

**FAKTOR EMOSIONAL DAN FAKTOR RASIONAL TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PT. BANK SYARIAH
INDONESIA (BSI) CABANG PALEMBANG**

LAPORAN AKHIR

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Diploma**



**Diajukan Oleh:
M. YAHYA KESUMA
NIM. 1801130005**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PELEMBANG**

2021

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

Nama : M. Yahya Kesuma
Nomor Pokok/NPM : 1801130005
Jurusan/Prog. Studi : Keuangan dan Perbankan
Universitas Tridinanti Palembang
Jenjang Pendidikan : Diploma III
Mata Kuliah : Manajemen Perbankan Syariah
Judul Laporan : Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap
Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Syariah
Indonesia (BSI) Cabang Palembang

Pembimbing Laporan Akhir :

Tanggal : 19.10.2021

Pembimbing I :


Sugiri Dinah, S.E., M.Si
NIDN : 0205085601

Tanggal : 19.10.2021

Pembimbing II :


Nur Even, S.E., M.M
NIDN : 0202076102



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Tanggal :

Ketua Program Studi

Tanggal :



Dr. Msy. MIKIAL, SE, Msi, Ak, CA, CSR
NIDN : 0205026401


Nur Even, SE, MM
NIDN. 0202076102

UNIVERSITAS TRIDINANTI

FAKULTAS EKONOMI

PALEMBANG

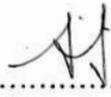
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR

Nama : M. Yahya Kesuma
Nomor Pokok : 1801130005
Jurusan : Diploma III Keuangan dan Perbankan
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Perbankan Syariah
Judul Laporan Akhir : Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang

Penguji Skripsi :

Tanggal : 19.10.2021.....

Ketua Penguji :


Sugiri Dinah, S.E., M.Si.
NIDN. 0205085601

Tanggal : 19.10.2021.....

Penguji I :


Nur Effen, SE,MM
NIDN. 0202076102

Tanggal : 19.10.2021.....

Penguji II :


Syaiful Sahri, S.E.M.Si
NIDN. 0220085901

111 / PS / DFE / 21

Mengetahui :

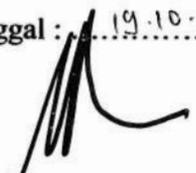
Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi

Tanggal : 19.10.2021.....

Tanggal : 19.10.2021.....




Nur Effen, SE,MM
NIDN. 0202076102

MOTTO

“Jangan mencari untuk memanfaatkan orang, akan tetapi carilah orang untuk memanfaatkan kita (dalam ilmu)”

Kupersembahkan kepada :

- 1. Bapak dan ibunda tercinta**
- 2. Saudaraku dan keluarga tersayang**
- 3. Seseorang yang saya cintai “Anisa Fitri”**
- 4. Teman-teman Almamaterku**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan Universitas Tridianti Palembang dalam hal ini penulis mengambil judul **“Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang”**.

Penyelesaian Laporan Akhir ini tidak lepas dari bimbingan, dorongan dan kerjasama dari berbagai pihak walaupun hanya dalam bentuk kata-kata, melalui tulisan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, MP selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE.M.Si.Ak.CA.CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang
3. Ibu Nur Effen, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang
4. Bapak Sugiri Dinah, S.E., M. Si selaku Pembimbing I Laporan Akhir yang telah memberikan bimbingan guna menyelesaikan Laporan Akhir.
5. Ibu Nur Even, S.E., M.M selaku Pembimbing II Laporan Akhir yang telah memberikan bimbingan guna menyelesaikan Laporan Akhir.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang yang telah mendidik kami sehingga dapat menyelesaikan kuliah sekaligus menyelesaikan Laporan Akhir.
7. Serta rekan-rekan di Bank Sumsel Babel Cabang Palembang kolonel Atmo yang telah membantu dalam pembuatan Laporan Akhir ini.
8. Kedua Orang tua saudara-saudara dan keluarga yang selalu memberikan cinta, motivasi dan dukungan kepada penulis serta telah mensupport dari awal hingga saat ini
9. Teman-teman seperjuangan D3 Keuangan dan Perbankan yang telah membantu dalam penulisan Laporan Akhir ini

Semoga Laporan Akhir ini bisa menambah wawasan para pembaca dan bisa bermanfaat untuk perkembangan dan peningkatan ilmu pengetahuan.

