

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Rasionalitas, Religiuitas, dan Emosionalitas Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)” ini ditulis oleh Mohammad Irfan, 12401173430, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, UIN SATU Tulungagung, Pembimbing Ahmad Syaichoni, M.Sy.

Pandangan mahasiswa masih cenderung memilih bank konvensional dengan motif keuntungan dan akan memilih bank syariah apabila terdapat akad dan produk yang dinilai menguntungkan. Adapun faktor adalah faktor internal, yakni rasionalitas, religiuitas, dan emosionalitas. Dimana rasionalitas berkaitan dengan pemikiran dalam mengambil keputusan berdasarkan keuntungan yang didapatkan saat bertransaksi di bank. Religiuitas berkaitan dengan ketaatan dan pengamalan terhadap ajaran agama. Sedangkan emosionalitas adalah perasaan yang aman dan kenyamanan yang didapatkan saat bertransaksi di bank. Adapun rumusan masalah yang digunakan penelitian ini yaitu rasionalitas, religiuitas dan emosionalitas dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan mahasiswa perbankan syariah memilih bank syariah.

Jenis data yang digunakan penelitian adalah kuantitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Populasi yang digunakan pada pada penelitian ini yaitu mahasiswa perbankan syariah angkatan 2017 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SATU Tulungagung. Metode analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji glejser, uji autokorelasi, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Rasionalitas berpengaruh positif dan signifikan. Dimana mahasiswa tertarik untuk bertransaksi berdasarkan kemudahan prosedur pembukaan rekening dan murahnya biaya administrasi bank syariah (2) Religiuitas berpengaruh positif tidak signifikan. Dimana tingkat religiuitas yang didasarkan ketaatan beragama mahasiswa dan pengimplementasian ilmu agama mempengaruhi mahasiswa untuk memilih bank syariah.(3) Emosionalitas berpengaruh positif dan signifikan. Dimana perasaan aman dan nyaman yang didapatkan mahasiswa saat bertansaksi di bank syariah mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk memilih di bank syariah (4) dilihat dari hasil Uji simultan bahwa Rasionalitas, Religiuitas dan Emosionalitas secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses pengambilan keputusan memilih di bank syariah.

Kata Kunci : Rasionalitas, Religiuitas, Emosionalitas, Keputusan Memilih

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Rationality, Religiosity, and Emotionality on the Decision-Making Process of Students in Choosing Sharia Bank (Case Study of Students of Sharia Banking Department Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)" was written by Mohammad Irfan, 12401173430, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Islamic Banking, UIN SATU Tulungagung, Mentor Ahmad Syaichoni, M.Sy..

View of students who still tend to choose conventional banks with profit motives and will choose Islamic banks if there are accounts and products that are considered profitable. The influencing factors are internal factors, including rationality, religion, and emotionality. Where rationality is related to thinking in making decisions based on the benefits obtained when transacting in banks. Religion is related to the obedience of students in religion and practice of religious teachings. While emotionality is a feeling of security and comfort obtained when transacting in the bank. The formulation of the problems used by this study is rationality, religiosity and emotionality can affect the decision-making process of Islamic banking students choosing Islamic banks.

This research uses quantitative approaches and the type of research used is associative. The data used in this study is primary data. The population used in this study is islamic banking students class of 2017 at the Faculty of Islamic Economics and Business UIN SATU Tulungagung. The analytical methods used are data validity tests, normality tests, realibility tests, glejser tests, multicolinearity tests, heteroscedasticity, autocorrelation test, multiple linierity tests, hypothesis tests, and determination coefficient tests.

The results showed that (1) Rationality had a positive and significant effect. Where students are interested in transacting based on the ease of account opening procedures and the low cost of islamic bank administration (2) Religiosity has a positive and not significant effect. Where the level of religiosity based on student religious observance and the implementation of religious science influences students to choose Islamic banks. (3) Emotionality has a positive and significant effect. Where the feeling of security and comfort obtained by students when interacting at Islamic banks influences the decision of students to vote in Islamic banks (4) judging from the results of simultaneous tests that Rationality, Religion and Emotionality together have a positive and significant influence on the decision-making process of choosing in Islamic banks.

Keywords: Rationality, Religiosity, Emotionality, Choosing Decisions