (S)	= 4
Sangat Baik	= 5

Edit dengan WPS Office

e. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga di dapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.

Observasi yang penulis lakukan disini yaitu dengan melakukan observasi secara langsung terhadap kegiatan pedagang di pasar Pakandangan Paritmalintang.

f. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti mendapatkan data-data tertulis seperti dokumen-dokumen ataupun foto.

H. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakuk an analisis data. Adapun metode analisis data yang

Edit dengan WPS Office

digunakan adalah dengan bantuan aplikasi SPSS *versi* 16.0 sebagai alat hitung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

6) **Uji Validitas dan Reabilitas**

c. UjiValiditas

Validitas adalah suatu instrument dalam bentuk ukuran yang dapat menunjukan tingkat-tingkat kevalidan atau kestabilan. Uji validasi digunakan untuk mengukur sah atau validnya sesuatu kuesioner. Diperlukannya uji validitas ini agar peneliti bisa mengetahui apakah instrument yang digunakan valid atau tidak. Ada banyak cara yang digunakan dalam pengujian validitas bisa dilakukan secara statistik, bisa dengan cara manual atau bahkan dengan dukungan computer seperti menggunakan aplikasi pendukung yang bernama SPSS.[37]

Untuk validitas pengukuran pada penelitian ini dapat dilihat pada *Corrected Item Total Correlation* (CITC). Jika nilai CITC > 0,3 maka pertanyaan atau pernyataan yang diajukan dapat dikatakan valid. Validitas digunakan dengan cara

[37]Sugiyono*MetedologiPenelitianKuantitatif, KualitatifdanR&D* , (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 91

Edit dengan WPS Office

membandingkan r-hitung dan r-tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika r-hitung > r-tabel, maka data valid.

Jika r-hitung < r-tabel, maka data tidak valid.

d. Uji Realibilitas

Realibitas adalah alat untuk mengukur konsitensi kontruksi atau variabel penelitian. Suatu variable dikatakan realiabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reabilitas adalah indeks yang menunjukan sejauh mana alat ukur dipakai dua kali mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya relative sama, maka alat ukur tersebut realiabel. Reliabilitias alat ukur dapat dilakukan secara ekternal maupun internal, secara eksternal pengujian dapat dilakukan *test-retest, equivalen* dan gabungan keduanya.

Secara internal reliabilitas alat ukur dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butiran yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. Manfaat penggunaan uji reliabilitas dalam penelitianya itu untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data menunjukan tingkat ketepatan,

Edit dengan WPS Office

tingkat keakuratan, dan konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana instrument yang masuk pengujian adalah pernyataan yang dinyatakan valid.

Uji reliabilitas dilakukan dengan alat ukur *Cronbach Alpha* (CA) aplikasi SPSS untuk mengetahui apakah pengukuran yang digunakan reliabel. Jika nilai *Cronbach Alpha* (CA)> 0,6 ini menunjukan bahwa pengukuran yang digunakan reliable, sedangkan jika nilai *Cronbach Alpha < 0,6* maka dikatakan tidak reliabel.

7) **Uji Asumsi Klasik**

d. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau uji asumsi klasik, artinya sebelum kita melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus di uji kenormalan distribusinya. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data penelitian yang dilakukan memiliki distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas dapat diuji dengan uji *stastitiknon- parametric Kolmogorov – Smirnov Test (K-S)*, P-Pplotataudengan

Edit dengan WPS Office

Analisis Grafik Histogram.[38]

Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan uji stastitik non–parametric *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan kriteria:

c) Jika nilai *Asymp. Sig*. (2-failed) > sama 0,05 data berdistribusi normal.

d) Jika nilai *Asymp. Sig.* (2-failed) < sama 0,05 data tidak berdistribusi normal.

e. Uji Multikolonearitas

Uji multikolonealitas adalah adanya hubungan linear antara variabel bebas (X) dalam model regresi ganda. Uji multikolonearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antar variable bebas.[39] Dalam

[38]Ating Somari dan Sambas Ali Muhidin *Aplikasi Statistik dalam Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm 265

[39]Achmad Sani Supriyanto, dkk. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Kuesioner, dan Analisis Data,* (Malang: UIN- Maliki Press, 2013), hlm. 70

Edit dengan WPS Office

model regresi ganda yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable bebas. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolonearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Faktor*).[40]

c. Nilai Tolerance

Untuk melihat criteria multikolonearitas dengan menggunakan nilai tolerance > 0,1 (10%) menunjukkan bahwa model regresi ganda bebasdari multikolonearitas. Namun jika nilai tolerance < 0,1 (10%) menunjukkan bahwa model regresi ganda terdapat multikolonearitas.

d. VIF (*Variance Inflation Faktor*)

Apabila nilai VIF < 10, maka membuktikan bahwa model regresi bebas dari multikolonearitas. Jika nilai VIF > 10 mengindikasikan bahwa model regresi ganda memiliki multikolonearitas.

f. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu

[40]Nur Asnawidan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Prees, 2011), hlm. 176

Edit dengan WPS Office

kepengamatan yang lain. Jika varian dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya berbeda maka itulah yang disebut dengan heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas di uji dengan menggunakan uji glejser, yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian cedariresidual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Model regresi yang baik maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan dalam uji *heteroskedastisitas* yaitu:

1) Jika nilai signifikan <a = 0,05 maka kesimpulannya adalah terjadi *heteroskedastisitas* atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$.
2) Jika nilai signifikan > a = 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi *heteroskedastisitas* atau nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$.

8) Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu model atau alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui serta meramalkan bagaimana keadaan atau pengaruh variable bebas

Edit dengan WPS Office

(independen) terhadap variabel terikat (independen). Adapun tujuan peneliti menggunakan regresi linear berganda dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh faktor emosional (X1) dan faktor rasional (X2) terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah(Y).

Bentuk persamaan analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Y= a + b1 X1 + b2X2+… + e

Keterangan :

Y = Keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah

a = Konstanta

b1,b2 = Koefisien Regresi Linear Berganda

X1 = Faktor Emosional

X2 = Faktor Rasional

e = *Standar Error*

9) Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji determinasi dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variable dependen Y (keputusan

Edit dengan WPS Office

pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah) dengan variable independen X (faktor emosional dan faktor rasional). Analisis koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase (%) pengaruh keseluruhan variable independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat (R^2) pada hasil analisis persamaan regresi yang diperoleh.

Apabila angka koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati 1 berarti model regresi yang digunakan sudah semakin tepat sebagai model penduga terhadap variable dependen.

Kriteria Pengujian R^2 adalah:

a. Besaran nilai koefisien determinasi terletak antara 0 hingga1, jadi nilai R^2 terletak antara $0 \leq R^2 \leq 1$.
b. Nilai 0 (nol) menunjukkan tidak adanya hubungan yang sempurna antara variable independen dengan variable dependen.
c. Nilai 1 menunjukkan adanya hubungan yang sempurna antara variabel independen dengan variable dependen.
d. Menghitung koefisien determinasi (R^2) untuk menilai

Edit dengan WPS Office

besarnya kontribusi variabel independen terhadap variable dependen.

10) Uji Hipotesis

c) Uji T (Parsial)

Uji t adalah suatu pengujian untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh model regresi independen variable secara parsial mempengaruhi dependen variabel secara signifikan. Uji t digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap Keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah.

Kriteria Pengujian atau Pengambilan Keputusan sebagai berikut:

1) Dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel

Jikat table < thitung, maka H0 diterima.

Jikat table > thitung, maka H0 ditolak.

2) Dengan menggunakan angka signifikan

Jika angka signifikan < 0,05, maka H0 ditolak.