Palembang, Juni 2021

Penulis,

M. Yahya Kesuma

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1. Tujuan Penelitian	7
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	7
1.4. Metode Penelitian	8
1.4.1. Lokasi Penelitian.....	8
1.4.2. Sumber Data.....	8
1.5. Teknik Analisa	9
1.6. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Bank	11
2.2 Pengertian Faktor Emosional dan Faktor Rasional.....	11
2.2.1. Pengertian Faktor Emosional	11
2.2.2. Pengertian Faktor Rasioanl	12

2.3 Keputusan Nasabah yang Dipengaruhi Emosional	12
2.3.1. Ketaatan Beragama	12
2.3.2. Psikologis	12
2.3.3. Atribut Produk yang Islami	13
2.4 Keputusan Nasabah yang Dipengaruhi Rasional	14
2.4.1. Pelayanan	14
2.4.2. Kenyamanan.....	15
2.4.3. Kepuasan	15

BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1 Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia (BSI).....	17
3.2 Visi dan Misi	17
3.3 Struktur Organisasi.....	19
3.4 Tugas dan Fungsi Pegawai.....	20
3.5 Sasaran dan Strategi Pencapaian	23
3.6 Bentuk-bentuk Produk Bank Syariah Indonesia (BSI)	24
3.7 Produk Pembiayaan.....	26

BAB IV : PEMBAHASAN

4.1 Faktor emosional nasabah dalam kepuasan memilih PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang	28
4.2 Faktor rasional nasabah dalam kepuasan memilih PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang	32

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

viii

5.1 Kesimpulan	41
5.2 Saran-Saran	42

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. YAHYA KESUMA

NIM : 1801130005

Judul : FAKTOR EMOSIONAL DAN FAKTOR RASIONAL
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PT. BANK
SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG PALEMBANG

Menyatakan bahwa laporan akhir saya merupakan hasil karya saya sendiri disamping tim pembimbing dan bukan hasil penjiplakan / plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan / plagiat dalam laporan akhir ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Tridinanti Palembang sesuai hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa ada paksaan dari siapapun.

Palembang, 19 Oktober 2021



M. YAHYA KESUMA

ABSTRAK

M. YAHYA KESUMA, NPM: 1801130005, Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang . (Dibawah Bimbingan Bapak Sugiri Dinah, S.E., M.Si dan Ibu Nur Even, S.E., M.M).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor emosional nasabah dalam keputusan memilih PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang dan faktor rasional nasabah dalam keputusan memilih PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang.

Pada penelitian ini, informan penelitian adalah nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Palembang berjumlah 11 orang. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor emosional nasabah menggunakan produk di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) bukan berdasarkan pemikiran yang logis tetapi pemikiran yang lebih cenderung ke emosional misalnya nasabah menggunakan jasa produk PT. Bank Syariah Indonesia karena Bank Syariah Indonesia yang bernuansa islami dan sesuai dengan pemikiran nasabah.

Faktor rasional nasabah dalam mempengaruhi penggunaan jasa PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang berdasarkan pemikiran dan pengetahuan nasabah yaitu pelayanan yang diberikan oleh Bank, mempertimbangkan keuntungan, kemudahan fasilitas yang didapatkan, jika mengajukan kredit sangat mempertimbangkan bunga atau margin.

Kata kunci: Faktor Emosional, Faktor Rasional, BSI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan Syariah salah satu lembaga keuangan yang memiliki pengaruh besar dalam roda perekonomian masyarakat. Bank adalah sebuah lembaga bagi masyarakat untuk menyimpan uang dan juga dapat menjadi tempat peminjaman uang disaat masyarakat yang membutuhkan. Seiring dengan berjalannya waktu, bank telah menjadi sebuah kebutuhan hidup manusia.

