

## ABSTRAK

Skripsi, “Analisis Faktor Emosional dan Faktor Rasional dalam Pengambilan Keputusan sebagai Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kediri” ini ditulis oleh Alfia Nurkhamida, Nim 1741143022. Jurusan Penbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Pembimbing : Dr. Hj. Nur Aini Latifah, SE., MM.

Penelitian skripsi ini dilatarbelakangi oleh keberlangsungan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC. Kediri yang sangat bergantung dengan keberadaan nasabah seperti halnya bank-bank lain. Untuk itu, bank perlu meningkatkan strateginya dalam menarik calon nasabah untuk bergabung dengan bank. Salah satu cara yang sangat diperlukan yaitu bank perlu tahu faktor emosional dan faktor rasional yang mendorong calon nasabah untuk bergabung di bank. Hal ini ditujukan agar bank tahu apa yang dapat menarik calon nasabah bergabung dengan bank.

Fokus dari penelitian ini adalah: (1). Bagaimana faktor emosional calon nasabah dalam pengambilan keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC. Kediri? (2). Bagaimana faktor rasional calon nasabah dalam pengambilan keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC. Kediri? (3). Apa saja kendala yang dihadapi dalam pengambilan keputusan sebagai nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC. Kediri?.

Pada dasarnya penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan adalah penelitian lapangan. Sumber data yang diperoleh yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk memaparkan faktor emosional calon nasabah dalam pengambilan keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC. Kediri, untuk faktor rasional calon nasabah dalam pengambilan keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC. Kediri, serta untuk mengetahui kendala yang dihadapi nasabah dalam pengambilan keputusan sebagai nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KC. Kediri.

Hasil dari penelitian ini adalah (1). Faktor emosional terdiri dari nasabah yang ingin tampak beda, kebanggan menjadi nasabah, status sosial, serta menghindari dari bahaya. (2). Faktor rasional terdiri dari kemudahan dalam penggunaannya, dan keuntungan yang didapatkan. (3). Kendala yang di hadapi terdiri dari kurang ATM di beberapa wilayah serta kantor cabang maupun pembantu yang masih kurang dan jauh keberadaannya.

**Kata kunci :** Faktor emosional, faktor rasional, kendala, pengambilan keputusan, nasabah.

## ABSTRACT

Thesis, "Analysis of Emotional Factors and Rational Factors in Decision Making as a Customer PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Branch Office of Kediri "was written by Alfia Nurkhamida, Nim 1741143022. Department of Sacrifice Sharia Faculty of Economics and Islamic Business, Tulungagung State Islamic Institute. Advisor: Dr. Hj. Nur Aini Latifah, SE., MM.

This thesis research is motivated by the continuity of PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Branch Office of Kediri is very dependent on the existence of customers as well as other banks. To that end, the bank needs to improve its strategy in attracting prospective customers to join the bank. One of the indispensable ways that banks need to know the emotional factors and rational factors that encourage prospective customers to join the bank. This is intended to let banks know what attracts potential customers to join the bank.

The focus of this research is: (1). How the emotional factors of prospective customers in making decisions become customers of PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Branch Office of Kediri? (2). How the rational factors of prospective customers in making decisions become customers of PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Branch Office of Kediri? (3). What are the constraints faced in decision making as a customer of PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Branch Office of Kediri ?.

Basically this research uses qualitative approach with field research. Sources of data obtained are primary and secondary data. Data collection techniques in this study are interviews, observation, and documentation. The purpose of this study is to describe the emotional factors of potential customers in making decisions to become customers of PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Branch Office of Kediri, for the rational factors of prospective customers in making decisions to become customers of PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Branch Office of Kediri, as well as to know the constraints faced by customers in decision making as a customer in PT. Bank Muamalat Indonesia KC. Kediri.

The results of this study were (1). Emotional factors consist of customers who want to look different, pride become customers, social status, and avoid from danger. (2). Rational factors consist of ease of use, and benefits gained. (3). Constraints faced consisted of less ATM in some areas and branch offices and assistants are still lacking and far away existence.

**Keywords:** Emotional factors, rational factors, constraints, decision-making, customers.