Edit dengan WPS Office

Jika angka signifikan > 0,05, maka H0 diterima.

d) Uji F (Uji Simultan)

Uji F merupakan suatu pengujian yang untuk menunjukan apakah semua variabel bebas yang dimasukan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable terikat. Uji F disebut juga dengan uji ANOVA (*Analysist of Variance*) dengan kegunaannya hampir sama dengan uji t yaitu untuk menganalisis ada tidaknya perbedaan rata-rata atau nilai tengah suatu data. Untuk menganalisis ada tidaknya perbedaan atau pengaruh tersebut dalam uji F, dibutuhkan suatu nilai standar atau nilai F tabel sebagai pembanding.

Kriteria pengujian uji F menggunakan bantuan *software SPSS*, sebagai berikut:

2) Pengujian F hitung dan F tabel

Ho: B=0 (Vairabel-variabel bebas tidak berpengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya). Ha: B=0 (Variabel–variable bebas punya pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variable terikatnya).

3) Dengan Menggunakan Angka Signifikan

Edit dengan WPS Office

Jika angka probabilitas > 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Jika angka probabilitas < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Edit dengan WPS Office

BAB IV

HASIL PENELITIAN

D. PROFIL NAGARI

4. Sejarah Nagari

Sebelum kita mengaji asal usul Nagari Pakandangan ini, sebaiknya ditinjau dulu cerita atau legenda Enam lingkung yang seblumnya, dengan istilah' sabalun alun baralun alun ba toboh Pakandangan, alun ba sintuak lubuak Aluang, along ba sunue koretaji, alun lai ba tiku Pariaman, alun lai ado Korong jo Kampun, baik dusun jo taratak maupun desa jo Nagari samaso itu disabuik toboh" apa yang dinamakan toboh adalah sekelompok orang atau masyarakat yang hidup rukun dan damai walaupun penduduk masih hidup primitif tapi kompak dalam mencari makan hasil yang ditanam dari umbi- umbian serta hasil buruan bintang, burung dan ikan meskipun belum tahu halal dengan yang haram tapi sudah kenal bergotong royong dengan suatu toboh yang satu dengan yang lainnya.

Daerah Enam Lingkung bersal dari 9 (Sembilan) buah toboh yakni : 1. Koto Gadih, 2 .Koto Tuo, 3. Pauh, 4. Lundang Bajawek,5. Kiambang, 6. Lubuk atuang, 7. Ganting, 8. Sungai Asam, 9. Jo Koto

Edit dengan WPS Office

Tinggi yang kesemuanya berada di tepi sungai atau batang air, daerah ini dikuasai oleh dua rajo (Raja) pertama rajo padang manggih yang berkedudukan di Koto Tinggi dan kedua rajo gudangga yang berkedudukan di Ampang sipinang ludang bajawek tepatnya lokasi Pembagunan Kantor Bupati yang baru, dari kehidupan kedua orang rajo ini timbul pertengkaran dan perselisihan yang tak kunjung selesai laksana ombak perang dengan pantai, oleh sebab itu dijeputlah orang yang arif bijaksana yang mungkin bisa untuk menyelesaian pertengkaran yang tepatnya dekat lubuak surau berok dan disanalah suatu BUEK yang dikandangkan artinya buek nan bakarang (Kesepakatan yang dirancang) bisa diselesaikan dengan cara bermusyawarah dilokasi inilah letak lasuang (Lesung) tigo satuangan diatas Lubuk 2 Batingkah Tanjung Tigo manjorok sekarang melambangkan tali tigo sapilin dan tuangku tiga sarangan yaitu unsur Pamerintahan, unsur adat, dan unsur Agama. Sampai sekarang unsur yang tiga ini tak bisa dipisahkan atau jalan sendiri yang tetap berpoman kepada adat yang bersandi syara' syara basandi kitabullah, adat menurun syara' mendaki oleh karena ditempat ini dapek buek yang dikandangkan untuk menghentikan perselisihan kedua rajo tersebut, Maka di sinilah dapat kata asal Pakandangan.

Edit dengan WPS Office

Tabel 4.1.

Nama Wali Nagari setiap Periode

No	Periode	Nama Kepala Desa / Nagari	Keterangan
1	Tidak diketahui	M HASAN DT MAJO BASA	WALI NAGARI
2	Tidak diketahui	M IBRAHIM	WALI NAGARI
3	Tidak diketahui	M NURI	WALI NAGARI
4	Tidak diketahui	SUHAIMI RANGKAYO BASA	WALI NAGARI
5	Tidak diketahui	BAGINDO IDRIS	WALI NAGARI
6	Sampai 2001	IRZAM NUR	KEPALA DESA Tanjung Aur
7	Sampai 2001	AMIRUDDIN YUSUF	KEPALA DESA Ps Pakandangan
8	Sampai 2001	FAISAL MUNIR	KEPALA DESA Sarang Gagak
9	Sampai 2001	SYAMSUL BAHRI	KEPALA DESA Ringan-Ringan

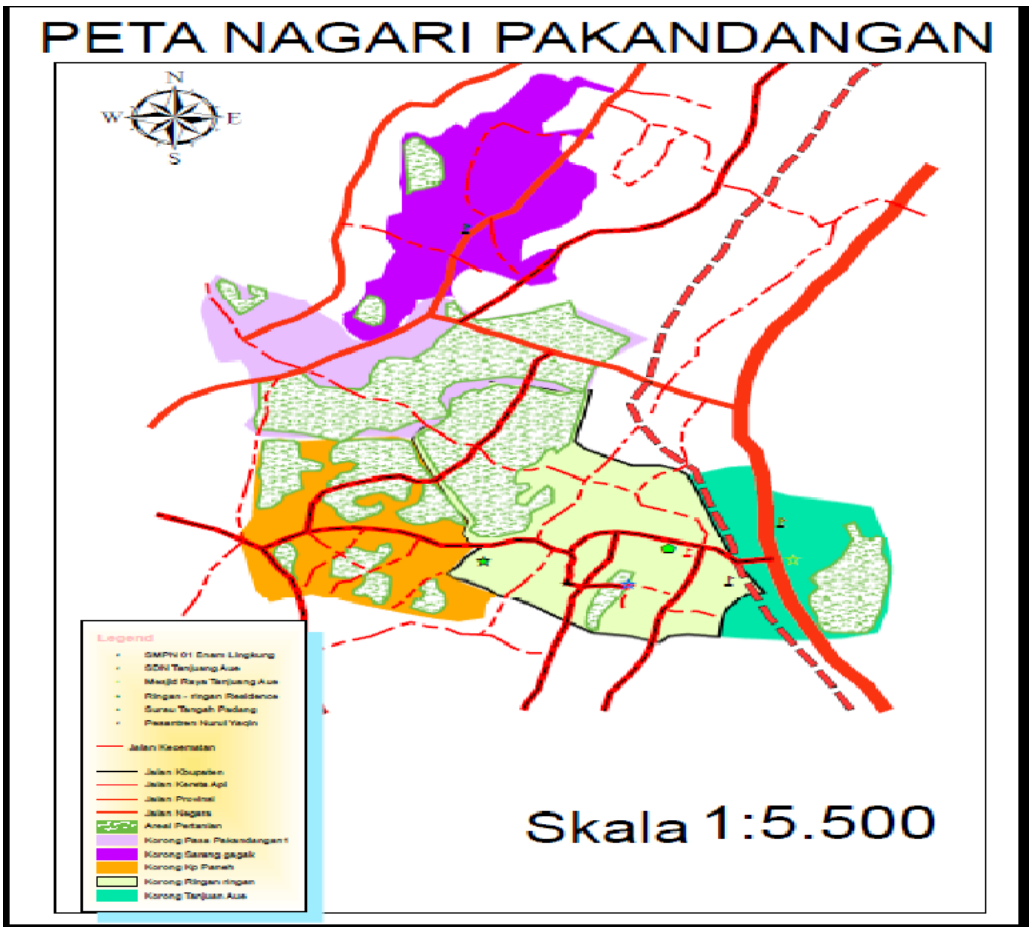
Edit dengan WPS Office

10	Sampai 2001	ALI YUSMAN	KEPALA DESA Kp Paneh
11	2001	AZWAR MANAN	Pjs. Wali Nagari
12	2002-2007	AZWAR MANAN	Wali Nagari
13	2007 (6 Bln)	UMAR ALISON	Pjs Wali Nagari
14	2008 -2014	MUSA KARIM	Wali Nagari
15	2014-2015 (6 Bln)	EMZAIMAR	Pj. Wali Nagari
16	2015- 2021	Drs NASYARUDDIN	Wali Nagari
17	1 Juni 2021-16 Desember 2021	KHAIRAL	Pj. Wali Nagari
18	2021-2027	IKRAM DASRUL DT. SATI	Wali Nagari

5. **Demografi Nagari**

5) Peta Nagari

Edit dengan WPS Office



Edit dengan WPS Office

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Padang Pariaman

Ketinggian tanah di atas permukaan Laut (Rata-Rata) daerah Nagari Pakandangan berada pada 16-25 M, dengan suhu berkisar 28,32 °C, permukaan tanah umumnya dataran ketinggian .