Dalam perspektif jangka panjang, pengembangan sistem perbankan syariah diharapkan dapat (1) memiliki daya saing yang tinggi dengan tetap berpegang pada nilai-nilai syariah, (2) memiliki peran signifikan dalam sistem perekonomian nasional serta perbaikan kesejahteraan rakyat, dan (3) memiliki kemampuan untuk bersaing secara global dengan pemenuhan standar operasional keuangan internasional. Oleh karena itu kebijakan pengembangan diarahkan pada pengembangan diarahkan pada pengembangan jaringan kantor perbankan syariah khususnya pada wilayah-wilayah yang dinilai potensial. Dalam rangka mendukung program pengembangan jaringan diperlukan data dan informasi yang lengkap dan akurat yang menggambarkan potensi pengembangan bank syariah baik dari sisipendanaan maupun sisi pembiayaan. Potensi dalam hal ini dipandang dari sumber daya dan aktivitas perekonomian suatu wilayah serta pola sikap atau preferensi dari pelaku ekonomi terhadap dan produk dan jasa bank syariah.

Dari uraian tersebut, terlihat bahwa bank syariah memiliki potensi pengembangan yang cukup besar dengan adanya kebutuhan masyarakat dan dukungan kebijakan pengembangan yang kuat. Namun seberapa besar potensi tersebut, pada segmentasi pasar mana yang memiliki potensi yang baik, produk-produk apa yang diharapkan oleh masyarakat dan faktor-faktor apa yang mempengaruhi pengambilan keputusan untuk memilih lembaga keuangan dan bagaimana perilakunya. Hal ini penting dilakukan untuk memutuskan strategi pengembangan dan skala pengembangannya dimasa yang akan datang.

PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah lembaga perbankan di Indonesia yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam kiprahnya diperbankan indonesia. PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki 737 kantor layanan diseluruh indonesia dengan akses lebih dari 199.000 jaringan ATM.

PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu bank yang sedang berkembang serta selalu meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada nasabahnya. Keunggulan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) tidak saja terlihat dari berbagai produk dan hadiah yang ditawarkan kepada nasabah, akan tetapi juga meliputi mutu dan kualitas pegawainya sebagai orang yang bertugas melayani setiap nasabah

yang datang ke PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan profesional dan amanah.

PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) mengalami penurunan terkait pembiayaan pada tahun 2014, PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) terus memperbaiki hal tersebut selama dua tahun terakhir. Sementara itu perbankan konvensional baru saat ini mengalami puncak NPL. PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) menargetkan NPF gross bisa dibawah 4 persen pada 2017 mendatang.

Bank diharapkan bisa menjadi solusi bagi masalah perekonomian masyarakat yang ternyata memiliki sisi negatif. Sisi negatif tersebut berupa sistem riba yang terbentuk dan dikenal dengan bunga. Sistem bunga atau riba ini terdapat pada perbankan konvensional atau secara ekstrem bisa disebut bank dengan sistem kapitalis. Sistem bunga atau riba sangat meresahkan nasabah karena sistem ini dinilai terlalu menguntungkan pihak bank, terutama dalam menjalankan perannya sebagai kreditur, walaupun nasabah sedang berada dalam kondisi yang tidak baik, dengan kata lain, riba telah menzalimi nasabah.

Pada intinya bank dapat didefinisikan sebagai suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sesuai dengan Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank

Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Selain definisi tadi, penting pula untuk dipahami beberapa pemahaman mendasar tentang bank syariah, seperti tugas, klasifikasi, dan sifat industri perbankan.

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu begitu besarnya pengaruh yang akan terjadi jika seandainya rekomendasi yang dihasilkan tersebut terdapat kekeliruan atau adanya kesalahan-kesalahan yang tersembunyi karena faktor ketidak hati-hatian dalam melakukan pengkajian masalah. Pemahaman akan perilaku konsumen dapat diaplikasikan dalam beberapa hal, yang pertama adalah untuk merancang sebuah strategi pemasaran yang baik, misalnya menentukan kapan saat yang tepat perusahaan memberikan diskon untuk menarik pembeli. Kedua, perilaku konsumen dapat membantu pembuat keputusan membuat kebijakan publik. Misalnya dengan mengetahui bahwa konsumen akan banyak menggunakan transportasi saat lebaran, pembuat keputusan dapat merencanakan harga tiket transportasi di hari raya tersebut. Aplikasi ketiga adalah dalam hal pemasaran sosial (*social marketing*), yaitu penyebaran ide di antara konsumen. Dengan memahami sikap konsumen dalam menghadapi sesuatu, seseorang dapat menyebarkan ide dengan lebih cepat dan efektif.

Menurut Daniel Goleman (dalam belajarpsikologi.com), emosi merujuk pada suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis

dan psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak. Emosi pada dasarnya adalah dorongan untuk bertindak. Biasanya emosi merupakan reaksi terhadap rangsangan dari luar dan dalam dari individu. Sebagai contoh emosi gembira mendorong perubahan suasana hati seseorang, sehingga secara fisiologi terlihat tertawa, emosi sedih mendorong seseorang berperilaku menangis. Anaroga mendefinisikan faktor emosional sebagai suatu keadaan yang mampu mempengaruhi tindakan seseorang untuk melakukan suatu rencana yang dikehendakinya. Tindakan emosional juga merupakan dorongan pribadi seseorang untuk melakukan suatu kegiatan. Dengan dorongan emosi maka orang dapat bertindak sesuai keinginannya.

Faktor rasional dapat mempengaruhi pemikiran dan pengetahuan nasabah yang misalnya sangat mempertimbangkan keuntungan, bagi hasil, bonus yang didapatkan, kemudahan fasilitas yang didapatkan, jika mengajukan kredit sangat mempertimbangkan bunga atau margin berdasarkan mahal dan murahnya serta besar dan kecilnya. Hal ini berbanding terbalik dengan nasabah emosional yang tidak menghiraukan hal tersebut dimana nasabah rasional amat menekankan hal tersebut.

Bahwasanya para nasabah dalam menentukan pilihannya untuk memilih bank mana yang akan dipilih itu dilihat dari segi faktor emosional dan faktor rasional. Faktor emosional itu diukur melalui sikap nasabah apakah nasabah tersebut merasa senang atau kecewa terhadap bank yang akan dipilihnya tersebut, faktor rasional yaitu bagaimana kenyamanan terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank. PT. Bank Syariah Indonesia (BSI)

Cabang Palembang berusaha membuat nasabah merasa puas terhadap apa yang diberikan, jika tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maka nasabah-nasabah akan kecewa terhadap PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang, itu semua dilihat dari segi pelayanan, sikap, dan tanggung jawab para karyawan terhadap nasabah. Jika dilihat dari segi faktor emosional para nasabah itu tidak semuanya menyukai atau senang terhadap PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang karena sikap yang dimiliki oleh seseorang itu tidak bisa diukur kapan mereka merasa senang atau tidaknya karena sikap juga bisa naik dan bisa menurun setiap tahunnya bahkan setiap bulannya.

Faktor emosional dan faktor rasional untuk menganalisis pengambilan keputusan nasabah dalam memilih PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Palembang serta untuk meningkatkan loyalitas nasabah apakah nasabah tersebut sudah merasa nyaman, puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank BSI cabang Palembang. Penelitian ini mengidentifikasi lebih mendalam mengenai faktor emosional dan faktor rasional yang menjadi pertimbangan nasabah sehingga dapat mempengaruhi mereka untuk memutuskan memilih PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang dari pada bank konvensional dan dapat berdampak positif pada perkembangan bank syariah.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas. Penulis merasa penting untuk melakukan penelitian tentang **“Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Faktor emosional nasabah dalam kepuasan memilih PT. PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang ?
2. Apakah Faktor rasional nasabah dalam kepuasan memilih PT. PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor emosional nasabah dalam keputusan memilih PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang.
2. Untuk mengetahui faktor Rasional nasabah dalam keputusan memilih PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan, serta acuan bagi pihak yang membutuhkan.

2. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini untuk membantu mengembangkan dan memperkenalkan bank syariah nasabah seharusnya lebih mengedepankan pemikiran yang emosional daripada rasional agar dapat tercipta nasabah yang tidak hanya

semata-mata memikirkan keuntungan tetapi lebih mementingkan kemaslahatan bersama.

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Lokasi Penelitian

Di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Palembang Jl. Demang Lebar Daun No.8, Kel.Lorong Pakjo Kota Palembang, Sumatera Selatan 30137 Telepon : (0711).