Secara Administratif Pemerintahan Nagari Pakandangan berbatasan dengan :

- Sebelah Utara : Nagari Lubuk Padan
- Sebelah Selatan : Nagari Koto Tinggi
- Sebelah Timur : Nagari Parit Malintang
- Sebelah Barat : Nagari Toboh Ketek

6) Kondisi Geografis

Secara Administratif Luas Nagari Pakandangan adalah ± 1289 Ha yang terdiri dari 5 Korong. Secara geografis Nagari Pakandangan pada dasarnya sangat potensial untuk dikembangkan sebagai daerah Perkebunan, Pertanian, Perdagangan.

Tabel 4.2

Kondisi Geografis

Edit dengan WPS Office

No	Uraian
1	**Luas wilayah** : 1289 Ha
2	**Jumlah Korong** : 5 (Lima) 6. Korong Tanjuang Aua 7. Korong Ringan Ringan 8. Korong Kampuang Paneh
3	**Pertanian** g. Sawah : 738 Ha h. Hutan : 335 Ha i. Pemukiman : 387 Ha j. Semak Belukar/Kering : - Ha k. Lahan terlantar
4	**Perkebunan** g. Kelapa : 10 Ha h. Coklat : - Ha i. Sawit : - Ha j. Karet : - Ha k. Kayu Manis : - Ha

Edit dengan WPS Office

6	**Peternakan** i. Sapi j. Kerbau k. Kambing l. Ayam Buras m. Ayam Ras n. Itik o. Puyuh	: 356 Ekor : 115 Ekor : 21000 Ekor : 5000 Ekor : 5600 Ekor
7	**Klimatologi :** a. Suhu 28-32 °C b. Curah Hujan 3722,08 mm c. Kelembaban udara	
8	**Kawasan rawan bencana :** Banjir : - Ha	

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

7) Topografi

Topografi adalah gambaran tentang tingkat kemiringan dan ketinggian tanah dari permukaan laut. Kondisi kemiringan tanah merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi

Edit dengan WPS Office

kesesuaian lahan untuk syarat tumbuh suatu tanaman. Karena dengan kemiringan tanah yang cukup besar akan sangat mempengaruhi kontuinitas kesuburan tanah akibat daya rusak aliran air (tingkat erosi) terhadap permukaan tanah cukup tinggi.

Berdasarkan data terakhir pemetaan Nagari Pakandangan kondisi daerah didominasi oleh Topografi datar dengan luas 1289 Ha. Untuk lebih jelasnya tentang kondisi kemiringan lahan daerah Nagari Pakandangan dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 4.3

Luas Dan Tingkat Kemiringan Daerah

No	Topografi	Luas (Ha)
1.	Datar	1289 Ha
2.	Landai	0
3.	Agak Curam	0
4.	Curam	0
	Total	1289 Ha

Edit dengan WPS Office

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

8) Hidrologi

Hidrologi adalah gambaran air sungai yang mengalir atau pun melintasi suatu daerah tertentu. Aliran sungai merupakan salah satu sumber air utama untuk dapat dimanfaatkan menjadi irigasi/pengairan pertanian. Mengingat keadaan musim penghujan dalam beberapa tahun terakhir ini semakin sulit diperkirakan secara pasti, maka air sungai menjadi salah satu alternatif sumber pengairan pertanian tanaman pangan terutama padi sawah yang banyak memerlukan air.

Di daerah Nagari Pakandangan terdapat sungai untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel dibawah ini :

Tabel 4.4

Edit dengan WPS Office

Sungai di Nagari Pakandangan

No	Jenis	Nama
1.	Sungai	Batang Kapecong
2.	Sungai	Batang Sungai Abu
3	Sungai	Batang Ulakan
4	Sungai	Banda Sungai Gatah

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

Kondisi aliran sungai tersebut menggambarkan bahwa Nagari Pakandangan dasarnya mempunyai potensi aliran sungai yang cukup

Edit dengan WPS Office

prospektif untuk dapat dijadikan sebagai sumber pengairan lahan pertanian.

6. **Keadaan Sosial**

5) **Kependudukan**

Secara teoritis disebutkan bahwa jumlah penduduk yang besar merupakan salah satu modal dasar pembangunan. Hal ini dimaksudkan apabila jumlah penduduk yang besar tersebut dapat diberdayakan sesuai kodrat, keahlian dan bidang kerjanya masing-masing. Sebaliknya apabila jumlah penduduk yang besar tadi tidak dapat diberdayakan dan dikendalikan secara bijak dan terencana bahkan akan menjadi beban pembangunan.

Berdasarkan data terakhir dari Data Profil Nagari Pakandangan Tahun 2022 bahwa jumlah penduduk Nagari Pakandangan sebesar 5.301 jiwa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5

Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Nagari Pakandangan Tahun 2021

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
1	Laki-laki	2662	42.67%

Edit dengan WPS Office

2	Perempuan	2639	49.78%
	Jumlah	**5.301**	

Sumber : profil Nagari Pakandangan Tahun 2023

Agar dapat mendeskripsikan lebih lengkap tentang informasi keadaan kependudukan di Nagari Pakandangan dilakukan identifikasi jumlah penduduk dengan menitikberatkan pada klasifikasi usia dan jenis kelamin. Sehingga akan diperoleh gambaran tentang kependudukan Nagari Pakandangan yang lebih komprehensif. Untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan deskripsi tentang jumlah penduduk di Nagari Pakandangan berdasarkan usia dan jenis kelamin secara detail dapat dilihat dalam Tabel 5 berikut ini :

Tabel 4.6

Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Usia

NO	JUMLAH PENDUDUK MENURUT USIA	JUMLAH
1	0-10 TH	786 Jiwa
2	11-20 TH	991 Jiwa
3	21-30 TH	976 Jiwa
4	31-40 TH	598 Jiwa

Edit dengan WPS Office

5	41-50 TH	650 Jiwa
6	51-60 TH	615 Jiwa
7	61-70 TH	355 Jiwa
8	71 TH ke atas	330 Jiwa

Tabel 4.7

Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan Nagari Pakandangan Tahun 2022

NO	TINGKAT PENDIDIKAN	JUMLAH
1	Tidak Tamat SD/Tidak sekolah/Belum Sekolah	156
2	Lulusan SD	932
3	Lulusan SMP	764
4	Lulusan SMA	1380
5	Lulusan S1	682
6	Lulusan S2	63

Edit dengan WPS Office

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

6) **Mata pencaharian Pokok**

Secara umum mata pencaharian warga masyarakat Nagari Pakandangan dapat teridentifikasi ke dalam beberapa bidang mata pencaharian, seperti : petani, buruh tani, PNS, karyawan swasta, pedagang, wiraswasta, pensiunan, buruh bangunan/tukang, peternak. Jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7

Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian Nagari Pakandangan Tahun 2022

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
. 1	Petani/Pekebun	**352**	6.64 %
. 2	Indutsri/kerajinan	**28**	1.6 %
. 3	PNS	**250**	2 %
. 4	Karyawan /Jasa	**201**	2.2%
. 5	Pedagang enceran	**103**	7.7 %
. 6	Buruh/Lainnya	**251**	24.7 %

Edit dengan WPS Office

. 7	Pelajar	**1.516**	38.7 %
. 8	POLRI	**2**	0.1 %
. 9	Pensiunan	**69**	2.5 %
	Jumlah	**2.772**	**100 %**

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

Dengan demikian dari data tersebut menunjukan bahwa warga masyarakat di Nagari Pakandangan memiliki alternatif pekerjaan selain sektor buruh tani dan petani. Setidaknya karena kondisi lahan pertanian mereka sangat tergantung dengan curah hujan alami. Di sisi lain, air irigasi yang ada tidak dapat mencukupi untuk kebutuhan lahan pertanian di Nagari Pakandangan secara keseluruhan terutama ketika musim kemarau. Sehingga mereka hasil panen mereka kurang maksimal.

7) **Pendidikan**

Pendidikan adalah satu hal penting dalam memajukan tingkat kesejahteraan pada umumnya dan tingkat perekonomian pada khususnya. Dengan tingkat pendidikan yang tinggi maka

Edit dengan WPS Office

akan mendongkrak tingkat kecakapan. Tingkat kecakapan juga akan mendorong tumbuhnya ketrampilan kewirausahaan. Dan pada gilirannya mendorong munculnya lapangan pekerjaan baru. Dengan sendirinya akan membantu program pemerintah untuk pembukaan lapangan kerja baru guna mengatasi pengangguran. Pendidikan biasanya akan dapat mempertajam sistimatika pikir atau pola pikir individu, selain itu mudah menerima informasi yang lebih maju. Di bawah ini tabel yang menunjukkan tingkat rata-rata pendidikan warga Nagari Pakandangan

12. Taman Kanak- kanak : 35 Orang
13. Sekolah Dasar : 932 Orang
14. SMP : 764 Orang
15. SMA : 1380 Orang
16. Tamat D1-D3, Strata 1 (Sarjana) : 745 orang
17. Jumlah Sekolah PAUD : 3 Unit
18. Jumlah Sekolah TK : 5 Unit
19. Jumlah sekolah SD / sederajad : 6 Unit

Edit dengan WPS Office

20.	Jumlah sekolah SLTP/ sederajad	: 1 Unit
21.	Jumlah sekolah SLTA/ sederajad	: 0 Unit
22.	Jumlah sekolah PT	: 0 unit

8) **Agama**

Dalam perspektif agama, masyarakat di Nagari Pakandnagan termasuk kategori masyarakat yang mendekati homogen. Hal ini dikarenakan seluruh masyarakat Nagari Pakandangan beragama Islam. Secara kultural, pegangan agama ini didapat dari hubungan kekeluargaan atau kekerabatan yang kental di antara mereka. Selain itu perkembangan agama berkembang berdasarkan turunan dari orang tua ke anak dan ke cucu. Hal inilah membuat agama Islam mendominasi agama di korong korong Nagari Pakandangan.

Informasi yang diperoleh melalui wawancara mendalam dari tokoh-tokoh tua, bahwa selama ini pola-pola hubungan antar masyarakat masih banyak dipengaruhi oleh kultur organisasi Islam, seperti NU atau Muhammadiyah. Jumlah penduduk Nagari Pakandangan berdasarkan agama dapat

Edit dengan WPS Office

dilihat dalam Tabel 8 berikut ini :

Tabel 4.8

Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama Nagari Pakandangan

Tahun 2022

No.	Agama	Jumlah	Prosentase
6.	Islam	5.301	100,00
7.	Katholik	0	0,00
8.	Kristen	**0**	0,00
9.	Hindu	**0**	0,00
0.	Budha	**0**	0,00
	Jumlah	**1.847**	**100 %**

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

Tabel 4.9

Edit dengan WPS Office

Jumlah Tempat Ibadah Nagari Pakandangan

Tahun 2022

No.	Tempat Ibadah	Jumlah
1	Masjid	5
2	Pura	0
3	Gereja	**0**
4	Pesantren	**5**
5	Musholla/ Surau	**19**
	Jumlah	**16**

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

Dalam Tabel 4.9. tersebut dapat dilihat bahwa jumlah penduduk Nagari Pakandangan yang beragama Islam mendominasi dengan jumlah 100,00 % dari total jumlah penduduk. Pemeluk agama Katholik berjumlah 0,00 %, pemeluk agama Kristen 0,00 %, dan pemeluk agama Hindu sejumlah 0,00 %.

Tabel 4.10

Daftar Nama Aparatur Pemerintah Nagari Pakandangan Tahun 2022

Edit dengan WPS Office

No.	Nama	Jabatan
17.	IKRAM DASRUL DT. SATI	Wali Nagari
18.	VERA FIRMANSARI, S.Si	Sekretaris Nagari
19.	MULYADI	Kaur Umum Dan Perencanaan
20.	RESYA PUTRA, S.Pd	Kaur Keuangan
21.	YURNALIS, SH	Kasi Pemerintahan
22.	JEKI ALEXANDER	Kasi Pelayanan
23.	ARDINAL	Kasi Kesejahteraan
24.	AYU GUSNITA	Staf
25.	NUR'AINI	Staf
26.	IRWANSYAH	Staf
27.	RUMI RIANCE SURYANI	Staf
28.	RIKI DIBAGOLTRA	Wali Korong Tanjuang Aua
29.	SAYUTI GUNTUR	Wali Korong Ringan Ringan
30.	ALI YUSMAN	Wali Korong Kampuang Paneh

Edit dengan WPS Office

31.	ARIF BUDIMAN	Wali Korong Pasa Pakandangan
32.	SYAIFUL JAMAL, SS	Wali Korong Sarang Gagak

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

Tabel 4.11

Daftar Nama Anggota Badan Permusyawaratan Nagari (BPN) Nagari Pakandangan Periode 2020-2026

No.	Nama	Jabatan
8.1	H. DEDY EDWAR, SE, MM	Ketua
9.2	IMALATUNIL KHAIRA, S.Ag	Wakil Ketua
0.3	RENDY SAPUTRA, S.Pdi	Sekretaris
1.4	MUSRIFISAL PUTRA, S.Ak	Anggota
2.5	DELFI SUSANTI, S.Pd	Anggota
3.6	TASRIL	Anggota
4.7	ZUFADLI	Anggota

Sumber : profil Nagari Pakandangan 2023

Edit dengan WPS Office

Secara umum pelayanan pemerintah Nagari Pakandangan kepada masyarakat cukup memuaskan. Dalam beberapa sesi wawancara langsung dengan masyarakat Nagari Pakandangan yang dipilih secara acak, terungkap bahwa dalam memberikan pelayanan pengurusan administrasi kependudukan, pertanahan dan lain-lain dikerjakan dengan cepat dan dilayani selama 24 jam, baik pelayanan pada jam kerja di kantor maupun di luar jam kerja di rumah Wali Nagari, sekretaris Nagari atau perangkat Nagari lainnya.