1.4.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

a. Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset secara khusus. Dalam riset pemasaran, data primer diperoleh secara langsung dari sumbernya seperti menyebarkan kuesioner atau melalui wawancara, sehingga periset merupakan tangan pertama yang memperoleh data tersebut.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah bahwa selain data utama, periset memandang perlu untuk menambah daya dukung atas penelitiannya dengan data-data yang lain yang berkaitan dengan penelitian. Misalnya mengenai identitas para responden, sarana dan prasana dalam proses produksi, informasi jumlah Nasabah dari waktu ke waktu, informasi jumlah karyawan sebuah perusahaan, informasi jumlah produk yang dijual kepasar, informasi mengenai segmen pasar yang menjadi target,

keuntungan perusahaan secara periodik, dan sebagainya. Untuk itu data sekunder menjadi penting sebagai pemberi informasi yang mendukung suatu riset tertentu.

c. Observasi

Yaitu pengamatan secara langsung ke objek penelitian dengan mencatat secara sistematis dan yang dibutuhkan.

d. Interview

yaitu mengadakan wawancara dengan pimpinan atau karyawan yang dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

1.5 Teknik Analisa

Teknik analisis yang digunakan dalam membahas laporan akhir ini adalah analisa kualitatif, teknik ini digunakan untuk memberikan gambaran yang jelas dan tepat mengenai masalah yang akan dibahas.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah membaca dan mengikuti serta mendapatkan gambaran umum dari penulisan Tugas Akhir, maka akan diuraikan secara sistematis mengenai cakupan bab terdiri dari:

1. BAB I Pendahuluan

Bab ini merupakan suatu pengenalan atau pengantar dan gambaran umum yang menjelaskan mengenai latar belakang penulisan, perumusan masalah, manfaat penelitian, metodologi penelitian, sistematika penulisan, langkah dan jadwal penelitian.

2. BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi teori-teori yang mendukung penelitian yaitu pengertian faktor emosional, faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah emosional, indikator yang mempengaruhi nasabah emosional, pengertian faktor rasional, indikator faktor rasional, pengertian keputusan, pengertian keputusan Nasabah, keputusan pengambilan pembelian, dan indikator mempengaruhi keputusan.

3. BAB III Gambaran Umum Objek Penelitian

Bab ini membahas sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, tugas dan fungsi, sasaran dan strategi pencapaian, bentuk-bentuk produk bank syariah indonesia, produk pembiayaan.

4. BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini merupakan inti dari penelitian yang berisi analisis data dan interpretasi hasil penelitian yang meliputi hasil analisis deskriptif karakteristik responden, hasil pengujian instrumen penelitian, hasil uji hipotesis dan pembahasan yang memaparkan mengenai jawaban dari hipotesis awal.

5. BAB V Kesimpulan

Bab ini merupakan bagian akhir yang terdiri dari kesimpulan pada bab-bab sebelumnya disertai saran. Bab ini dilengkapi dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Khatib „Ajjaj Muhammad, *Usul Fiqh*, Malang: Gaya Media Pratama, 2008.
- Bank Indonesia, Bank Syariah . *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap di Wilayah Sumatera Selatan*.
- Coulter, Mary, dkk, *Manajemen*, Jakarta: PT Prehallindo, 1998.
- Effendi, Usman. *Psikologi Konsumen*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta 2013.
- Fahmi, Irham, *Perilaku Konsumen*, Bandung(Alfabeta, cv 2010).
- Ghazali, Imam, *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro 2014.
- Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Hasan, Ichsan, dkk. *Perbankan Syariah*, Referensi (GP Press Group) Ciputat Mega Mall Blok B/25, 22 & C/15 Ciputat 2014.
- Hendryadi, Suryani, *Metode riset Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Media Group 2015.
- Iqbal, ”Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan”, diakses pada tanggal 19 Desember 2017.
- Jalaluddin, *Pendidikan Islam: Pendekatan Sistem dan Proses*. Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada, 2013.
- Karim, A Adiwarmarman, *Bank Islam*, Jakarta:PT RajaGrafindoPersada 2011.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Pt RajaGrafindo Persada, Jakarta 2013.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran jilid 1 dan 2*, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2005.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Muti“ah, Niswah, “Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional terhadap pengambilan keputusan memilih jasa perbankan”, diakses pada tanggal 19 Desember 2017.