Para pemangku kepentingan (stakeholders) yaitu pihak-pihak yang berkepentingan untuk mengatasi permasalahan dan pihak yang akan terkena dampak hasil perencanaan pembangunan di Nagari antara lain;

e. Pemerintah Nagari, adalah Wali Nagari dan Perangkat Nagari sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Nagari;
f. Badan Permusyawaratan Nagari (BPN), adalah lembaga yang merupakan perwujudan demokrasi dalam penyelengaraan pemerintahan Nagari;
g. Lembaga Kemasyarakatan atau yang disebut dengan nama lain adalah lembaga yang dibentuk oleh masyarakat sesuai kebutuhan mitra pemerintah Nagari dalam memberdayakan masyarakat, antara lain LPM (Lembaga Pembangunan Masyarakat Nagari),

Edit dengan WPS Office

PKK (Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga), Karang Taruna, Kelompok Tani, Posluhnag

h. Tokoh Masyarakat adalah tokoh adat, tokoh agama, tokoh wanita, tokoh pemuda dan pemuka-pemuka masyarakat lainnya;

3. OPD (Organisasi Pemerintah Daerah) Kab. Padang Pariaman yang berkaitan langsung dengan Program pembangunan dan pemberdayaan Masyarakat Nagari;
4. Pemerintah (Pusat, Provinsi dan Kabupaten) yang meggulirkan Program Pembangunan dan Pemberdayaan Mayarakat dengan Pola Pendampingan / Fasilitasi, yang melahirkan Lembaga-lembaga antara lain: TPK (Tim Pengelola kegiatan), Kelompok SPP, TPU (Tim Penulis Usulan), Tim Monitoring / Tim Pemantau, Tim Pemeliharararasarana PerNagarian (TP3), KPMD (Kader Pemberdayaan Masyarakat Nagari)

E. Deskripsi Demografi Responden

2. Deskripsi Umum Responden

Kuesioner yang disebarkan berdasarkan jumlah responden sebanyak 98, semua kuesioner memenuhi kriteria. Karakteristik yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari nama responden, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan.

Edit dengan WPS Office

Dalam kuesioner ini boleh tidak mengisi nama untuk menjaga kerahasiaan informasi yang diberikan oleh responden.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini dikemukakan tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.12

Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	40	40,4%
2	Perempuan	58	59,6 %
	Total	**98**	**100%**

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 diatas diketahui bahwa dari 99 orang responden nasabah yang melakukan transaksi menabung di BPRS Carana Kiat Andalas Padang Luar terdiri dari 40 orang atau 40,4% responden pada laki-laki dan 59 orang atau 59,6% responden pada perempuan.Dari keterangan data diatas menunjukkan bahwa masyarakat yang menjadi responden dalam penelitian ini lebih banyak responden perempuan

Edit dengan WPS Office

dibanding dengan responden laki-laki.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berikut ini dapat dilihat tabel karakteristik responden berdasarkan umur yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.13

Jumlah Responden berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1	Kurang dari 20 tahun	4	4,0%
2	21-30 tahun	46	46,5%
3	31-40 tahun	33	33,3%
4	Lebih dari 40 tahun	15	16,2%
	Total	**98**	**100%**

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diatas diketahui bahwa umur dari 99 orang responden nasabah yang menabung di BPRS Carana Kiat Andalas Padang Luar yaitu pada < 20 tahun sebanyak 4 orang atau sebesar 4,0%, umur responden 21-30 tahun

Edit dengan WPS Office

sebanyak 4 orang atau sebesar 46,5%, umur responden 31-40 tahun sebanyak 33 tahun atau sebesar 33,3%, dan umur > 40 tahun sebanyak 16 orang atau sebesar 16,2%. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata umur responden yang menabung di BPRS Carana Kiat Andalas Padang Luar didominasi oleh responden dengan umur 21-30 tahun yaitu sebanyak 46 orang atau sebesar 46,5%.

f. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut ini dikemukakan tabel berdasarkan pendidikan terakhir yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.14

Jumlah Responden berdasarkan Pendidikan terakhir

No	Pendidikan terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	8	9,1%
2	SMP	18	18,2%

Edit dengan WPS Office

3	SMA	51	51,5%
4	Perguruan Tinggi	21	21,2%
	Total	**98**	**100%**

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menabung di BPRS Carana Kiat Andalas Padang Luar yang berpendidikan tamat SD sebanyak 9 orang atau sebesar 9,1%, responden yang berpendidikan tamat SMP sebanyak 18 orang atau sebesar 18,2%, responden yang berpendidikan tamat SMA sebanyak 51 orang atau sebesar 51,5%, dan responden yang berpendidikan di tingkat perguruan tinggi sebanyak 21 orang atau sebesar 21,2%.

F. Analisis dan Pembahasan

6. Uji Instrumen

Untuk mendapatkan data primer dilakukan penyebaran kuesioner kepada Pedagang di Pasar Pakandangan sebanyak 98 responden yang dianggap dapat mewakili berbagai golongan kelas sosial. Sebelum kuesioner diberikan kepada 98 responden, penulis melakukan *try out* (uji coba) terhadap 30 orang responden dengan memberikan 24 butir pernyataan untuk menguji validitas dan

Edit dengan WPS Office

reliabilitas dari seluruh pernyataan yang diajukan. Analisis dilakukan dengan menggunakan *software SPSS 16.0 for Windows.*

c. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) nya suatu data kuesioner dengan menggunakan *softwer SPSS* versi 16.0.Uji validitas dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 0,05. Rumus yang digunakan untuk mencari r_{tabel} pada uji validitas adalah df = n-2, dimana n adalah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini df nya 98 dan r tabel yang didapatkan adalah 0, 1986. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson) yaitu dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, r_{tabel} sebesar 0, 1986 maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Tabel 4.16

Uji Validitas Faktor Emosional (X1)

Variabel X

Faktor Emosional	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig	Keputusan

Edit dengan WPS Office

X1	X1.1	0,492	0, 1986	0,000	Valid
	X1.2	0,519	0, 1986	0,000	Valid
	X1.3	0,622	0, 1986	0,000	Valid
	X1.4	0,596	0, 1986	0,000	Valid
	X1.5	0,581	0, 1986	0,000	Valid
	X1.6	0,553	0, 1986	0,000	Valid
	X1.7	0,588	0, 1986	0,000	Valid
	X1.8	0,516	0, 1986	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa semua butir pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, jadi dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan untuk variabel faktor emosional adalah valid.

Edit dengan WPS Office

Tabel 4.17

Uji Validitas Faktor Rasional (X2)

Variabel Y

Faktor Rasional	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig	Keputusan
Y	Y.1	0,414	0,1986	0,000	Valid
	Y.2	0,444	0,1986	0,000	Valid
	Y.3	0,633	0,1986	0,000	Valid
	Y.4	0,549	0,1986	0,000	Valid
	Y.5	0,506	0,1986	0,000	Valid
	Y.6	0,601	0,1986	0,000	Valid
	Y.7	0,634	0,	0,000	Valid

Edit dengan WPS Office

			1986		
	Y.8	0,559	0, 1986	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa semua butir pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, jadi dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan untuk variabel faktor rasional adalah valid.

Tabel 4.18

Uji Validitas Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Y)

Variabel Y

Keputusan Pedagang	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig	Keputusan
Y	Y.1	0,527	0, 1986	0,000	Valid
	Y.2	0,624	0, 1986	0,000	Valid
	Y.3	0,520	0,	0,000	Valid

Edit dengan WPS Office

		1986		
Y.4	0,641	0, 1986	0,000	Valid
Y.5	0,537	0, 1986	0,000	Valid
Y.6	0,493	0, 1986	0,000	Valid
Y.7	0,566	0, 1986	0,000	Valid
Y.8	0,558	0, 1986	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa semua butir pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, jadi dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan untuk variabel keputusan pedagang adalah valid.

d. Uji Reliabilitas

Reabilitas merupakan alat untuk mengukur konsistensi

Edit dengan WPS Office

kontruksi atau variabel penelitian. Suatu variabel dikatakan realiabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas dimana instrument yang masuk ke dalam pengujian adalah pertanyaan yang dinyatakan valid.

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS 16.0 menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian mempunyai nilai *Cronbach Alpha* (CA) lebih besar dari 0,6, sehingga dapat dikatakan bahwasanya jawaban setiap responden atas butir-butir pertanyaan konsisten (*reliable*). Ukuran reliabilitas tersebut dapat dilihat dalam tabel 4.9 dibawah ini.

Tabel 4.19

Hasil Uji Reabilitas Variabel X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.681	8

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Tabel 4.20

Hasil Uji Reabilitas Variabel X2

Edit dengan WPS Office

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.659	8

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Tabel 4.21

Hasil Uji Reabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.680	8

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.9 dan tabel 4.10 dari semua butir jawaban kuesioner dapat dinyatakan reliabel, karena dapat

Edit dengan WPS Office

dilihat bahwa nilai *cronbach's Alpha* > 0,6. Dari variabel X1 dan X2 memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,681, dan 0,659 sehingga lebih besar dari nilai 0,6 dan variabel Y dengan jumlah *cronbach's Alpha* sebesar 0,680 sehingga lebih besar dari pada 0,6.

7. **Uji Asumsi Klasik**

4) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data, maksudnya sebelum melakukan uji analisis yang sesungguhnya data tersebut harus di uji kenormalan distribusinya yang bertujuan untuk melihat apakah data tersebut normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dengan cara apabila nilai signifikasi > 0,05 maka nilai bisa dikatakan berdistribusi normal dan apabila nilai signifikasi < 0,05 maka nilai tidak berdistribusi normal.

Adapun uji normalitas dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

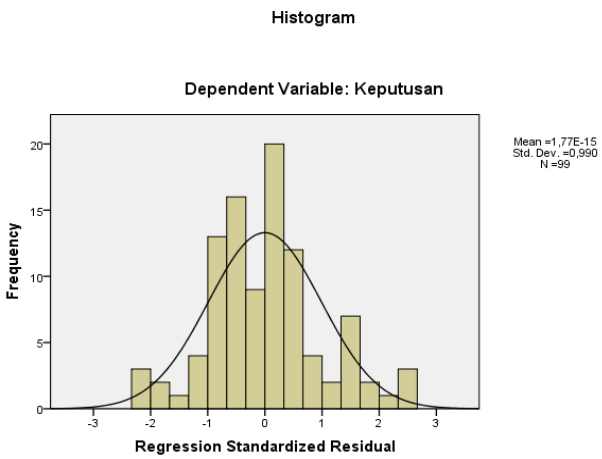
Edit dengan WPS Office

Gambar 4.2

Hasil Histogram Uji Normalitas Variabel

Faktor Emosional (X1) dan Faktor Rasional (X2)

Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah(Y)



Sumber : Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

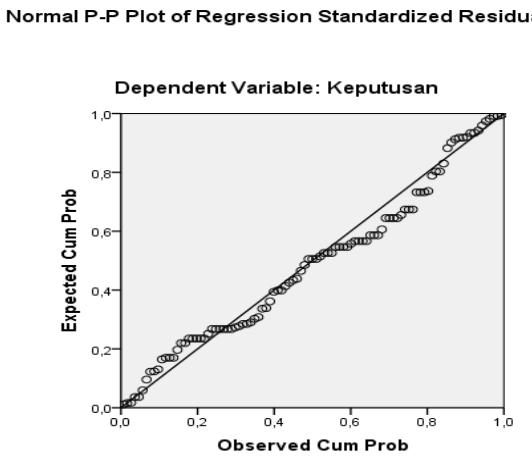
Edit dengan WPS Office

Gambar 4.3

Hasil P-P Plot Uji Normalitas Variabel

Faktor Emosional (X1) dan Faktor Rasional (X2)

Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah(Y)



Sumber : Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

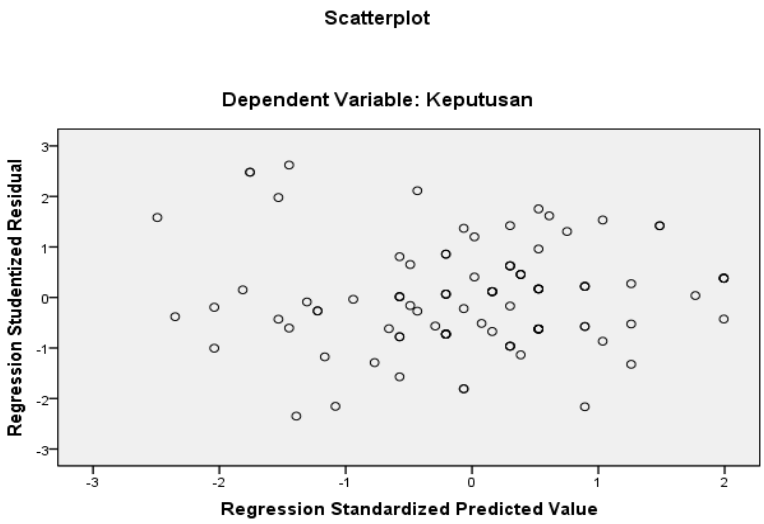
Edit dengan WPS Office

Gambar 4.4

Hasil Scatterplot Uji Normalitas Variabel

Faktor Emosional (X1) dan Faktor Rasional (X2)

Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah(Y)



Edit dengan WPS Office

Sumber : Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Tabel 4.22

Hasil Kolmogrov Uji NormalitasVariabel

Faktor Emosional (X1) dan Faktor Rasional (X2)

Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah(Y)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.25243414
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		.873
Asymp. Sig. (2-tailed)		.432

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Edit dengan WPS Office

Berdasarkan pada grafik histogram, residual data telah menunjukkan bahwa kurva normal yang membentuk lonceng dengan sempurna. Begitu juga pada grafik normal-P Plot residual bahwa penyebaran data belum terlalu garis normal (garis lurus). Untuk lebih memastikan residual data telah mengikuti asumsi normalitas maka residual data di uji kembali dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* .

Pada uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa residual data yang di dapat tersebut mengikuti distribusi normal, yang berdasarkan hasil output menunjukkan 0,432 > 0,05. Begitu juga dengan residual data berdistribusi normal yang mana menunjukkan 0,432 > 0,05.

5) Uji Multikolenearitas

Uji multikolenearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel indenpenden. Pendeteksi multikolenearitas dapat dilihat dengan nilai *Variance Iflation Factord* (VIF) dan Tolerance. Kriteria pengujian ini untuk melihat kriteria multikolinearitas dengan menggunakan nilai tolerance > 0,1 (10%) yang menunjukkan bahwa model regresi ganda bebas dari multikolenearitas.

Namun jika nilai tolerance < 0,1 (10%) menunjukkan

Edit dengan WPS Office

bahwa model regresi ganda terdapat multikolenearitas. Apabila nilai VIF < 10 maka membuktikan bahwa dalam model regresi bebas dari multikolenearitas. Dan jika nilai VIF > 10 mengidentifikasikan bahwa model regresi ganda memiliki multikolenearitas.

Tabel 4.23

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
(constant)			
Faktor Emosional (X1)	0,134	7,472	Tidak terjadi multikolinearitas
Faktor Rasional (X2)	0,134	7,472	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Data tabel 4.18 diatas dapat diketahui nilai tolerance variabel Fakto Emosional 0,134 > 0,10 dan pada VIF 7,472 < 10,

Edit dengan WPS Office

dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel X1 dengan variabel Y. Nilai tolerance variabel faktor rasional 0,134 > 0,10 dan VIF 7,472< 10, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel X2 dengan variabel Y.

6) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamatan yang lainnya. Jika varian dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya berbeda maka itulah yang disebut dengan uji heteroskedastisitas yang mana menggunakan uji glejser. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai sig lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Sebaliknya jika nilai sig lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan terjadinya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Edit dengan WPS Office

Tabel 4.24

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.839	1.021		2.782	.007
	x1	-.144	.078	-.505	-1.858	.066
	x2	.089	.080	.303	1.116	.267

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2022

Berdasarkan tabel 4.19 diatas dapat dilihat bahwa nilai

Edit dengan WPS Office

signifikan variabel faktor emosional (X1) 0,066 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan nilai signifikan variabel faktor rasional (X2) 0,267 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

8. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu model atau alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui serta meramalkan bagaimana keadaan atau pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Adapun tujuan dari peneliti menggunakan regresi linear berganda dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh faktor emosional (X1) dan faktor rasional (X2) terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah (Y).

Edit dengan WPS Office

Tabel 4.25

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.232	1.644		1.358	.178
	x1	.557	.125	.552	4.454	.000
	x2	.375	.129	.361	2.910	.004

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

Berdasarkan tabel 4.20 diatas diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel yakni diperoleh persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut :

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

$Y = 2{,}232 + 0{,}557\ X_1 + 0{,}375\ X_2 + e$

Adapun penjelasan dari persamaan regresi linear berganda

Edit dengan WPS Office

sebagai berikut :

d. Nilai konstanta (α) sebesar 2,232, artinya jika variabel faktor emosional dan faktor rasional nilainya 0 maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 2,232 satuan.
e. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (β_1) sebesar 0,557 bernilai positif, artinya setiap peningkatan satu satuan variabel faktor emosional akan meningkatkan nilai keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah sebesar 0,557 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap atau konstan.
f. Nilai koefisien regresi promosi (β_2) sebesar 0,375 bernilai positif artinya setiap peningkatan satu satuan variabel faktor rasional akan meningkatkan nilai keputusan keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah sebesar 0,375 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

Pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel faktor emosional (X1) dan faktor rasional (X2) yang merupakan variabel yang paling dominan atau besar pengaruhnya terhadap peningkatan keputusan keputusan pedagang pekandangan dalam memilih jasa perbankan syariah (Y) dimana untuk menentukan mana yang paling dominan diurutkan sampai yang terkecil dilihat dari koefisien regresi yang dimiliki masing-masing variabel.

Edit dengan WPS Office

Dan koefisien regresi yang terdapat pada persamaan diatas bertanda positif (+) yang menandakan arah hubungan yang baik atau pengaruh yang baik namun apabila koefisien regresi bertanda negatif (-) akan menunjukkan hubungannya yang berbalik arah atau tidak memiliki pengaruh antara variabel independen yaitu (X) dengan variabel dependen yaitu (Y).

9. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinan digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen X (faktor emosional, faktor rasional) secara bersama-sama terhadap variabel dependen Y (keputusan pedagang pekandangan dalam memilih jasa perbankan syariah).

Tabel 4.26

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.897[a]	.805	.801	1.266

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Edit dengan WPS Office

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2023

d. Koefisien korelasi (R) sebesar 0,897 ini artinya bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel independent dengan variabel dependent.

e. Koefisien determinan (R^2) sebesar 0,805 hal ini menunjukkan bahwa variabel indenpendent secara simultan memiliki pengaruh yaitu 80,5% terhadap keputusan pedagang pekandangan dalam memilih jasa perbankan syariah Sedangkan sisanya 19,5% dipengarui oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian.

f. Koefisien *adjusted* R^2($Adj\ R^2$) sebesar 0,801 ini merupakan korelasi dari R^2sehingga gambarnya lebih mendekati populasi.

10. Uji T

Uji T digunakan untuk menentukan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Menentukan signifikan atau menentukan tidak signifikan dari masing-masing nilai koefisien regresi (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y). Dalam regresi linear berganda hal ini perlu dilakukan karena tiap-tiap variabel indenpenden memberi pengaruh yang berbeda dalam model.

Edit dengan WPS Office

Untuk mengambil kesimpulannya dinyatakan dengan melihat sig dan membandingkan dengan taraf kesalahan (5% atau 0,05) yang dipakai yakni jika sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho diterima dan jika sig > 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak. Dan *Degree of freedom* (df).

Df = n-k-l

= 98-2-1

= 95

Jadi t_{tabel} sebesar 1,66105

Tabel 4.27

Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.232	1.644		1.358	.178
	x1	.557	.125	.552	4.454	.000

Edit dengan WPS Office

Coefficients[a]

x2	.375	.129	.361	2.910	.004

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2022

Berdasarkan tabel diatas secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut :

3. Pengujian Faktor Emosional Terhadap Keputusan Pedagang Pakandangan Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah

   Berdasarkan tabel atau perhitungan di SPSS diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,454 lebih besar dari t_{tabel} 1,66105 (4,454 > 1,66105) dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 artinya nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak yang berarti variabel faktor emosional (X1) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pedagang Pakandangan Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Y).

4. Pengujian Faktor Rasional Terhadap Keputusan Keputusan Pedagang Pakandangan Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah

   Berdasarkan tabel atau perhitungan di SPSS diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,910 lebih kecil dari t_{tabel} 1,66105 (2,910 <

Edit dengan WPS Office

1,66105) dan nilai signifikan sebesar 0,004 < 0,05 artinya nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak yang berarti variabel faktor rasional (X2) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan Keputusan Pedagang Pakandangan Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Y).

7. Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen (X1 dan X2) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan atau tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Pengujian ini menggunakan alat uji statistik dengan metode Fisher (Uji F) pada tingkat kepercayaan 0,05. Kriteria pengujian ini ialah dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} yang diketahui dengan menghitung dfl (jumlah total variabel-1) =3-2=2 dan df2 (n-k-l)= (99-2-1)= 96, dimana n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen. Sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima.

Tabel 4.28

Uji Simultan (F)

Edit dengan WPS Office

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	627.520	2	313.760	195.902	.000[a]
	Residual	152.153	95	1.602		
	Total	779.673	97			

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Sumber : Data Diolah dengan SPSS Versi 16, 2022

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.23 diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 195,902 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 (0,000 < 0,05) sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% (α = 0,05) adalah sebesar. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ (195,902 > 3,09). Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel faktor emosional (X1) dan faktor rasional (X2) secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan Keputusan Pedagang Pakandangan Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Y) atau H_0 ditolak dan H_a diterima.

Edit dengan WPS Office

2. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Faktor Emosional (X1), Faktor Rasional (X2) terhadap keputusan Pedagang Pakandangan Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Y).

d. Pengaruh 'Pengaruh Faktor Emosional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Pakandangan)".

Hasil pengujian hipotesis pertama (H_1) bahwa variabel pengaruh faktor emosional (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pedagang Pakandangan Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Y). Artinya jika semakin tinggi faktor emosional maka semakin tinggi pula keputusan Pedagang Pakandangan untuk Memilih Jasa Perbankan Syariah.

Hal ini di dukung dengan hasil penelitian yang mana memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni (4,454 > 1,66105) dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,1. Maka hal ini berarti uji hipotesis menerima H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga secara parsial variabel faktor emosional berpengaruh secara signifikan

Edit dengan WPS Office

terhadap keputusan Pedagang Pakandangan Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah.

Hasil penelitian ini diperkuat juga oleh penelitian yang dilakukan oleh Sherly Handayani yang berjudul *"Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec. Cibitung Kab. Bekasi)".* Dengan kesimpulan penelitian bahwa faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah atau pedagang. [41]

Dengan demikian dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi faktor emosional yang diberikan dan semakin tinggi pula faktor rasional kepada pedagang tentang jasa perbankan syariah maka akan semakin tinggi atau makin meningkat keputusan pedagang untuk memilih jasa perbankan syariah di pakandangan. Begitu juga sebaliknya, jika faktor emosional dan faktor rasionbal kurang untuk pedagang maka akan kurang atau rendah keputusan pedagang untuk memilih jasa perbankan syariah di pakandangan.

e. Pengaruh Faktor Rasional Terhadap Keputusan Pedagang

[41] Sherly Handayani, 2019, *"Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec. Cibitung Kab. Bekasi)", Skripsi*

Edit dengan WPS Office

Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Pakandangan)".

Berdasarkan hasil dari pengujian terhadap pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan di BPRS Haji Miskin Pandai Sikek diperoleh dari hasil pengujian Uji T (Parsial) dapat diketahui bahwa hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,910 < 1,66105) dengan tingkat signifikan 0,004 < 0,05 yang menunjukkan bahwa pengaruh faktor rasional berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga faktor rasional dapat dikatakan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah.

Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang juga menunjukkan bahwa adanya pengaruh faktor rasional terhadap keputusan memilih jasa bank syariah, penelitian yang dilakukan oleh Siti Ardella Kamal yang berjudul *"Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri"*.[42]

Dengan kesimpulan bahwa hasil dari penelitian secara

[42]Siti Ardella, 2019, *"Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri""*, Skripsi

Edit dengan WPS Office

parsial menunjukkan variabel faktor rasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah dengan nilai signifikan 0,004 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel faktor rasional berperan penting terhadap perolehan keuntungan bagi perusahaan.

Dan begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Sherly Handayani yang berjudul *"Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec. Cibitung Kab. Bekasi)".* Dengan kesimpulan penelitian bahwa faktor rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah atau pedagang. [43]

Dengan demikian dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi faktor rasional kepada pedagang (masyarakat) maka akan semakin tinggi atau meningkat Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah. Begitu pula sebaliknya, jika faktor rasional masih kurang maka akan rendah atau menurun Keputusan Pedagang Dalam

[43] Sherly Handayani, 2019, *"Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Kertamukti Kec. Cibitung Kab. Bekasi)", Skripsi*

Edit dengan WPS Office

Memilih Jasa Perbankan Syariah.

f. **Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Pakandangan)".**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara faktor emosional dan faktor rasional terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah di Pakandangan yang dapat dilihat dari nilai F_{hitung} > F_{tabel} yaitu (195,902 > 3,09). dengan tingkat signifikan sebesar (0,000 < 0,05). Maka hal tersebut menunjukkan bahwa uji hipotesis H1 : β1 ≠ 0, sehingga secara simultan variabel faktor emosional dan faktor rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah di Pakandangan.

Sedangkan nilai koefisien determinan (R2) pada Adjusted R Squere sebesar 0,805 sehingga variabel faktor emosional dan faktor rasional dapat menjelaskan variabel keputusan untuk memilih jasa perbankan syariah di Pakandangan sebesar 0,805 atau 80,5% dan sisanya 19,5% dijelaskan oleh faktor lain.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa

Edit dengan WPS Office

keputusan pedagang pada umumnya tergantung terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabahnya (pedagang). Faktor emosional merupakan salah satu keadaan yang mampu mempengaruhi tindakan seseorang untuk melakukan suatu rencana yang dikehendakinya terhadap dalam memilih jasa perbankan syariah. Faktor emosional yang diberikan oleh pihak perbankan syariah mampu mempengaruhi pedagang sehingga pedagang bisa memilih atau menggunkan jasa perbankan syariah.

Faktor Rasional ini juga merupakan suatu cara atau pola berfikir seseorang dalam memutuskan suatu dengan pertimbangan yang baik, sehingga membuat pola berfikir pedagang dapat menggunakan jasa perbankan syariah.

Edit dengan WPS Office

BAB V

PENUTUP

C. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan tentang pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah di Pakandangan, dari analisis pembahasan data terhadap hipotesis di atas maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

2. Persamaan $Y = 2{,}232 + 0{,}557\ X_1 + 0{,}375\ X_2 + e$

Berdasarkan hasil bilangan konstanta mempunyai nilai 2,232

Edit dengan WPS Office

(positif), dapat dijelaskan bahwa jika variabel faktor emosional dan faktor rasional dianggap konstant maka Y peningkatan jumlah pedagang bernilai 2,232. Dan apabila terjadi penambahan 1 satuan nilai harga maka akan meningkatkan nilai jumlah pedagang sebesar 0,557 dengan menjaga nilai faktor rasional (X2) tetap atau konstan. Penambahan 1 satuan nilai akan meningkatkan jumlah nasabah sebesar 0,557 dengan menjaga nilai faktor emosional tetap konstan.

4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor emosional berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah di Pakandangan. Hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t dengan hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,454 > 1,66105) dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05.

5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah di Pakandangan. Hal ini juga diperkuat dan didukung oleh uji t dengan hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,910 < 1,66105) dengan nilai signifikan 0,004 < 0,05.

6. Pengaruh faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah di Pakandangan, peneliti menguji dengan uji F yaitu dilihat dari tabel ANOVA bahwa

Edit dengan WPS Office

F_{hitung} > F_{tabel} (195,902 > 3,09) dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel faktor emosional dan faktor rasional (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah (Y).

D. Saran

Dari hasil analisis data dan kesimpulan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini, dengan mengetahui adanya pengaruh antara faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah di Pakandangan secara parsial maupun bersama-sama. Saran yang kiranya dapat peneliti sampaikan sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan sebagai pemegang hak otoritas pengambil kebijakan yakni pihak wali nagari Pakandangan dalam upaya peningkatan di antaranya sebagai berikut :

4. Bagi Lembaga Keuangan Syariah atau Perbankan Syariah

   d) Faktor emosional dan faktor rasional yang sudah ada harus dipertahankan bahkan ditingkatkan agar dapat meningkatkan dan menciptakan keputusan untuk memilih menggunakan jasa perbankan syariah serta menjaga komunikasi dengan nasabah atau pedagang yang mengedepankan produk perbankan

Edit dengan WPS Office

syariah.

e) Pihak bank terus melakukan sosialisasi kepada masyarakat luas guna mempererat tali silaturahmi dengan para anggotanya. Dengan demikian akan terciptanya hubungan baik antara pihak bank dengan para nasabah atau pedagang, dan nasabah atau pedagang akan merasa puas dan nyaman atas pelayanan serta produk yang dirasakan sehingga akan menimbulkan loyalitas dari nasabah nantinya.

f) Bagi Bank Syariah agar dapat memberikan sosialisasi yang efektif perlu ditekankan pada pengenalan dari sisi keunggulan dalam menggunakan jasa bank syariah disamping pengenalan layanan dan produk yang dimiliki oleh bank syariah tersebut. Dalam hal ini untuk dapat menepis keragu-raguan dikalangan masyarakat dan dapat meningkatkan kepercayaan, kepuasan serta kenyamanan bertransaksi melakukan transaksi pada bank syariah.

5. Bagi Akademisi, peneliti selanjutnya diharapkan dapatmengembangkan penelitian lanjutan dengan meneliti faktor-faktor lain yang diperkirakan mampu mempengaruhi faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah di lembaga keuangan. Sehingga mampu menghasilkan nilai yang lebih tinggi serta dapat

Edit dengan WPS Office

memberikan gambaran yang lebih luas terhadap permasalahan yang diteliti.

6. Bagi Nasabah atau Pedagang di Nagari Pakandangan agar lebih banyak menggunakan jasa perbankan syariah dengan menggunakan produk-produk yang telah berlandaskan syariat Islam dan tumbuh menjadi bank yang sehat dan handal.

DAFTAR PUSTAKA

Ating Somari dan Sambas Ali Muhidi. 2011. *Aplikasi Statistik dalam*

Edit dengan WPS Office

Penelitian . Bandung: Pustaka Setia.

Achmad Sani Supriyanto, dkk. 2013,*Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Kuesioner, dan Analisis Data.* Malang: UIN- Maliki Press.

Kasmis, 2002. *Manajemen Perbankan* . Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Sudarsono, Heri. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah.* Yogyakarta: Ekosonia

Kurniasih, Dedeh. 2021. *Kepuasan Konsumen* . Banten: Bintang Sembilan Visitama

Husein, Umar. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* . Edisi Baru. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Alwi, Hasan. 2017. *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Jakarta: Balai Pustaka

Karim, Kurniati. 2020. *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan* . Surabaya: CV. Jakad Media Publishing

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran* . Yogyakarta: Grahana Ilmu

Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa* . Edisi Kedua.

Edit dengan WPS Office

Jakarta: Penerbit Salemba Empat

Parasuraman. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta: UI Press

Muhammad. 1999. *Pengantar Akuntansi Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka

Ali, Nurdi. 2009. *Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Universitas Islam Terbuka

Khatimah, Husnul. 2011. *Penerapan Syariah Islam.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Mislah Hayati Nasution, Sutisna. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking*. Jurnal Nisbah. 1 (1)

Nur Asnawidan Masyuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Maliki Prees

Harry suttanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Pustaka Setia, 2013) h.131

Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta : Rajawali, 2013) h.28

Serly Handayani, *"Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional*

Edit dengan WPS Office

Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah"

(Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, vol. 1 (2), 2019 hal 45

Edit dengan WPS Office